

Islamicpreneurship sebagai strategi penguatan kewirausahaan berbasis nilai islam di era ekonomi digital

Nailatus Sholihah

Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: nailatussholihah238@gmail.com

Kata Kunci:

Islamicpreneurship;
kewirausahaan Islam; etika
bisnis Islam; ekonomi
digital; bisnis syariah.

Keywords:

Islamicpreneurship; islamic
entrepreneurship; islamic
business ethics; digital
economy; sharia business.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis konsep Islamicpreneurship sebagai model kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam yang relevan diterapkan pada era ekonomi digital. Islamicpreneurship merupakan integrasi antara aktivitas bisnis dan prinsip syariah yang menekankan kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, serta orientasi keberkahan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi kepustakaan dengan menganalisis berbagai literatur ilmiah terkait kewirausahaan Islam, etika bisnis syariah, dan tantangan usaha modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Islamicpreneurship memiliki potensi besar dalam menciptakan ekosistem bisnis yang etis, berkelanjutan, dan kompetitif. Namun, implementasinya masih

menghadapi kendala berupa rendahnya literasi keuangan syariah, akses pembiayaan terbatas, persaingan pasar yang tidak sehat, serta minimnya pemahaman akad dalam transaksi digital. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital membuka peluang baru bagi pelaku usaha muslim untuk memperluas pasar melalui e-commerce, pemasaran digital, dan inovasi layanan berbasis halal. Oleh karena itu, penguatan Islamicpreneurship memerlukan dukungan pendidikan kewirausahaan Islam, kebijakan pemerintah, penguatan lembaga keuangan syariah, serta kolaborasi antar pelaku usaha. Penelitian ini menegaskan bahwa Islamicpreneurship bukan sekadar konsep ekonomi, tetapi paradigma bisnis yang menyeimbangkan keuntungan material dengan nilai spiritual dan kebermanfaatn sosial.

ABSTRACT

This study aims to analyze the concept of Islamicpreneurship as an entrepreneurship model based on Islamic values that is relevant in the digital economy era. Islamicpreneurship is an integration of business activities and sharia principles emphasizing honesty, trustworthiness, justice, responsibility, and blessing-oriented goals. This research employed a descriptive qualitative approach through library research by examining various scientific literatures related to Islamic entrepreneurship, sharia business ethics, and modern business challenges. The findings indicate that Islamicpreneurship has significant potential to create an ethical, sustainable, and competitive business ecosystem. However, its implementation still faces obstacles such as low Islamic financial literacy, limited access to financing, unhealthy market competition, and insufficient understanding of contracts in digital transactions. On the other hand, digital technology development provides new opportunities for Muslim entrepreneurs to expand markets through e-commerce, digital marketing, and halal-based service innovation. Therefore, strengthening Islamicpreneurship requires support from Islamic entrepreneurship education, government policies, stronger Islamic financial institutions, and collaboration among business actors. This study confirms that Islamicpreneurship is not merely an economic concept but a business paradigm balancing material profit with spiritual values and social benefits.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi global yang ditandai dengan digitalisasi, inovasi teknologi, serta perubahan perilaku konsumen telah membawa dampak besar terhadap dunia kewirausahaan (Arfan, 2024). Aktivitas bisnis saat ini tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan berkembang melalui platform digital seperti marketplace, media sosial, dan layanan keuangan berbasis teknologi. Perubahan tersebut membuka peluang yang luas bagi masyarakat untuk membangun usaha secara mandiri dengan modal yang relatif lebih terjangkau (Bakhri et al., 2022). Namun demikian, perkembangan ekonomi digital juga memunculkan berbagai persoalan, seperti persaingan usaha yang tidak sehat, praktik penipuan, manipulasi promosi, transaksi berbasis riba, rendahnya transparansi produk, hingga lemahnya tanggung jawab sosial pelaku usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi modern tidak selalu berjalan beriringan dengan penguatan moralitas bisnis. Oleh karena itu, dibutuhkan paradigma kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga menjunjung tinggi nilai etika, keadilan, dan keberkahan (Djakfar, 2009).

Dalam konteks masyarakat muslim, konsep *Islamicpreneurship* hadir sebagai alternatif model kewirausahaan yang mengintegrasikan aktivitas ekonomi dengan prinsip-prinsip syariah. *Islamicpreneurship* merupakan konsep bisnis yang menempatkan usaha sebagai bagian dari ibadah kepada Allah SWT, sehingga seluruh proses bisnis harus berlandaskan nilai kejujuran (shiddiq), amanah, profesionalitas, tanggung jawab, serta menjauhi unsur riba, gharar, dan penipuan. Konsep ini tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada kebermanfaatn sosial dan keberkahan usaha. Teladan utama *Islamicpreneurship* dapat ditemukan dalam kehidupan Rasulullah SAW yang dikenal sebagai pedagang terpercaya, jujur, dan memiliki integritas tinggi. Dengan demikian, *Islamicpreneurship* menjadi model yang relevan untuk menjawab tantangan bisnis modern yang seringkali kehilangan dimensi moral dan spiritual.

Urgensi penelitian ini terletak pada semakin besarnya kebutuhan akan sistem kewirausahaan yang sehat di tengah meningkatnya jumlah pelaku UMKM dan bisnis digital di Indonesia. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi syariah. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha belum memahami konsep bisnis Islam secara utuh. Sebagian pelaku usaha masih menggunakan pola transaksi konvensional yang mengandung bunga, belum memahami akad syariah dalam jual beli online, serta kurang memperhatikan aspek kehalalan produk dan etika promosi digital. Selain itu, rendahnya literasi keuangan syariah dan keterbatasan akses pembiayaan halal menjadi hambatan serius bagi perkembangan usaha berbasis nilai Islam. Jika kondisi ini tidak ditangani, maka peluang besar pengembangan ekonomi syariah dapat terhambat. Oleh sebab itu, penelitian mengenai *Islamicpreneurship* menjadi penting sebagai upaya menawarkan strategi penguatan kewirausahaan muslim yang adaptif terhadap perkembangan zaman tanpa meninggalkan prinsip agama.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tema *Islamicpreneurship* semakin relevan dalam lima tahun terakhir. Pertama, penelitian (Rahmawati & Ridlwan,

2022) menjelaskan bahwa implementasi Islamic entrepreneurship dalam pengelolaan usaha mampu meningkatkan kepercayaan konsumen melalui penerapan nilai amanah, kejujuran, dan tanggung jawab. Kedua, (Wahid & Syakur, 2023) menegaskan bahwa Islamicpreneurship memiliki kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang berlandaskan nilai Al-Qur'an, terutama dalam menciptakan distribusi kekayaan yang adil dan produktif. Ketiga, penelitian (Vahlevi & Suwoto, 2024) menemukan bahwa bisnis digital berbasis syariah masih menghadapi kendala berupa rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap akad-akad transaksi online seperti salam, wakalah, dan ju'alah. Keempat, (Kharisma & Vanni, 2025) menunjukkan bahwa UMKM masih mengalami kesulitan mengakses pembiayaan syariah karena prosedur yang dianggap rumit dan kurang fleksibel dibanding lembaga konvensional. Kelima, (Bahri & Tirsya, 2025) menjelaskan bahwa persaingan harga di pasar modern seringkali mendorong pelaku usaha melakukan praktik tidak sehat, sehingga prinsip ekonomi syariah perlu diperkuat untuk menciptakan kompetisi yang adil.

Meskipun berbagai penelitian tersebut telah membahas *Islamicpreneurship* dari sisi implementasi, pembiayaan, maupun etika bisnis, masih diperlukan kajian yang lebih komprehensif mengenai *Islamicpreneurship* sebagai strategi penguatan kewirausahaan berbasis nilai Islam di era ekonomi digital. Penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menelaah bagaimana konsep *Islamicpreneurship* dapat dijadikan paradigma bisnis modern yang kompetitif sekaligus berintegritas. Fokus kajian tidak hanya pada dimensi normatif keislaman, tetapi juga pada tantangan praktis yang dihadapi pelaku usaha masa kini.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Data diperoleh dari berbagai sumber sekunder berupa jurnal ilmiah, buku, artikel akademik, dan dokumen yang relevan dengan tema kewirausahaan Islam, etika bisnis syariah, serta ekonomi digital. Teknik analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, klasifikasi tema, interpretasi isi, dan penarikan kesimpulan secara sistematis. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami konsep *Islamicpreneurship* secara mendalam berdasarkan berbagai perspektif teoritis dan empiris.

Kerangka teori dalam penelitian ini dibangun dari beberapa konsep utama. Pertama, teori kewirausahaan, yang memandang wirausaha sebagai kemampuan menciptakan nilai tambah melalui inovasi, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan membaca peluang pasar. Kedua, teori etika bisnis Islam, yang menekankan prinsip shiddiq (jujur), amanah (dapat dipercaya), tabligh (transparan), dan fathanah (cerdas) sebagai fondasi perilaku bisnis muslim. Ketiga, teori maqashid syariah, yang menempatkan perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta sebagai tujuan utama aktivitas ekonomi. Keempat, teori ekonomi digital, yang menjelaskan transformasi model bisnis melalui pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran, transaksi, dan pelayanan konsumen. Kelima, teori sustainable business, yang menekankan keseimbangan antara keuntungan ekonomi, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan lingkungan. Dalam perspektif Islam, konsep keberlanjutan ini diperkuat dengan dimensi spiritual berupa keberkahan usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, Islamicpreneurship dapat dipahami sebagai model kewirausahaan masa depan yang tidak hanya mengejar pertumbuhan ekonomi, tetapi juga membangun peradaban bisnis yang adil, etis, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, kajian ini penting untuk memberikan kontribusi akademik maupun praktis dalam pengembangan kewirausahaan berbasis nilai Islam di tengah dinamika ekonomi digital yang terus berkembang.

Pembahasan

Konsep Dasar *Islamicpreneurship*

Istilah *Islamicpreneurship* terdiri dari dua kata, yakni “Islamic” yang merujuk pada nilai-nilai keislaman, dan “entrepreneurship” yang berarti kegiatan bisnis. Dengan demikian, *Islamicpreneurship* dapat dipahami sebagai bentuk kewirausahaan yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Secara istilah, *Islamicpreneurship* merupakan dorongan untuk menjalankan aktivitas bisnis yang mencerminkan ajaran Islam dalam setiap kegiatannya. Konsep ini muncul karena manusia diberi peran sebagai khalifah di bumi dan diciptakan Allah SWT untuk senantiasa beribadah kepada-Nya (Wahid & Syakur, 2023).

Kewirausahaan Islam (*Islamic entrepreneurship*) didefinisikan sebagai suatu usaha untuk kebaikan yang dilakukan oleh manusia dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dengan berdasarkan nilai-nilai keislaman yang berpedoman pada Al-Quran dan hadits. Sedangkan wirausaha muslim merupakan seorang pejuang karena bisa melakukan banyak hal dengan menerapkan *Islamic entrepreneurship* serta memegang teguh nilai-nilai kebaikan dalam kegiatan usahanya (Rahmawati & Ridlwan, 2022).

Konsep dasar kewirausahaan Islam dapat dilihat dari sejarah kehidupan Nabi Muhammad SAW yang hidupnya selalu berlandaskan pada nilai-nilai Al-Qur'an. Rasulullah SAW membangun jiwa entrepreneurship dengan semangat Integritas, Loyalitas, Profesionalitas, dan Spiritualitas. *Islamicpreneurship* menggambarkan bahwa Islam memiliki konsep yang luas dan universal, serta dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Seorang muslim memiliki minat berbisnis karena beberapa latar belakang masalah, salah satunya ekonomi yang tidak stabil. Dengan landasan nilai-nilai Islam yang diterapkan dalam setiap usaha yang dijalankan, maka sistem perekonomian dapat berjalan dengan stabil dan baik.

Etika Bisnis Islam

Islamic entrepreneurship memberikan panduan bagi seseorang dalam menjalankan usaha dengan berpegang pada norma, etika, dan nilai-nilai Islam. Etika bisnis berfungsi sebagai pengendali agar persaingan usaha tetap berjalan sesuai aturan yang berlaku. Tanpa etika bisnis yang baik, pelaku usaha berpotensi melakukan tindakan-tindakan tidak etis yang dapat merugikan konsumen. Beberapa etika bisnis *Islamic entrepreneurship* antara lain yaitu menjalankan usaha harus dilandasi kejujuran, kedisiplinan, rasa syukur, semangat, tanggung jawab, keteguhan hati, serta selalu melibatkan Allah SWT dalam setiap langkah.

Selain itu setiap pelaku usaha perlu memahami hak dan kewajiban yang tercantum dalam sebuah kontrak agar semua pihak memiliki kesadaran yang sama. Dengan demikian, apabila muncul keuntungan atau kerugian, pembagiannya dapat dilakukan secara adil sesuai kesepakatan yang telah dibuat. Setiap aktivitas usaha juga harus mengandung nilai keberkahan untuk meraih kebahagiaan dunia dan akhirat. Hal ini menjadikan rangkaian kegiatan bisnis sebagai sarana ibadah dan pendekatan diri kepada Allah SWT. Karena itu, seorang pengusaha dituntut untuk menghindari perselisihan, menjauhi tindakan merugikan, dan tidak mengambil hak orang lain (Wahid & Syakur, 2023).

Tantangan dalam Penerapan Etika Bisnis Islam

Penerapan prinsip Islam dalam dunia wirausaha sebenarnya menawarkan panduan yang sangat lengkap mulai dari bagaimana seorang pelaku usaha harus jujur, amanah, transparan, menjaga kehalalan produk, hingga memastikan setiap transaksi bebas dari riba, penipuan, dan ketidakjelasan. Namun, ketika prinsip-prinsip tersebut dibawa ke praktik bisnis modern yang penuh persaingan, kecepatan transaksi, dan kebutuhan konsumen yang terus berubah, muncul berbagai tantangan seperti pelaku usaha yang terbiasa dengan transaksi cepat merasa ragu mengambil pembiayaan syariah karena takut usahanya tertunda.

Banyak juga pelaku usaha yang mengira semua pembiayaan syariah menggunakan sistem bagi hasil, padahal ada berbagai jenis akad seperti murabahah (jual beli), ijarah (sewa), atau musyarakah (kerjasama modal). Ketidapahaman ini membuat mereka akhirnya kembali ke bank konvensional yang dianggap lebih gampang walaupun berbunga. Pembiayaan syariah sebenarnya dirancang untuk menjadi solusi yang adil dan bebas riba, tetapi dalam praktiknya, banyak pelaku usaha terutama UMKM mengalami kesulitan ketika mencoba mengaksesnya (Kharisma & Vanni, 2025).

Dunia usaha modern menuntut harga murah, pengiriman cepat, dan kualitas stabil. Dalam kondisi seperti ini, pelaku usaha yang ingin bertahan tanpa melanggar syariah sering menghadapi dilema. Mereka ingin jujur, tetapi kompetitor menggunakan strategi agresif atau bahkan tidak etis yang membuat harga mereka tidak bersaing. Persaingan yang ketat kadang memancing sebagian pelaku usaha untuk mengurangi kualitas produk, memanipulasi timbangan, atau berbohong mengenai bahan dan teknis produksi. Mereka tahu itu tidak sesuai syariah, tetapi merasa tidak punya pilihan agar tetap laku (Bakhri et al., 2022).

Selain itu bisnis digital juga berkembang sangat cepat, tetapi aturan syariah dalam transaksi online belum semuanya dipahami masyarakat. Banyak pelaku usaha online menggunakan skema pembayaran yang mengandung unsur riba, penundaan pengiriman yang tidak sesuai akad, atau sistem refund yang tidak jelas. Pengetahuan tentang akad salam (pemesanan produk belum ada), wakalah (perantara), atau ju'alah (upah jasa) masih rendah. Selain itu, tekanan untuk mengikuti algoritma platform membuat pelaku usaha sering tergoda melakukan *clickbait* atau mengiklankan produk yang berbeda dari aslinya (Vahlevi & Suwoto, 2024). Ada juga kesalahpahaman bahwa bisnis islami tidak boleh mencari keuntungan besar. Padahal Islam membolehkan keuntungan, hanya saja tidak boleh menzalimi.

Kesimpulan dan Saran

Islamicpreneurship merupakan paradigma kewirausahaan holistik yang berakar kuat pada nilai-nilai Islam, terinspirasi dari sejarah Nabi Muhammad SAW dan pedoman Al-Qur'an serta Hadits, yang mengubah aktivitas bisnis menjadi sarana ibadah penuh keberkahan. Etika bisnis Islam, dengan prinsip kejujuran, amanah, transparansi, dan larangan riba serta gharar, berfungsi sebagai pengendali moral yang mencegah praktik curang di tengah persaingan ketat, sehingga menciptakan usaha yang adil, berkelanjutan, dan mendekatkan pelaku usaha kepada Allah SWT. Meskipun tantangan seperti rendahnya literasi syariah, kesulitan akses pembiayaan syariah, dilema persaingan pasar, serta ketidakjelasan regulasi transaksi digital masih menjadi penghalang utama, konsep ini menawarkan solusi universal untuk ekonomi stabil dan etis, di mana keuntungan duniawi selaras dengan kebahagiaan akhirat.

Untuk mengoptimalkan penerapan *Islamicpreneurship*, diperlukan peningkatan literasi syariah melalui pelatihan masif bagi UMKM tentang berbagai akad seperti murabahah, musyarakah, dan salam, serta penyederhanaan akses pembiayaan digital oleh bank syariah dan *fintech* Islam agar lebih kompetitif tanpa riba. Pelaku usaha disarankan bergabung dengan komunitas *Islamicpreneurship* untuk memahami fatwa terkini mengenai e-commerce, menerapkan transparansi penuh dalam iklan dan kontrak online, serta menghindari *clickbait* atau manipulasi. Selain itu, pemerintah dan lembaga seperti MUI serta BKPM perlu memperkuat regulasi sertifikasi halal digital, sanksi bagi praktik tidak etis, dan mendorong kolaborasi antar-kompetitor untuk persaingan sehat berbasis syariah, sehingga *Islamicpreneurship* dapat menjadi model bisnis unggulan yang berkontribusi pada perekonomian nasional yang adil, berkah, dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Arfan, A. (2024). *Perkembangan hukum ekonomi Islam (Kajian tokoh dan gagasan ide Keilmuan Ekonomi sejak Era Klasik Islam sampai Kontemporer)*. Maknawi. <https://repository.uin-malang.ac.id/18832/>
- Bahri, S., & Tirsya, R. (2025). Struktur Pasar dan Persaingan Harga dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Sosial Dan Sains (SOSAINS)*, 5(9).
- Bakhri, S., Rofiq, A., & Faizun, D. (2022). Analisis faktor-faktor penggunaan aplikasi mobile dalam meningkatkan jasa layanan terhadap lembaga keuangan mikro syariah. *Tasharruf: Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2), 73–87. <https://repository.uin-malang.ac.id/12797/>
- Djakfar, M. (2009). *Anatomi perilaku bisnis: Dialektika etika dengan realitas*. UIN-Maliki Press. *Anatomi perilaku bisnis: Dialektika etika dengan realitas*. <https://repository.uin-malang.ac.id/1350/>
- Kharisma, E., & Vanni, K. M. (2025). Strategi Bank Syariah Dalam Mendukung Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 169–182.
- Rahmawati, F., & Ridlwan, A. A. (2022). Implementasi Islamic Entrepreneurship Dalam Mengelola Usaha. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 8(1), 86–102.

- Vahlevi, D. R. L., & Suwoto, A. D. (2024). Islamic Business Ethics in Restaurant Marketing Strategy. *Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 3(1), 124–131.
- Wahid, K., & Syakur, A. (2023). Konsep Islamicpreneurship Dalam Pertumbuhan Ekonomi Perspektif Al-Qur'an. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 2(2), 83–96.