

# Sekilas **EKONOMI ISLAM**

## Tantangan di Era Society 5.0

Dr. H. Kamaruddin, S.Pd., M.M, CRP, CFRM.

Dr. Azhari, SE., M.Si., Ak, CA., Asean CPA.

Dr. Mai Simahatie, S.E., M.M.

Dr. Ir. Ibrahim, M. Si.

Chairul Bariah, SE., M.M.

Editor:

Prof. Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag

Drs Win Konadi M.Si.

*Sekilas*

**EKONOMI**

**ISLAM**

**Tantangan di Era Society 5.0**



# *Sekilas* **EKONOMI ISLAM**

## **Tantangan di Era Society 5.0**

**Dr. H. Kamaruddin, S.Pd., M.M, CRP, CFRM.**

**Dr. Azhari, SE., M.Si., Ak, CA., Asean CPA.**

**Dr. Mai Simahatie, S.E., M.M.**

**Dr. Ir. Ibrahim, M. Si.**

**Chairul Bariah, SE., M.M.**

**Editor:**

**Prof. Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag.**

**Drs. Win Konadi, M.Si.**



—Medan: Merdeka Kreasi, 2026  
viii, 156 hlm., 23 cm.  
Bibliografi : hlm 135  
ISBN : 978-634-7388-74-2

Hak Cipta © 2026, Pada Penulis

---

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apapun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit.

---

## **2026.**

- Dr. H. Kamaruddin, S.Pd., M.M, CRP, CFRM.
- Dr. Azhari, S.E., M.Si., Ak, CA., Asean CPA.
- Dr. Mai Simahatie, S.E., M.M.
- Dr. Ir. Ibrahim, M.Si.
- Chairul Bariah, S.E., M.M.

## **SEKILAS EKONOMI ISLAM : Tantangan di Era Society 5.0**

---

Cetakan ke-1, April 2026

Hak penerbitan pada CV. Merdeka Kreasi

Editor : Prof. Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag.  
Drs. Win Konadi, M.Si.

Layout : Sinatria Pamayung Samosir, S.E.

Desain Cover : Tim Kreatif Merdeka Kreasi

---

## **Dicetak di Merdeka Kreasi Group**

---

CV. Merdeka Kreasi Group  
Anggota IKAPI No. 048/SUT/2021

Alamat : Jl. Gagak Hitam, Komplek Bumi Seroja Permai  
Villa 18, Medan Sunggal (20128)

Telepon : 061-8086-7977 | 0821-6710-1076

Email : merdekakreasi2019@gmail.com

Website : merdekakreasi.co.id



# KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga buku yang berjudul “Sekilas Ekonomi Islam: Tantangan di Era Society 5.0” ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari kegelapan menuju cahaya peradaban yang berlandaskan nilai-nilai tauhid dan keadilan.

Buku ini disusun sebagai upaya untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai ekonomi Islam, baik dari sisi konseptual maupun implementatif, sekaligus menjawab tantangan perkembangan zaman, khususnya dalam menghadapi era Society 5.0 yang ditandai dengan integrasi teknologi digital dan kehidupan manusia. Dalam konteks ini, ekonomi Islam tidak hanya dipandang sebagai sistem alternatif, tetapi juga sebagai solusi yang memiliki nilai moral, etika, dan keberlanjutan dalam pembangunan ekonomi modern.

Pada bagian awal, buku ini menguraikan sekilas tentang ekonomi Islam dan implementasinya, termasuk pentingnya



memahami sumber-sumber utama dalam ekonomi Islam sebagai landasan berpikir dan bertindak. Selanjutnya, pembahasan diperluas pada praktik ekonomi Islam melalui lembaga keuangan syariah, potensi serta tantangan yang dihadapi, termasuk dinamika industri keuangan syariah di Indonesia dan penguatan regulasi di daerah seperti Aceh.

Pembahasan berikutnya mengangkat tema Islamic marketing sebagai pendekatan strategis dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen di era digital. Tidak hanya itu, buku ini juga menyoroti kontribusi ekonomi Islam dalam pembangunan berkelanjutan, yang menjadi isu penting dalam agenda global saat ini.

Di bagian selanjutnya, penulis menguraikan peluang dan tantangan industri keuangan syariah dalam menghadapi era Society 5.0, termasuk perkembangan ekonomi digital, pasar global, serta peran pasar modal syariah. Buku ini ditutup dengan pembahasan mengenai pemikiran intelektual ekonomi Islam, yang mencakup kontribusi para cendekiawan Muslim klasik hingga kontemporer, seperti konsep masalah, sistem ekonomi Islam, serta relevansi pemikiran tersebut dalam konteks modern.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan guna penyempurnaan di masa yang akan datang. Harapan penulis, semoga buku ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi referensi bagi akademisi, praktisi, dan masyarakat luas dalam memahami dan mengembangkan ekonomi Islam di era yang terus berkembang.

Akhir kata, semoga segala ikhtiar ini mendapat ridha dari Allah SWT dan menjadi amal jariyah yang bermanfaat.

*Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Medan, 28 April 2026

Penulis





# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>BAB 1. SEKILAS EKONOMI ISLAM DAN IMPLEMENTASINYA</b> .....	1
A. Pengantar.....	1
B. Sekilas Ekonomi Islam .....	8
C. Pentingnya Mengenal Sumber Ekonomi Islam.....	14
D. Penutup.....	18
<b>BAB 2. MENJALANKAN EKONOMI ISLAM, LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DAN TANTANGAN DI ERA SOCIETY 5.0</b> .....	21
A. Potensi Ekonomi dan Lembaga Keuangan Berbasis Syariah .	21
B. Industri Keuangan Syariah Indonesia.....	27
C. Penguatan LKS di Aceh Dengan Qanun .....	34
D. Sekilas Masalah Perbankan Syariah.....	39
E. Prinsip Produk Perbankan Syariah.....	43
F. Tren Perbankan Syariah vs Costumer Royalty .....	48

<b>BAB 3. ISLAMIC MARKETING DAN TANTANGAN DI ERA SOCIETY 5.0</b> .....	55
A. Islamic Marketing .....	55
B. Tantangan Implementasi Islamic Marketing.....	60
C. Strategi dalam Islamic Marketing.....	65
D. Peran Islamic Marketing .....	69
E. Penutup.....	77
<b>BAB 4. KONTRIBUSI EKONOMI ISLAM BAGI PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN</b> .....	81
A. Pengantar.....	81
B. Ekonomi Islam Dalam Pembangunan .....	84
C. Penutup.....	88
<b>BAB 5. PELUANG &amp; TANTANGAN INDUSTRI KEUANGAN SYARIAH MENGHADAPI ERA SOCIETY 5.0</b> .....	93
A. Pengantar.....	93
B. Era Societi 5.0 & Ekonomi Digital .....	97
C. Penutup : Perkembangan Keuangan Syariah .....	107
1. Pasar Bisnis Syariah dalam Persaingan Pasar Global....	107
2. Pasar Modal Syariah .....	110
<b>BAB 6. SEKILAS PEMIKIRAN INTELEKTUAL EKONOMI ISLAM</b> .....	117
A. Kontribusi Cendekiawan Muslim .....	117
1. Konsep Masalah Imam Al-Ghazali .....	117
2. Aliran Iqtishaduna Muhammad Baqir al-Sadr .....	121
3. Sistem Ekonomi Islam Abu Yusuf .....	125
B. Beberapa Temuan Riset Ekonomi Islam .....	127
1. Pemikiran Ekonomi Modern - Warisan Intelektual Muslim .....	127
2. Potensi Ekonomi Islam (Syariah) di Indonesia .....	131
3. Potensi Ekonomi Pajak - Membangun Moral .....	133
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	135
<b>BIOGRAFI PENULIS &amp; EDITOR</b> .....	147



# BAB 1

## SEKILAS EKONOMI ISLAM DAN IMPLEMENTASINYA

### A. PENGANTAR

Ekonomi Islam sumber utamanya pada Al-Qur'an dan As-Sunnah (Hadis), yang menjadi pedoman fundamental dalam aktivitas ekonomi untuk mencapai kesejahteraan berdasarkan syariah. Hal ini sejalan dengan pandangan para ulama dan pemikir ekonomi Islam, seperti Ibnu Katsir (dalam tafsirnya mengenai prinsip ekonomi), serta prinsip-prinsip yang didukung oleh tokoh lainnya, seperti Abul A'la Al-Maududi, yang menekankan bahwa aturan ekonomi harus berdasarkan wahyu untuk mencapai keadilan.

Sumber hukum ini kemudian dikembangkan melalui *Ijma'* (konsensus para ulama) dan *Qiyas* (analogi hukum), serta didukung metode seperti *maslahah mursalah* (kemaslahatan umum). Sehingga, aktivitas ekonomi dalam agama Islam merupakan bagian dari *mu'amalah*. Jika diperhatikan lebih lanjut bidang *mu'amalah* termasuk ke dalam kategori ibadah *'ammah*, yang memiliki pengertian tata aturan pelaksanaannya masih bersifat umum. Aturan-aturan yang masih bersifat umum tersebut oleh para ulama dirumuskan ke dalam sebuah kaidah Ushul Fiqh yang berbunyi:

الأصل في المعاملة الإباحة إلا أن يدلّ دليل على تحريمها.

*“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.*

Dengan demikian, pada prinsipnya setiap aktivitas mu’amalah/ekonomi adalah boleh dilakukan, seperti transaksi jual beli, aktivitas sewa menyewa, kerja sama antara beberapa pihak, (*mudharabah* atau *musyarakah*), perwakilan (*wakalah*), gadai, dan lain-lain, kecuali aktivitas yang secara tegas dilarang/diharamkan (Barri, 2022).

Prinsip utama dalam fiqh muamalah adalah kebolehan (*al-ibahah*), sehingga segala transaksi-transaksi muamalah boleh dilakukan sepanjang tidak bertentangan dengan syariat. Seperti terungkap dalam firmanNya, Allah Swt menyatakan dalam QS. Al-Baqarah/2 : 22.

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَنْدَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ.

*“(Dialah) yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan Dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia hasilkan dengan hujan itu buah-buahan sebagai rezki untukmu; Karena itu janganlah kamu mengadakan tandingan-tandingan bagi Allah padahal kamu mengetahui.”*

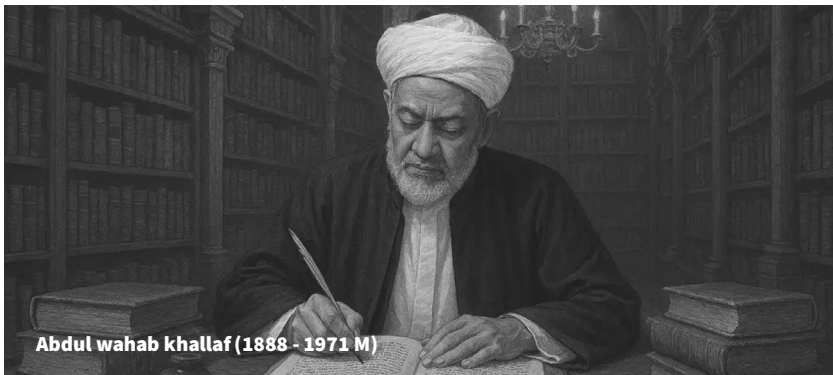
Dan dilanjutkan pada ayat berikutnya yang disebutkan dalam QS. Al-Baqarah/2 : 29.

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ.

*“Dia-lah Allah, yang menciptakan segala yang ada di bumi untukmu kemudian Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu menyempurnakannya menjadi tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu.”*

Narasi tentang aktivitas ekonomi, lebih tegas dalam QS. Al-Baqarah (2): 275, yang dimaknanya “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.” (QS. Al-Baqarah (2): 275). Hukum ini, termasuk aspek mua’alah ini dijelaskan tidak lebih dari 500 ayat atau 5,8 % dari keseluruhan ayat Alquran.

Dalam penelitiannya, Abdul Wahab Khallaf (Barri, 2022) mengatakan yang termasuk dalam bagian *mu’amalah* antara lain: Hukum-hukum yang berkaitan dengan hukum keluarga (*al-ahwal al-syakhshiah*) yang terdiri dari 70 ayat. Hukum Perdata terdiri dari 70 ayat (*ahkam Madniyah*). Hukum Pidana terdiri dari 30 ayat (*ahkam al-Jinayah*). Hukum Acara terdiri dari 13 ayat (*ahkam al-Murafa’at*). Hukum Peradilan terdiri dari 10 ayat (*ahkam al-qada’*). Hukum Tata Negara terdiri dari 25 ayat (*ahkam al-Dauliyah*). Dan Hukum Ekonomi terdiri dari 10 ayat (*ahkam al-Iqtisadiyah wa al-Maliyah*).



**ABDUL WAHAB KHALLAF** merupakan salah satu pemikir Islam yang pemikirannya dapat dijadikan motivasi untuk terus belajar ditengah keterpurukan yang dialaminya dimana beliau hidup pada zaman kolonialisme Inggris di Mesir pada tahun 1914. Beliau memiliki rasa berontak terhadap kolonialisme yang terjadi di dalam bangsanya.

Aktivitas ekonomi Islam merupakan anjuran yang memiliki nilai ibadah, bahkan aktivitas dalam rangka pemenuhan kebutuhan hidup ini merupakan perintah, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Jumu’ah/62 : 10.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ  
كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.*

Dimana kitab suci Islam, memberikan tuntunan kepada manusia dalam mendapatkan harta, yakni melalui usaha-usaha yang baik dan halal dan menjauhkan diri dari hal-hal yang batil dan diharamkan.

Dengan dasar hukum yang tertera dalam QS. al-Nisâ: (4): 29, lalu Sayyid Quthb menjelaskan maksudnya ada larangan bagi manusia memakan harta dengan cara yang batil. Sedangkan Ibn Katsîr mengatakan ayat tersebut mengandung makna usaha yang dilakukan dengan semua cara yang batil, bertentangan dengan perintah Allah Swt.

Membahas korelasi ekonomi dengan agama merupakan kajian yang menarik. Secara literal, keduanya berbeda karena agama berkaitan dengan akhirat yang menempatkan wahyu sebagai kebenaran sejati sementara ekonomi berkaitan dengan aktivitas keduniawian. Karenanya, ekonomi dan agama seperti dua hal yang terpisah, berdiri sendiri dan tidak memiliki korelasi satu sama lain. Namun, agama sesungguhnya tidak boleh dipahami sebatas akhirat saja, tetapi juga perlu dipahami melalui pemahaman, interpretasi dan pengamalan pemeluk agama terhadap ajaran agama tersebut dalam bentuk norma, nilai, maupun etika perilaku para pemeluknya dalam kehidupan sehari-hari (Abdullah, 2011).

Kajian kedua hal diatas, mulai marak diteliti dan dijadikan tulisan dan buku referensi baik di dunia barat dan timur. Dengan munculnya konsep ekonomi islam, misalnya menurut M. Sholihul Aziz, *iqtishad* merupakan istilah yang terbilang masih baru di kalangan masyarakat umum dan pemaknaan yang dirujuk dari kata tersebut juga masih menjadi perdebatan di kalangan para ahli

ekonomi. Ada sebagian yang mengartikan bahwa *iqtishad* hanya merupakan padanan kata dari istilah ekonomi Islam, dan ada sebagian yang menafsirkan bahwa *iqtishad* adalah sebuah paradigma ekonomi yang merujuk pada ekonomi yang adil dan seimbang (Muhammad, 2022).

Kata '*iqtishad*' seringkali diterjemahkan sebagai ekonomi. Sehingga *al-iqtishad al-Islamy* berarti ekonomi Islam. Dalam *Lisanul Arab*, kata *Iqtisad* berasal dari akar kata *qashadu/ qashdu* yang berarti lurus, sebagaimana disebutkan dalam firman Allah dalam QS. Al-Nahl/16 : 9.

وَعَلَى اللَّهِ قَصْدُ السَّبِيلِ وَمِنْهَا جَائِرٌ وَلَوْ شَاءَ لَهَدَيْكُمْ أَجْمَعِينَ.

*“Dan hak bagi Allah (menerangkan) jalan yang lurus, dan di antara jalan-jalan ada yang bengkok. dan Jikalau Dia menghendaki, tentulah Dia memimpin kamu semuanya (kepada jalan yang benar)”*.

Sedangkan *Taj al-Arus* menyebut *iqtisad* berasal dari kata *qashada/ qashdu* yang berarti sederhana, yang berada di antara *bakhil* dan *israf*. *Qashdu* bermakna *al wasthu baina al tharfaini* berarti pertengahan antara dua sisi; tidak berlebihan dan tidak abai, tidak kikir dan tidak boros. Kata *iqtishad* bentuk mashdar dari *iqtashada-yaqtashidu-iqtishadan-muqtashid-muqtashad*, berarti hemat, moderat, tidak berlebihan, seimbang, tegak, dan adil (Muhammad, 2022; Aziz, 2008).

Dalam literatur tentang *iqhthisad*, Sufyan bin Hussein *rahimahullah* bertanya kepada para sahabat dan muridnya: Tahukah kamu apa itu *al-iqthishad*? Beliau menjelaskan:

*“Ini adalah hal di mana tidak ada kelebihan atau kekurangan; Artinya, tidak ada sifat boros atau kikir di dalamnya.”*

Penjelasannya tersebut tiada lain sebagai penafsiran atas QS. al-Furqan: 67.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

*“Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar”.*

Al-Qur’an menyebutkan beberapa kata yang se-akar dengan *iqtishad*, seperti *waqshid fi masyyika* (sederhanalah/ tegaklah) dalam berjalan dan hindari kesombongan, Luqman: 19); *qashdu al sabil* (jalan yang lurus, Al Nahl: 9); *ummatun muqtashidah* (umat pertengahan, Al-Maidah: 66); *fa minhum muqtashid* (mereka yang menempuh jalan yang lurus, Luqman: 32); *wa minhum muqtashid* (di antara mereka ada yang pertengahan, Fathir: 32).

Rasulullah SAW menjelaskan kepada kita nilai ini dan tempatnya dalam Islam:

السَّمْتُ الْحَسَنُ وَالتُّؤَدَةُ وَالْإِقْتِصَادُ جُزْءٌ مِنْ أَرْبَعَةٍ وَعِشْرِينَ جُزْءًا مِنَ النَّبُوءَةِ.

*“Perangai yang baik, sikap kehati-hatian dan tidak berlebihan (iqtishad) merupakan bagian dari dua puluh empat bagian kenabian” [Hasan, HR. Tirmidzi].*

Makanya dalam Islam, tidak ada dikotomi agama dengan ekonomi maupun berbagai aspek kehidupan. Agama dalam Islam, tidak sama dengan konsep agama seperti yang dipahami di “Barat”. Pandangan islam, agama bukan hanya berkaitan dengan spiritualitas dan ritualitas, namun merupakan serangkaian keyakinan, ketentuan dan peraturan serta tuntutan moral bagi setiap aspek kehidupan manusia. Islam memandang agama sebagai suatu jalan hidup yang melekat pada semua aktivitas kehidupan, baik ketika beribadah maupun ketika berinteraksi dengan sesama manusia dan alam semesta.

Karenanya, istilah yang digunakan untuk agama dalam Al-Qur’an adalah *din*, yang tidak terbatas pada ibadah dalam aktivitas ritual dan iman saja, namun meliputi seluruh cara hidup, interaksi sosial, termasuk politik dan ekonomi (Naqvi & Nadvi, 2024).

Abdullah (2010) menyatakan:

*“Agama memuat berbagai bentuk ajaran positif yang mendorong manusia untuk melakukan sebuah tindakan, secara sadar maupun di bawah sadar manusia selalu menjadikan agama sebagai dasar untuk berbagai aktivitas, termasuk kegiatan ekonomi”.*

Maka simpulan para muslim, agama dan ekonomi merupakan sesuatu yang integral, ekonomi dibangun berdasarkan prinsip-prinsip agama sehingga tidak berlebihan jika dikatakan bahwa ekonomi merupakan representasi pelaksanaan ajaran Islam secara menyeluruh. Bagi seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama islam.

Dengan kata lain, *religiusitas* adalah dorongan naluri untuk meyakini dan melaksanakan dari agama yang diyakininya, dalam wujud taat kepada agama yang dianut meliputi keyakinan kepada Tuhan, peribadatan, dan norma yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhan.

Hal ini, harusnya disadari oleh para muslim di tanah air Indonesia, yang juga ikut dalam ranah lagi kegiatan ekonomi islam dengan, kaedah syariah, termasuk dalam berbisnis, berdagang dan investasi.

Tinggi rendahnya semangat, sikap dan perilaku masyarakat terkait agama dan religiositas sangat terkait dengan konteks yang berkembang atau dikembangkan, namun secara umum terdapat dua jenis religiositas yaitu *religiositas social* dan individual. Glock dan Stark sebagaimana dikemukakan Holdcroft (2006) mengembangkan religiositas individual ke dalam lima dimensi, yaitu dimensi ideologis (keyakinan), ritualistis (praktik), eksperensial (pengalaman), intelektual (pengetahuan), dan konsekuensi (penerapan atau pengamalan).

Dimensi ideologis berkenaan dengan seberapa tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang fundamental atau bersifat dogmatis. Seperti keyakinan dalam praktik ekonomi syariah itu sudah betul dengan

landasan yang kuat dan ada unsur keimanan disana, menghindari riba dan berlaku adil investasi dan bisnis.

Dimensi eksperiensial berkenaan dengan seberapa tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman religius. Dimensi intelektual/pengetahuan berkenaan dengan seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran pokok sebagaimana termuat dalam kitab sucinya.

Sedangkan dimensi pengamalan/ konsekuensi berkenaan dengan seberapa tingkat seseorang dalam berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya. Kelima dimensi religiusitas tersebut, oleh Menouar disesuaikan dengan ajaran Islam dan menghasilkan indikator-indikator yang menjelaskan konten masing-masing dimensi (Menouar, Yasemin dan Stiftung, 2014).

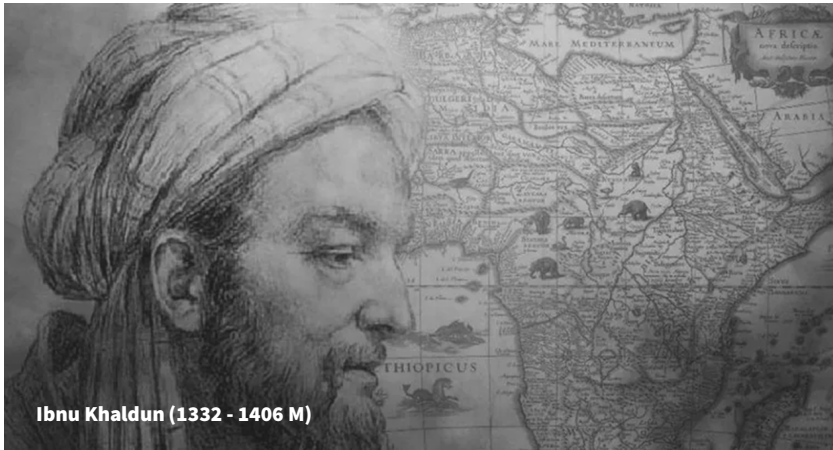
## **B. SEKILAS EKONOMI ISLAM**

Selama ini, ekonomi Islam juga kerap disebut dengan ekonomi syariah. Kedua istilah merujuk pada makna yang sama dan hanya berbeda pada pemakaian kata. Ekonomi Syariah atau ekonomi islam merupakan salah satu jenis sistem ekonomi yang saat ini berkembang di dunia, terutama negara-negara dengan mayoritas penduduk muslim. Penerapan ekonomi syariah (islam) sebagai sistem dilandaskan nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadist.

Perkembangan sistem ekonomi Islam selama ini diikuti dengan kemunculan pemikiran banyak ahli, khususnya dari kalangan muslim, mengenai bidang ini. Karena itu, dalam hal pengertian ekonomi Islam, sejumlah ahli juga telah menyodorkan berbagai definisi.

Berbicara ekonomi Islam, beberapa peneliti dan ahli mencoba juga memodifikasi indikator-indikator dalam ranah prinsip ekonomi islam tersebut. Ibnu Khaldun (2001) menempatkan aktivitas ekonomi sebagai faktor utama dalam kemajuan peradaban dan

menekankan peran kerja, pasar dan negara sebagai elemen dinamis dalam siklus sosial.



**IBNU KHALDUN**, adalah sejarawan, sosiolog, dan ekonom Muslim terkemuka asal Tunisia yang diakui sebagai bapak historiografi dan ilmu sosial. Karya terbesarnya adalah Muqaddimah, yang ditulis sebagai pendahuluan *Kitab al-Ibar*, memuat pemikiran mendalam tentang peradaban, sosiologi, dan teori ekonomi. Tokoh Islam ini lahir di Tunis, Tunisia, 27 Mei 1332. Lulusan dari Universitas Zaitunah.

Ia juga diakui sebagai ahli politik Islam dan bapak Ekonomi Islam karena telah mengemukakan pemikirannya tentang teori ekonomi yang logis dan realistis. Hal ini terjadi bahkan sebelum Adam Smith dan David Ricardo mengembangkan teori-teori ekonomi mereka.

Al-Ghazali (1995) dalam *Ihya' Ulum al-Din* menegaskan pentingnya keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual dalam perilaku ekonomi manusia.

Pemikiran para ulama tersebut membentuk fondasi awal ekonomi Islam yang tidak hanya bersifat religious, tetapi juga rasional dan empiris. Konsep keadilan distributif, larangan eksploitasi, serta penguatan solidaritas sosial menjadi prinsip universal yang relevan lintas zaman (Abidah, 2025).

Oleh karenanya, kajian terhadap sejarah pemikiran ekonomi Islam memiliki posisi fundamental dalam memahami konstruksi epistemologis dan praktis ekonomi umat. Sejak masa awal Islam, prinsip-prinsip ekonomi telah tertanam dalam ajaran syariat yang menekankan keadilan, keseimbangan dan kemaslahatan sosial. Aktivitas ekonomi pada masa Nabi Muhammad SAW berorientasi pada nilai moral dan sosial, bukan sekedar pencarian keuntungan materi.

Maka dalam hal ini, penulis kaitkan prinsip ekonomi islam tersebut, yakni adanya unsur keyakinan, ritual (agama), pengamalan dan pengalaman. Dimensi keyakinan dapat disejajarkan dengan aqidah islam, yakni menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya. Dengan unsur ini, misalnya, akan yakin pada *Brand image* pada perbankan syariah yang menjalankan misi *Religiosity* (Kamaruddin, *et al.*, 2024).

Dimensi praktik agama disejajarkan dengan syariah, dimensi peribadatan (praktik agama) atau syariah menunjuk pada seberapa tingkat kepatuhan muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana disuruh dan diajarkan oleh agamanya, termasuk bekerja, berdagang dan mencari nafkah dan berbisnis juga memiliki niat ibadah. Praktik Zakat, larangan riba dan penegakan etika muamalah menjadi cerminan bahwa sistem ekonomi Islam tumbuh dari kesadaran moral yang integral dengan aqidah dan ibadah.

Dalam buku “Konsep Ilmu Ekonomi” (2020) terbitan Kemdikbud, pengertian ekonomi Islam atau ekonomi syariah secara umum adalah ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usahanya memenuhi kebutuhan hidup dengan berdasarkan syariat/ nilai-nilai ketuhanan. Sedangkan Muhammad Nejatullah al-Siddiqi, seperti dikutip di buku Prinsip Dasar Ekonomi Islam Maqashid Al-Syariah (Riyadi & Fauzia, 2014) menyebutkan bahwa pengertian ilmu ekonomi syariah adalah cara umat islam dalam menghadapi hal yang berbau ekonomi, dan saat itu memakai Al-Quran, Sunnah, akal, dan pengalamannya sebagai acuan atau landasannya.

Sementara Louis Cantori (dalam Adinugraha, 2013) menyatakan “ilmu ekonomi Islam tidak lain merupakan upaya

untuk merumuskan ilmu ekonomi yang berorientasi manusia dan berorientasi masyarakat yang menolak eksek individualisme dalam ilmu ekonomi klasik”. Louis Cantori berpendapat bahwa ilmu ekonomi adalah ilmu yang didasari atas segi Islam. Yaitu mengenai masalah yang menjamin berputarnya harta yang dimiliki oleh manusia.

Nabi Muhammad SAW pun menyampaikan dengan pernyataan: *“kamu lebih mengetahui urusan duniamu”*. Hadits ini sebagai jawaban atas masalah penyerbukan kurma yang tidak berhasil dilakukan oleh seorang muslim setelah meminta pendapat kepada baginda Rasulullah SAW. Hadits ini pun memberikan pesan pada kita bahwa dalam masalah teknis memproduksi barang dan jasa perkaranya diserahkan kepada manusia.

Prinsip dasar ekonomi Islam adalah keyakinan kepada Allah Azza Wa Jalla. Dengan keyakinan akan peran dan kepemilikan absolute dari Allah, maka konsep produksi dalam Islam, misalnya, tidak semata-mata bermotif memaksimalkan keuntungan dunia, tetapi lebih penting untuk memaksimalkan keuntungan akhirat. Hal ini dapat dilihat dari surat Al-Qashash ayat 77 yang mengingatkan manusia untuk mencari kesejahteraan akhirat tanpa melupakan urusan dunia.

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا  
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ.

*“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”*

Sebagaimana disebut di awal, bahwa aktivitas ekonomi dalam agama Islam merupakan bagian dari *mu’amalah*. Jika diperhatikan

lebih lanjut bidang mu'amalah termasuk ke dalam kategori ibadah 'ammah, yang memiliki pengertian tata aturan pelaksanaannya masih bersifat umum. Aturan-aturan yang masih bersifat umum tersebut oleh para ulama dirumuskan ke dalam sebuah kaidah Ushul Fiqh yang berbunyi:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

*“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.*

Pada prinsipnya setiap aktivitas mu'amalah/ekonomi adalah boleh, kecuali aktivitas yang secara tegas dilarang/ diharamkan. Hal ini, dijelaskan tuntas dalam buku Muhammad Yafiz & Iqbal (2022), yang mengungkapkan; “setiap muamalah dan transaksi, pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, kerja sama (mudharabah atau musyarakah), perwakilan (wakalah), dan lain-lain, kecuali yang tegas diharamkan seperti mengakibatkan kemudharatan seperti tipuan (*tadlis*), ketidakpastian (*taghrir*), perjudian dan riba”.

Berangkat dari QS. Al-Maidah/5 : 87.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا  
إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ.

*“Wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu haramkan segala kebaikan yang dihalalkan Allah, dan janganlah kamu menjadi orang pembangkang karena sesungguhnya Allah tidak suka kepada orang pembangkang”*

Juga Hadis riwayat Imam Al-Hakim dari Abu Darda’:

*“Apa yang dihalalkan Allah dalam kitabnya merupakan suatu yang halal, dan apa yang diharamkan merupakan sesuatu yang haram hukumnya, dan apa yang didiamkan Allah itu pertanda kemaafannya. Maka ambillah kemaafan dari Allah, karena sesungguhnya Allah tidak pernah lupa”.*

Jadi prinsip utama dalam fiqih muamalah adalah kebolehan (*al-ibahah*), sehingga segala transaksi-transaksi muamalah boleh dilakukan sepanjang tidak bertentangan dengan syariat agama Islam (QS. Al-Baqarah ayat 22 dan 29).

Dengan berpegang pada kaidah tersebut di atas, maka setiap muslim diberi kebebasan untuk melakukan aktivitas-aktivitas. Suatu transaksi pada dasarnya harus dilandasi kerelaan kedua belah pihak dan hasilnya adalah sah dan mengikat kedua belah pihak terhadap diktum yang ditransaksikan (Yafiz & Iqbal, 2022).

Syarat terpenuhinya suatu keridhoan dalam akad menurut Yafiz & Iqbal (2022) adalah:

1. Keridhoan yang ada hendaknya bukanlah keridhoan untuk menghalalkan apa yang diharamkan Allah atau mengharamkan apa yang dihalalkan Allah, menggugurkan apa yang diwajibkan Allah, karena yang demikian itu sebenarnya merupakan kebathilan yang sudah dipermainkan.
2. Tidak ada sebab kuat yang menjadikan ridha wali orang yang berakad jadi sia-sia atau memaksa wali (melakukan akad dengan memaksa walinya seakan ridho) maka pada saat itu keridhoannya tidak dianggap.
3. Keridhoannya tidak berlawanan/menyalahi esensi dari akad, karena pada setiap akad ada maksud dan tujuan tertentu yang diinginkan bagi yang bertransaksi, seperti akad nikah.

Beberapa hukum dan perintah islam berkaitan dengan bisnis Syariah dalam lingkup menjalankan aktivitas ekonomi, seperti dalam mengelola fasilitas yang telah Allah berikan kepadanya, manusia dilarang berbuat zhalim. (QS. Al-A'raf: 85) dengan mengingat aturan tegas Allah, yakni:

فَاَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ.

*“Sempurnakanlah takaran dan timbangan, dan jangan kamu merugikan orang sedikit pun”.*

Manusia tidak dibenarkan berperilaku serakah, ia dituntut untuk membantu terhadap sesama agar tercipta pemerataan ekonomi dalam masyarakat, sebagaimana firman Allah QS. Adz-Zariyat/51 : 19.

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ.

*“Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian”.*

Suatu hal yang perlu dikutip:

*“Jika penjual dan pembeli jujur dan menjelaskan kecacatan barangnya, maka akad jual belinya akan di berkati.” Namun, jika ada kebiasaan berbohong atau menyembunyikan cacat pada barangnya, maka akad jual belinya akan dicabut” (HR. Bukhari).*

Chapra (1992) menegaskan bahwa tujuan ekonomi Islam bukan hanya efisiensi, tetapi juga keadilan dan kesejahteraan yang berkelanjutan. Tokoh lain, Al-Sadr (1982) melalui *Iqtishaduna* dan Khurshid Ahmad (1980) dalam *Studies in Islamic Economics* menegaskan bahwa ekonomi Islam harus dilihat sebagai sistem nilai yang menyeluruh. Al-Sadr menolak pandangan dikotomis antara ekonomi dan agama, sementara Khursid Ahmad menekankan pentingnya integrasi ilmu ekonomi dengan prinsip tauhid.

### **C. PENTINGNYA MENGENAL SUMBER EKONOMI ISLAM**

Suatu keniscayaan, apa yang disebutkan Khan (1998) bahwa perlu diketahui sumber dalam kajian dan penetrapan ekonomi Islam, jika tidak ingin berisiko terjebak dalam dua ekstrem, yakni dogmatisme yang terlepas dari konteks sosial atau modernisme yang kehilangan akar normatifnya. Oleh karenanya, hal ini untuk memastikan kesahihan dan keberlanjutan keilmuan Islam.

Maka sebagaimana dinyatakan sebelumnya, sumber utama dalam ekonomi Islam yakni dari wahyu, yakni al-Qur’an dan

hadis, yang mengandung nilai-nilai universal seperti keadilan, keseimbangan dan tanggung jawab sosial. Sumber normatif berfungsi sebagai kerangka nilai yang membimbing aktivitas ekonomi agar tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga pada kemaslahatan manusia secara menyeluruh. Di sisi lain, sumber sekunder meliputi hasil *ijtihad* para ulama, pemikiran para cendekiawan kontemporer, serta data empiris yang berkembang dalam konteks sosial ekonomi modern.

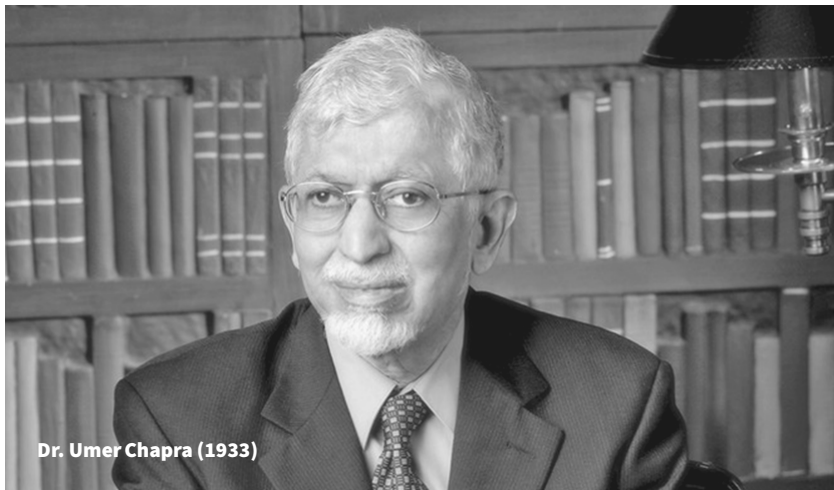
Dengan demikian, integrasi antara sumber wahyu dan realitas empiris menjadi keniscayaan agar ekonomi Islam tetap hidup dan mampu menjawab kebutuhan masyarakat (Abidah, *et al.*, 2025).

Al-Qur'an, Hadis Nabi, serta *Ijtihad* merupakan tiga poros utama yang saling melengkapi dalam pengetahuan dan praktek ekonomi Islam, agar tidak terlepas dari akar wahyu dan tradisi keilmuan Islam itu sendiri. Oleh karena itu, studi atas sumber utama menjadi titik berangkat yang menentukan arah seluruh analisis ekonomi Islam, baik dalam bidang keuangan, kebijakan publik, maupun pembangunan sosial.

Dalam kitab Al-Qur'an terdapat hal-hal prinsip yang membicarakan mengenai aspek spiritual dalam memberikan pedoman moral dan sosial serta spirit yang berkaitan erat dengan ekonomi, seperti keadilan dalam transaksi, distribusi kekayaan, larangan riba, dan tanggung jawab terhadap kaum miskin. Prinsip keadilan (*'adl*) dan keseimbangan (*mizan*) menjadi fondasi dalam pengaturan kehidupan ekonomi agar tidak terjadi ketimpangan dan eksploitasi.

Dalam ekonomi kerakyatan, al-Qur'an berbicara tentang masalah zakat, infak, dan larangan penimbunan harta menunjukkan orientasi al-Qur'an terhadap pemerataan kesejahteraan. Dalam konteks ekonomi Islam modern, Chapra dan Mannan berupaya mentransformasikan nilai-nilai Qur'ani menjadi kerangka teoritis yang sistematis dan relevan dengan tantangan kontemporer. Chapra (1992) menekankan pentingnya *value-oriented development*, yakni

pembangunan yang berpijak pada nilai moral Islam seperti keadilan sosial, kesejahteraan, dan keseimbangan distribusi.



**Dr. UMER CHAPRA** lahir di Pakistan pada tahun 1933. Ia meraih gelar sarjana dan magister di Universitas Karachi serta gelar doktor di Universitas Minnesota. Karier: Pernah bekerja di Institut Ekonomi Pembangunan dan Institut Penelitian Islam di Pakistan. Dosen tetap bidang ekonomi di Universitas Wisconsin dan Universitas Kentucky. Konsultan bagi Organisasi Moneter Arab Saudi selama 34 tahun, dan selama masa itu ia dianugerahi kewarganegaraan Arab Saudi. Selain itu, ia merupakan anggota Royal Economic Society (London), American Economic Association, Saudi Economic Association, dan Islamic Economic Association. Ia telah menerbitkan sekitar 15 buku dan monograf serta lebih dari 90 artikel dan ulasan buku.

Sementara Mannan (1980) berfokus pada integrasi antara prinsip syariah dan teori ekonomi modern, dengan menyoroti peran manusia sebagai khalifah yang bertanggung jawab atas pengelolaan sumber daya.

Lalu Sunnah Nabi sebagai sumber pelengkap praktis yang dapat memberikan contoh konkret dalam praktik ekonomi, baik dalam perdagangan, kontrak bisnis, maupun kebijakan sosial. Rasulullah

Muhammad SAW dikenal sebagai figur pedagang yang jujur dan adil, serta memberikan teladan tentang etika ekonomi seperti kejujuran (*sidq*), kepercayaan (*Amanah*), dan tolong-menolong (*ta'awun*).

Dalam hadis-hadisnya, kita bisa dapatkan banyak shahih hal yang menjadikan konsep ekonomi Islam dapat dikaji dan dikembangkan, selaras dengan kebutuhan ber-ekonomi (*mu'amalah*). Prinsip *mu'amalah* seperti larangan monopoli (*ihtikar*), kewajiban menunaikan akad dengan benar, dan anjuran bagi pelaku bisnis untuk menghindari spekulasi.

Larangan monopoli (*ihtikār*) diperoleh dari hasis HR. Muslim yang mentakan Nabi bersabda:

لَا يَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِئٌ (رواه مسلم)

*“Tidaklah seseorang melakukan penimbunan (ihtikar) kecuali ia berdosa”.*

Hal ini jelas menunjukkan kepada kita bahwa penimbunan barang untuk memperoleh keuntungan berlebihan adalah perbuatan tercela. Sedang, kewajiban menunaikan akad dengan benar, Nabi SAW menyatakan:

الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ، إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا، أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا

رواه أبو داود والترمذي

*“Kaum Muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka, kecuali syarat yang menghalalkan yang haram atau mengharamkan yang halal” (HR. Abu Dawud dan Tirmidzi).*

Dan tentang larangan terhadap spekulasi dan ketidakjelasan (*gharar*) ditegaskan dalam hadis Riwayat Muslim, bahwa:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ (رواه مسلم)

*“Rasulullah melarang jual beli yang mengandung gharar” (HR. Muslim).*

Jadi oleh para pewaris nabi, yakni Ulama bertugas memberi pemahaman umat Islam setelah wafatnya Nabi, menafsirkan hadis-hadis ini dalam kerangka hukum ekonomi Islam melalui kaidah *fiqih muamalah*, yang menjadi dasar bagi pembentukan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) kontemporer. Maka dapat kita simpulkan, hadis tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif karena memberikan pedoman praktis dalam menjalankan aktivitas ekonomi sesuai nilai-nilai Islam, dan itu sudah dilakukan para ulama sampai saat ini. Hasil ijtihad dan pemikiran ulama yang berperan dalam mengembangkan teori dan sistem ekonomi Islam, menjadi amat penting dan mahal, dijadikan kajian ekonomi Islam. Ijtihad menjadi sarana rasional untuk memahami *nash* al-Qur'an dan hadis dalam konteks sosial yang terus berubah.

#### **D. PENUTUP**

Islam mempunyai konsep sistem kehidupan yang universal, integral, dan komprehensif, yang telah menetapkan tatanan yang utuh untuk mengatur kehidupan manusia. Sebagai *way of life*, Islam menata segala aspek kehidupan, mulai dari hal yang sederhana hingga urusan yang paling rumit sekalipun. Al-Qur'an dan as-Sunnah dijadikan pijakan perekonomian suatu negara, tentunya perekonomian tersebut akan berjalan lebih baik dan terarah sesuai dengan tujuannya. Sehingga bagaimana konsep ekonomi Islam lalu dikemabngkan dalam menjadi topik yang terus menarik dibicarakan dan dipraktikkan. Baik dalam ranah perusahaan dengan label berbasis Syariah, ataupun produk dan pemasarannya.

Konsep ekonomi Islam mengacu pada prinsip syariah yang menjadi pedoman masyarakat muslim, sehingga setiap aktivitas manusia termasuk di dalamnya adalah kebijakan ekonomi dan pembangunan, serta aktivitas ekonomi masyarakat sudah semestinya merujuk kepada hukum Islam.

Penegasannya, sebagaimana diungkap banyak tokoh ekonomi muslim, diantaranya pandangan Metwally (1995) menyatakan bahwa ekonomi Islam sebagai ilmu ekonomi yang dilandasi oleh ajaran-ajaran Islam yang bersumber dari al-Quran, as-Sunnah, *ijma'* (kesepakatan ulama) dan *qiyas* (analogi). Al-Quran dan as-Sunnah merupakan sumber utama sedangkan *ijma'* dan *qiyas* merupakan pelengkap untuk memahami Al-Quran dan as-Sunnah.

Maka ada beberapa prinsip menjalankan ekonomi Islam dari nilai universal, meliputi *tauhid* (keimanan), *'adl* (keadilan), *nubuwwah* (kenabian), *khilafah* (pemerintah) dan juga *ma'ad* (hasil).

Samir Abuznaid (2012) dalam jurnalnya berjudul **“Addressing the Muslim Market”** *التسويق الإسلامي: مخاطبة السوق الإسلامي* menyatakan:

*“The Islamic religious perspective warrants considerable importance in the field of global business ethics for several reasons. First, Islam provides the framework that shapes the moral and ethical behavior of a growing number of Muslim consumers around the globe. Second, an increasing number of Muslim countries represent some of the most affluent consumers in the world. Third, there has been an increasing level of foreign investment in Muslim countries in recent years. Fourth, there is a growing momentum towards the formation of a Muslim trading block. And Fifth, the current political mood indicates that there appears to be a definitive push towards greater Islamization of countries where Muslims are in the majority in the form of a return to the application of the Islamic law (Shari’ah) to all facets of life and thoughts”.*

*(Perspektif agama Islam memegang peranan yang cukup penting dalam bidang etika bisnis global karena beberapa alasan. Pertama, Islam menyediakan kerangka acuan yang membentuk perilaku moral dan etis dari semakin banyak konsumen Muslim di seluruh dunia. Kedua, semakin banyak negara Muslim yang menjadi*

*rumah bagi sebagian konsumen paling makmur di dunia. Ketiga, dalam beberapa tahun terakhir terjadi peningkatan investasi asing di negara-negara Muslim. Keempat, ada momentum yang semakin kuat menuju pembentukan blok perdagangan Muslim. Dan Kelima, suasana politik saat ini menunjukkan bahwa tampaknya ada dorongan yang pasti menuju Islamisasi yang lebih besar di negara-negara di mana Muslim merupakan mayoritas, dalam bentuk kembalinya penerapan hukum Islam (Syariah) ke semua aspek kehidupan dan pemikiran).*



## BAB 2

# MENJALANKAN EKONOMI ISLAM, LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DAN TANTANGAN DI ERA SOCIETY 5.0

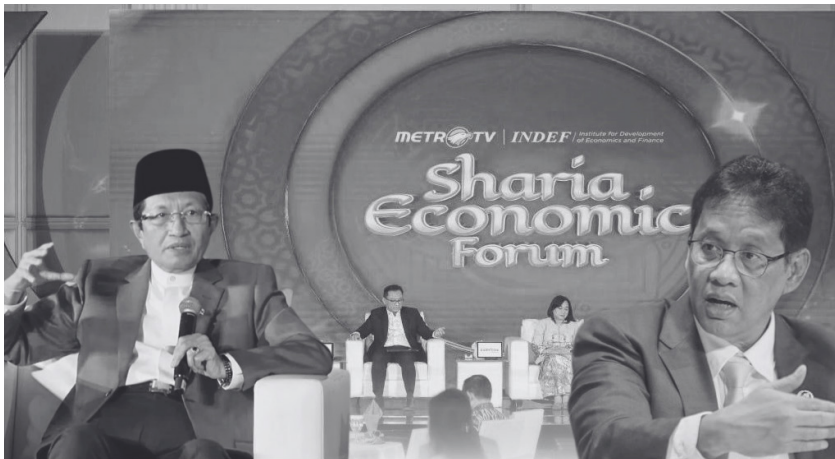
### A. POTENSI EKONOMI DAN LEMBAGA KEUANGAN BERBASIS SYARIAH

Indonesia sebagai negara dengan penduduk mayoritas muslim (Islam), dimana data tahun 2019 terdapat lebih dari 207 juta atau 87,2% dari total penduduk Indonesia, dan menurut laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC), populasi muslim di Indonesia diperkirakan sebanyak 237,56 juta jiwa tahun 2022 yang setara dengan 86,7% populasi di dalam negeri. Jika dibandingkan secara global, jumlahnya setara dengan 12,30% dari populasi muslim dunia yang sebanyak 1,93 miliar jiwa.

Data terakhir yang dirilis <https://databoks.katadata.co.id/> pada tahun 2025, jumlah umat Islam di Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 249,82 juta jiwa (Semester I 2025) berdasarkan data resmi pemerintah, menjadikannya populasi Muslim terbesar di dunia. Sumber lain menyebut angka bervariasi seperti 244,7 juta jiwa (Maret 2025) atau 242,7 juta jiwa, dan akhir 2025 diperkirakan mendekati 254 juta (87%), menempatkan Indonesia di posisi pertama secara global, diikuti Pakistan dan India.

Maka secara statistik, data ini sungguh menjadi potensi besar untuk menjalankan ekonomi islam, *Islamic marketing* dan Lembaga keuangan syariah yang didalamnya juga berkiprah perbankan syariah.

Dalam acara *Sharia Economic Forum 2026* yang digelar MetroTV INDEF (12 Feb 2026), yang menjadi ruang dialog strategis antara pemerintah, regulator, pelaku industri, dan akademisi untuk mendorong Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia. Diantara nara sumber menghadirkan Menteri Agama Prof Nasaruddin Umar; juga Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa PhD. Dalam acara tersebut, Prof Nasaruddin menyatakan ekonomi syariah bersifat universal. Ekonomi syariah itu tidak hanya untuk memberikan kepentingan terhadap komunitas muslim tapi ini dunia Islam itu konsep *for all*. Bagaimana menciptakan keadilan sosial, keadilan ekonomi, *win win solution* untuk mengatasi berbagai masalah ekonomi.



Menteri Keuangan Purbaya menyampaikan komitmen pemerintah terus berupaya dalam penguatan ekonomi Syariah. Sedangkan Menag menyebut, “Kita bicara tentang syariah sebagai suatu fenomena ekonomi global. Kita lihat Thailand bukan mayoritas muslim. Kita lihat Jepang, tapi pertumbuhan ekonomi syariah di negara tersebut luar biasa. Bahkan, Italia makan sehari-

hari di pesawat itu semuanya serba halal padahal kan dia minoritas muslim. Lebih dari 1 miliar itu kan pasar yang luar biasa, dan Indonesia negara terbesar umat Islamnya jadi seharusnya kita Indonesia menjadi soko guru, jadi teladan. Seharusnya menjadi *pilot project* untuk gagasan-gagasan yang seperti kita kembangkan ini.

CEO Media Group, Mohammad Mirdal Akib menyampaikan bahwa Indonesia semakin mengukuhkan posisinya dalam peta ekonomi Islam dunia. Prestasi ini menandai konsistensi Indonesia selama tiga tahun berturut-turut sebagai salah satu negara dengan ekosistem ekonomi Islam terkuat di dunia bersama dengan Malaysia dan tentunya Arab Saudi. Atas pencapaian ini tidak berlebihan bagi Indonesia untuk mencanangkan untuk terus bergerak maju menuju pemimpin ekonomi syariah global dan *road map* pun telah disusun,” ujar Mirdal. Maka penting untuk penguatan ekosistem melalui sinergi kebijakan, pengembangan talenta, digitalisasi, dan peningkatan literasi “Menuju Indonesia pusat ekonomi syariah global yang membawa kemakmuran luas bagi masyarakat.

Ketua Dewan Komisioner LPS Anggito Abimanyu menegaskan intervensi pemerintah diperlukan untuk meningkatkan daya ungkit perbankan syariah, termasuk melalui kebijakan strategis seperti merger bank syariah. Ia menekankan pentingnya membangun ekosistem yang inklusif dan dapat dinikmati seluruh lapisan masyarakat.

Satu-satunya jalan untuk meningkatkan leverage dari ekosistem keuangan syariah dari peran pemerintah. Tidak mungkin bank syariah menyaingi bank konvensional karena sudah terlanjur besar, *size*-nya. Maka untuk itu kita harus membangun ekosistem yang inklusif, artinya ekonomi yang dinikmati siapapun tanpa melihat keyakinan dia. Itu tantangannya tidak mudah. Diketahui, penduduk yang ikut dalam program ekonomi Islam (syariah) mencakup nasabah perbankan syariah, pelaku usaha halal, investor pasar modal syariah, serta lembaga wakaf/zakat. Sektor ini melayani semua kalangan (universal), tidak terbatas hanya pada umat Muslim, dengan prinsip keadilan, bebas riba, gharar, dan

maisir. Pertumbuhan pesat terlihat pada industri keuangan syariah dan produk halal, terutama di Indonesia.



## Muslim Indonesia 2025

Kesadaran sebagian besar umat muslim Indonesia, saat ini terhadap pengelolaan keuangan secara syariah diakomodir dengan berdirinya Lembaga Keuangan Syariah atau LKS (Arsyadona, *et.at.*, 2020). Perkembangan lembaga perbankan dan keuangan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991 dan beroperasi secara efektif pada tahun 1992. Indonesia terbilang terlambat dalam mengembangkan lembaga keuangan syariah dibandingkan dengan negara tetangga Malaysia yang telah mendirikan Bank Islam semenjak tahun 1983.

Keinginan untuk mendirikan lembaga perbankan dan keuangan syariah di Indonesia sebenarnya sudah ada sejak lama, terutama pada pada tahun 1970-an, ketika didirikannya *Islamic Development Bank* (IDB) pada tahun 1975 oleh negara-negara Organisasi Konferensi Islam (OKI), termasuk Indonesia di dalamnya. Berdirinya IDB ini, telah memotivasi banyak negara Islam untuk mendirikan lembaga keuangan syariah. Sejak itu, bank-bank syariah bermunculan di Mesir, Sudan, negara-negara teluk, Pakistan, Iran, Malaysia, Bangladesh dan Turki (Antonio, 2001).

Pada saat itu, bank syariah belum bisa didirikan di Indonesia, karena kondisi politik yang tidak kondusif. Pendirian bank syariah diidentikan dengan masalah ideologi dan dikaitkan dengan konsep negara Islam sehingga dianggap dapat mengganggu stabilitas keamanan negara. Di samping itu, bank syariah berdasarkan prinsip bagi hasil, juga belum diatur dalam Undang Undang Pokok Perbankan No. 14 Tahun 1967 (Yustiady, 2003).

Memang disadari ataupun tidak, seperti perkiraan para ahli ekonomi Islam, perbankan dan keuangan Islam telah mengalami pertumbuhan yang mengesankan di dunia selama tiga dekade terakhir. Hal ini ditempuh melalui perjalanan panjang, untuk menyediakan sebagian besar layanan keuangan yang hanya perbankan berbasis bunga dan lembaga keuangan non bank telah menyediakan bentuk syariah.

Namun sebagian di sektor keuangan secara keseluruhan di tingkat nasional dan global masih sangat rendah menjalankan dengan manajemen dan sistem syariahnya. Bahkan di negara yang mayoritas penduduknya muslim pun. Padahal, hampir semua umat Muslim percaya bahwa setiap keterlibatan dalam Riba – mengambil, memberi, menyaksikan dan bahkan mendokumentasikan transaksi berbasis Riba adalah dosa besar, yang sama besarnya untuk berperang dengan Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW.

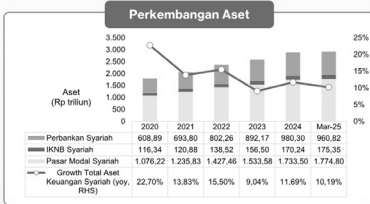
Jadi mengapa, meskipun sudah lewat dari tiga dekade sejak dimulainya gerakan keuangan Islam di era modern, faktanya pangsa perbankan syariah dalam sistem keuangan baru mencapai 1,5% di Indonesia, 2,2% di Pakistan, 12% di Malaysia dan 24% di Bahrain. Kita mengenal Negara Bahrain adalah pusat perbankan Islam, di mana banyak pekerjaan telah dilakukan dalam menyelesaikan standar Syariah untuk model Islami. Inovasi dalam produk yang sesuai dengan syariah, menyediakan kerangka peraturan yang sesuai untuk bank syariah dan pendirian pasar modal syariah.

Namun, laporan data Otoritas Jasa Keuangan (<https://ojk.go.id/>) berdasarkan data terkini tahun 2025, perkembangan perbankan syariah di Indonesia terus menunjukkan tren positif,

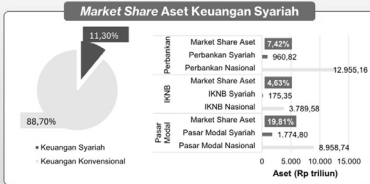
meskipun pangsa pasarnya masih tergolong kecil dibandingkan bank konvensional. Seperti dijelaskan dalam data berikut:

1. Pangsa Perbankan Syariah di Indonesia (2025)
  - a. **Pangsa Pasar (*Market Share*):** Hingga awal 2025, pangsa pasar aset perbankan syariah nasional berada di kisaran 7,4% - 7,72% dari total aset perbankan nasional.
  - b. **Total Aset:** Total aset perbankan syariah melampaui Rp1.000 triliun (mencapai rekor Rp1.028 triliun per Oktober 2025), menunjukkan pertumbuhan yang akseleratif.
  - c. **Pemimpin Pasar:** BSI mendominasi dengan *market share* aset lebih dari 41% dari total aset perbankan syariah.
  - d. **Target:** Pemerintah dan OJK menargetkan pertumbuhan terus meningkat seiring dengan peningkatan literasi dan inklusi keuangan syariah, dengan harapan mencapai *double digit* di masa depan.
2. Perbandingan Pangsa Perbankan Syariah Dunia (2024-2025)
  - a. **Pusat Global:** Malaysia masih memimpin sebagai pusat bank syariah terbesar di dunia berdasarkan aset, diikuti oleh bank-bank dari Timur Tengah (seperti Arab Saudi).
  - b. **Posisi Indonesia:** Secara global, Bank Syariah Indonesia (BSI) masuk dalam daftar bank syariah terbesar secara kapitalisasi pasar, dengan target masuk 10 besar global.
  - c. **Karakteristik:** Meskipun pangsa perbankan syariah di Indonesia masih rendah dibandingkan total domestik, Indonesia diakui sebagai salah satu pemain utama dalam keuangan syariah global, terutama dalam pangsa hasil bagi hasil.

Memang, pangsa perbankan syariah di Indonesia masih di bawah 10% awal 2025), sementara di tingkat global, negara-negara seperti Malaysia dan Arab Saudi mendominasi.



Per Maret 2025, total aset keuangan syariah Indonesia (tidak termasuk Saham Syariah) mencapai Rp2.910,97 triliun.



**Perkembangan Aset Keuangan Syariah**

(dalam triliun rupiah)

	2020	2021	2022	2023	2024	Mar-25
<b>Perbankan Syariah</b>	<b>608,89</b>	<b>693,80</b>	<b>802,26</b>	<b>892,17</b>	<b>960,30</b>	<b>960,82</b>
BUS	397,07	441,79	531,86	594,71	664,61	654,50
UUS	196,88	234,95	250,24	274,28	290,65	281,74
BPRS	14,94	17,06	20,16	23,18	25,03	24,59
<b>IKNB (PPDP &amp; PVML) Syariah</b>	<b>116,34</b>	<b>120,88</b>	<b>138,52</b>	<b>156,50</b>	<b>170,24</b>	<b>172,35</b>
Asuransi Syariah	44,44	43,55	45,02	44,02	46,55	46,17
Pembayaan Syariah	21,90	23,53	33,10	30,42	33,88	36,51
IKNB Syariah Lainnya	50,00	53,81	60,40	62,06	69,81	92,67
<b>Pasar Modal Syariah</b>	<b>1.076,22</b>	<b>1.235,83</b>	<b>1.427,46</b>	<b>1.533,58</b>	<b>1.733,50</b>	<b>1.774,80</b>
Sukuk Korporasi	30,35	34,77	42,50	45,27	55,27	62,53
Reksa Dana Syariah	74,37	44,00	40,61	42,78	50,55	53,26
Sukuk Negara	971,50	1.157,06	1.344,35	1.445,53	1.627,68	1.659,01
<b>Total Aset Keuangan Syariah</b>	<b>1.801,45</b>	<b>2.050,51</b>	<b>2.368,24</b>	<b>2.582,25</b>	<b>2.883,67</b>	<b>2.910,97</b>
<b>Kapitalisasi Saham Syariah</b>	<b>3.344,93</b>	<b>3.983,65</b>	<b>4.786,02</b>	<b>6.145,96</b>	<b>6.825,31</b>	<b>6.403,94</b>
Saham Syariah						

**Snapshot Perbankan Syariah Indonesia, Maret 2025**  
Sumber: OJK

**B. INDUSTRI KEUANGAN SYARIAH INDONESIA**

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia telah diakui dunia. Dalam laporan *Islamic Finance Development Indicator* (IFDI 2020), Indonesia ditetapkan sebagai negara ke-2 dunia dalam pencapaian perkembangan industri keuangan Islam. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per-September 2020 menunjukkan bahwa porsi Industri Keuangan Non-Bank termasuk perbankan dan asuransi syariah di dalamnya, baru mencapai 4,43%. Ini berarti, *market share* keuangan syariah di Indonesia belum mengalami perluasan secara nasional.

# INDUSTRI Keuangan Syariah RI

## Potensi

- Muslim di Indonesia mencapai 230 juta jiwa atau sekitar 87 persen dari total penduduknya.
- Keseluruhan aset keuangan syariah Indonesia tumbuh 13,3% year on year (yoy) mencapai **Rp2.450** triliun per Juni 2023.
- Pangsa pasar keuangan syariah mencapai 10,94 persen terhadap total keuangan nasional.
- Sebagian besar pelaku jasa keuangan syariah menasar industri riil
- Pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan potensi kebutuhan dana sekitar **Rp1.600** triliun.

## Sektor Perbankan Syariah

- Islamic Finance Development Report Tahun 2022 menempatkan Indonesia pada peringkat ketujuh aset keuangan syariah global.
- Pangsa pasar perbankan syariah Indonesia meningkat menjadi 7,3 persen dari total industri perbankan nasional.
- Pertumbuhan tersebut ditopang oleh 13 bank umum syariah, 20 unit usaha syariah dan 171 bank perekonomian rakyat (BPR) syariah dengan sebaran porsi aset 65,7% bank umum syariah, 31,7% unit usaha syariah, dan BPR syariah sebesar 2,5%.

## Sektor Pasar Modal Syariah

- Indonesia empat kali mendapatkan penghargaan sebagai The Best Islamic Capital market dari Global Islamic Financial Award (2019-2022).
- Per akhir Agustus 2023 pangsa pasar produk sukuk korporasi, sukuk negara dan reksadana syariah mencapai 12,7 persen.
- Pangsa pasar saham syariah mencapai 56 persen terhadap seluruh emiten saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

## PENQUATAN KEBIJAKAN

- OJK juga telah menerbitkan empat Surat Edaran (SE) OJK terkait laporan bulanan Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS), perubahan kegiatan BPR menjadi BPRS, perubahan kegiatan usaha bank umum menjadi bank umum syariah serta produk BPRS.
- Di sektor industri keuangan non-bank (IKNB) syariah, telah terbit Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) pemisahan unit syariah perusahaan asuransi, reasuransi, dan penjaminan.
- Terdapat tujuh ketentuan yang ditargetkan selesai pada 2023 di antaranya terkait kegiatan usaha bullion, layanan pendanaan bersama berbasis teknologi serta koperasi sektor jasa keuangan.
- OJK juga telah merumuskan inisiatif strategis dan program turunan atau action plan dalam rangka mengembangkan potensi keuangan. Hal tersebut dituangkan dalam peta jalan (road map) OJK 2022-2027.
- Di sektor pasar modal syariah, juga dalam proses pengundangan di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI terkait POJK penerbitan dan persyaratan efek bersifat utang dan sukuk berlandaskan keberlanjutan.

Sumber : Antara (Iya)

Namun perkembangan berikutnya, sudah sangat signifikans. Berdasarkan Siaran Pers RDKB OJK September 2025, sektor jasa keuangan (termasuk IKNB dan perbankan syariah) terpantau stabil dan adaptif mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. OJK terus memperkuat pengawasan perasuransian, penjaminan, dana pensiun, serta lembaga pembiayaan, sekaligus memitigasi risiko dengan peningkatan *Enhance Due Diligence* (EDD).

Yang berimbas pada kinerja keuangan Syariah. Berdasarkan laporan OJK per September 2025, kinerja sektor jasa keuangan syariah menunjukkan pertumbuhan positif: pembiayaan perbankan syariah tumbuh 8,13% yoy, piutang pembiayaan syariah meningkat 6,99% yoy, dan kontribusi asuransi syariah tercatat stabil di level 2,49%. Kinerja intermediasi sektor jasa keuangan syariah secara keseluruhan tumbuh positif, mencerminkan ketahanan ekonomi Syariah.

Jika, cerita ini kita mundurkan kebelakang. lahirnya Peraturan Presiden Nomor 28 Tahun 2020 tentang Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) juga memberikan sentimen positif terhadap perkembangan asuransi syariah di Indonesia. Sebab, salah satu fokus utama KNEKS adalah pengembangan dan perluasan usaha syariah melalui pembentukan pusat-pusat inkubasi pengusaha syariah di berbagai daerah sebagai pusat pembinaan dan penyemaian.

Secara umum hampir seluruh industri keuangan non bank (IKNB) Syariah tumbuh positif. Sampai dengan tahun 2019 aset IKNB Syariah mencapai Rp.106.019 miliar. Dari total aset tersebut, aset terbesar didominasi oleh perusahaan Perasuransian Syariah, selanjutnya Lembaga Keuangan Khusus Syariah dan Lembaga Pembiayaan Syariah. Hingga akhir 2019 aset IKNB Syariah secara keseluruhan mengalami pertumbuhan positif dan meningkat jika dibandingkan tahun 2018 yaitu sebesar 9,57% (yoy).

Namun demikian secara yoy juga terjadi penurunan aset di beberapa industri antara lain; Perusahaan Pembiayaan Syariah, Dana Pensiun Pemberi Kerja Program Pensiun Iuran Pasti Syariah,

Unit Syariah Sarana Multigriya Finansial Syariah, Unit Syariah Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia. Secara domestik kebijakan stabilisasi ekonomi pemerintah, fluktuasi pasar keuangan, nilai tukar Rupiah terhadap USD serta kebijakan ketentuan investasi oleh regulator merupakan beberapa faktor yang berdampak pada perkembangan IKNB termasuk IKNB Syariah.

Jika begitu banyak pekerjaan dapat dicapai dengan sistem keuangan syariah, lantas ***mengapa seluruh sistem tidak diubah sesuai dengan Syariah?***

Pertanyaan mendasar ini, harus dipelajari secara mendasar dan juga mencari jawab ***“mengapa sebagian besar penduduk Muslim masih terlibat dalam berperang dengan Allah dan Nabi-Nya yang suci, dengan tidak menerapkan sistem syariah?”***.

Faktor utama di balik fenomena ini antara lain adalah, adanya sejumlah mitos dan banyak kebingungan tentang teori keuangan Islam di kalangan masyarakat dan kaum intelektual. Juga hal biasa terjadi atas kritik umum tanpa pengawasan terhadap konsep dan praktik perbankan Islam.

Maka juga terjadi kesalahpahaman tentang perbankan Islam, khususnya kritik tentang teori dan praktiknya. Hal utama yang harus diperjelas adalah adanya mitos dan kritik secara umum dibuat pada perbankan Islam atas dasar konseptual dan praktisnya. Dan kemudian akan dibuka tabir perbedaan perbankan dan keuangan syariah dengan yang konvensional.

Sebagian pertanyaan ini sudah dapat dijawab, dengan kecenderungan (tren) perkembangan Industri keuangan syariah Indonesia. Dimana data terakhir menyatakan tumbuh pesat dan konsisten, dengan total aset menembus Rp10.257 triliun pada 2025, didorong oleh perbankan, pasar modal, dan IKNB syariah. Menjadikan negara Indonesia berhasil menduduki peringkat ke-3 pada *Islamic Finance Development Indicator (IFDI) 2022* dan terus menguat sebagai pemain utama global, dengan fokus pada inovasi, digitalisasi, serta penguatan sektor riil.

Menurut data OJK, pada Agustus 2022 lalu, pembiayaan syariah paling banyak masuk ke wilayah DKI Jakarta, dengan nilai Rp183 triliun atau sekitar 39% dari total nasional.

Indeks Literasi Keuangan Syariah di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 9,14%, naik dari 8,93% pada tahun 2019. Meskipun literasi keuangan syariah masih rendah, inklusi keuangan syariah mencapai 12,12% pada 2022. Berdasarkan survei Bank Indonesia, indeks literasi ekonomi syariah secara lebih luas mencapai 23,3% pada 2022. Dan terakhir OJK bersama Badan Pusat Statistik (BPS) merilis hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 yang mencatat tren positif: tingkat literasi keuangan nasional naik menjadi 66,46%, sementara inklusi keuangan meningkat lebih tinggi lagi ke angka 80,51%. Dibandingkan tahun sebelumnya, ini merupakan kemajuan di 2024, indeks literasi hanya 65,43% dan inklusi 75,02%.

Ulasan laman website fossei.org (8/5/2025) menyatakan kenaikan ini dinilai penting karena menggambarkan bahwa semakin banyak masyarakat Indonesia yang tidak hanya memahami informasi dasar mengenai produk dan layanan keuangan, tapi juga menggunakannya secara aktif dalam kehidupan sehari-hari. Namun, hasil survei juga menyoroti kesenjangan yang masih besar antara literasi dan inklusi pada sektor keuangan Syariah.

Rendahnya angka inklusi keuangan syariah yang hanya mencapai 13,41%. Membuktikan sebagian besar masyarakat yang sudah memahami konsep syariah belum beranjak pada penggunaan layanan dan produk keuangan syariah secara aktif.

Kondisi ini bertolak belakang dengan tren keuangan konvensional, di mana inklusi (80,51%) justru mengungguli literasi (66,46%). Artinya, di sektor konvensional, masyarakat lebih cepat mengakses layanan meskipun belum tentu memahaminya secara menyeluruh. Sementara di sektor syariah, pemahaman sudah mulai tumbuh, tapi pemanfaatannya tertahan.

Kesenjangan ini mencerminkan tantangan yang lebih mendasar, mulai dari keterbatasan akses terhadap lembaga keuangan syariah,

belum meratanya distribusi produk yang sesuai kebutuhan masyarakat, hingga persepsi bahwa layanan syariah belum cukup kompetitif dibandingkan produk konvensional. Di banyak wilayah, terutama luar pusat urban, pilihan keuangan syariah masih terbatas baik dari sisi ragam maupun kemudahan.

Data dan fenomena yang tampak, menjadi angin segar aktivitas ekonomi islam dan keuangan syariah, dan tentunya hal ini banyak menjadi perhatian para analisis, pemerintah pemangku kepentingan dan stakeholder serta masyarakat. Kejadian adanya tren ekonomi islam (syariah) di Indonesia terus berkembang pesat, tidak hanya sebagai sektor ekonomi alternatif, tetapi juga sebagai pilar penting dalam mendukung perekonomian nasional. Memang fenomena ini tidak aneh, karena sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi luar biasa untuk menjadi pusat ekonomi syariah global.

Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai sektor ekonomi syariah, terutama sektor keuangan syariah, industri halal, dan keuangan sosial syariah, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Namun, untuk memaksimalkan potensi ini, dibutuhkan upaya terus-menerus dalam memperkuat sektor-sektor terkait, memperluas akses digital, dan meningkatkan literasi masyarakat mengenai ekonomi Syariah, apalagi memasuki kemajuan teknologi yang sangat pesat di era industry 4.0 dan akan memasuki era society 5.0 ini.

Ulasan Haspramudilla (2025) pada laman web media keuangan. [kemenkeu.go.id](http://kemenkeu.go.id), bahwa ada beberapa indikator utama yang mencerminkan pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia, salah satunya adalah Aktivitas Usaha Berbasis Syariah (AUS). AUS menjadi indikator kontribusi sektor ekonomi syariah terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) nasional, baik dari sisi produk syariah maupun pembiayaan berbasis syariah. Kontribusi AUS terhadap PDB Indonesia terus menunjukkan tren positif.

Pada triwulan II-2022, kontribusi AUS mencapai 45,66% dari PDB. Angka ini meningkat dibanding periode yang sama di tahun

2021 yang hanya sebesar 44,13%. Capaian tersebut terus meningkat pada triwulan II-2023 yang mencapai 46,71%, dan menyentuh 47,05% pada triwulan II-2024.

Ini menunjukkan bahwa sektor ekonomi syariah semakin berperan dalam memperkuat perekonomian nasional. Dengan pertumbuhan yang stabil dan positif, KNEKS (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah) optimis bahwa kontribusi ekonomi syariah terhadap PDB Indonesia akan terus meningkat dan melampaui 47,30% pada akhir tahun 2024, yang menandakan semakin dominannya sektor ini dalam perekonomian nasional.

Pada akhir Desember 2024, total aset sektor keuangan syariah tercatat mencapai Rp9.927 triliun, tumbuh sebesar 11,8% (yoy). Rasio total aset keuangan syariah terhadap PDB Indonesia juga mencatatkan angka yang signifikan, yaitu mencapai 45% yang mencerminkan kontribusi besar sektor ini terhadap perekonomian Indonesia.

Fenomena lalu juga meyakinkan, perbankan syariah, yang menjadi sektor utama dalam industri keuangan syariah, juga menunjukkan perkembangan yang menggemblirakan. Total aset perbankan syariah pada akhir 2024 tercatat sebesar Rp980,3 triliun, tumbuh 9,9% secara tahunan. Pertumbuhan ini lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan *aset perbankan nasional yang hanya mencapai 5,9%*. *Market share* perbankan syariah di Indonesia kini mencapai 7,72%, yang semakin memperlihatkan penerimaan yang positif dari masyarakat terhadap produk perbankan syariah.

Sektor industri keuangan non-bank syariah (IKNB) juga menunjukkan perkembangan yang pesat, dengan total aset IKNB syariah tercatat sebesar Rp387,2 triliun (Desember 2024), dimana Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) berkontribusi sebesar 45% dari total aset IKNB syariah. Pertumbuhan aset IKNB syariah tercatat sebesar 20,5% secara tahunan, lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan aset IKNB nasional yang hanya sebesar 5,1%. *Market share* IKNB syariah Indonesia kini mencapai 12,03%.

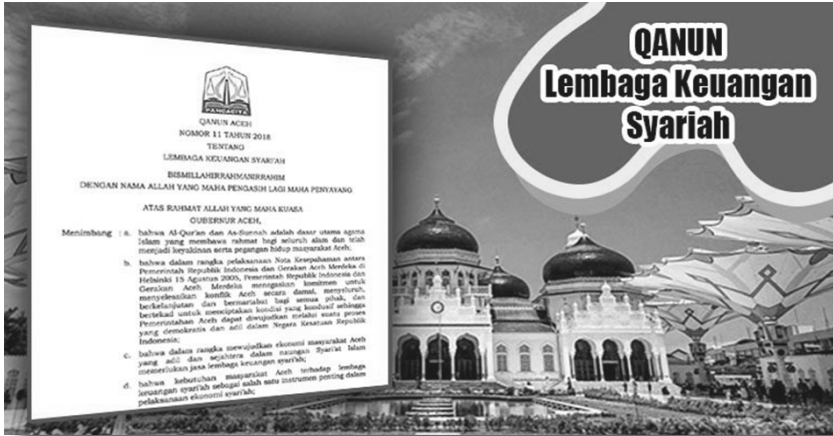
Untuk terus mempertahankan perkembangan tersebut, memasuki dunia globalisasi ditandai dengan era digitalisasi pada industry 4.0 dan akan memasuki era society 5.0 saat ini dan ke depan, maka teknologi memiliki peran kunci yang krusial dalam mempercepat perkembangan ekonomi syariah. Digitalisasi dapat menjadi katalisator utama yang dapat mempercepat pertumbuhan sektor ekonomi syariah, meningkatkan aksesibilitas, efisiensi, dan transparansi dalam sektor keuangan syariah. Penggunaan *platform fintech* syariah, *e-commerce* and *e-business* serta aplikasi berbasis teknologi lainnya - membuka peluang bagi masyarakat untuk terlibat dalam ekonomi Syariah (Haspramudilla, 2025).

Kita mengenal *blockchain* misalnya sebagai teknologi baru dapat meningkatkan tingkat keamanan dan transparansi dalam transaksi keuangan syariah. Teknologi ini memungkinkan lembaga keuangan syariah untuk menawarkan solusi yang lebih efisien dan transparan bagi masyarakat. Selain itu, *platform crowdfunding* syariah dan *peer-to-peer lending* juga dapat membuka akses pembiayaan bagi masyarakat yang sebelumnya sulit dijangkau oleh sistem perbankan konvensional.

Bagi UMKM syariah, teknologi digital menjadi jembatan untuk meningkatkan daya saing mereka. Akses ke pasar digital, penggunaan *platform e-commerce*, dan kemitraan dengan startup industri halal menjadi langkah penting untuk mengembangkan usaha-usaha kecil berbasis syariah.

### **C. PENGUATAN LKS DI ACEH DENGAN QANUN**

Khusus di provinsi Aceh dengan kekhususannya, dan implementasi qanun Aceh Nomor 8 (2014) tentang Pokok-pokok Syariat Islam yang diberlakukan di provinsi ini, menerbitkan Qabun yang mengatur tentang Lembaga Keuangan Syariah, sebagai Langkah perkuat ekosistem ekonomi Syariah di Aceh.



### Qanun LKS Aceh

Sumber : <https://dialeksis.com/>

Qanun adalah peraturan perundang-undangan sejenis Peraturan Daerah (Perda) yang berlaku khusus di Provinsi Aceh, berdasarkan UU No. 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh. Qanun mengatur tata kelola pemerintahan dan kehidupan masyarakat, termasuk pelaksanaan syariat Islam.

Dalam laman website <https://business-law.binus.ac.id/2015/01/06/> pada ruang *Rubric of Faculty Members* di ulas selintas kata “qanun” (قانون) yang dinyatakan berasal dari bahasa Arab memiliki kesamaan dengan kata “kanon” (κανών) dalam bahasa Yunani atau “kaneh” (קנה) dalam bahasa Ibrani. Semua kata-kata itu memang bermakna serupa, yaitu norma hukum, legislasi, atau undang-undang. Tingkatan qanun yang paling tinggi di suatu negara biasanya disebut “al-qanun al-asasi” atau qanun yang paling asasi, dalam hal ini undang-undang dasar atau konstitusi.

Qanun yang dipakai dalam kehidupan di provinsi Aceh, maka jelas yang dimaksud sebagai *qanun* adalah produk legislasi yang berskala kedaerahan atau lazim disebut Perda Syariah. Pasal 1 butir 21 Undang-Undang No. 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh menyatakan:

*“Qanun Aceh adalah peraturan perundang-undangan sejenis peraturan daerah provinsi yang mengatur penyelenggaraan pemerintahan dan kehidupan masyarakat Aceh.”*

Dibawahnya ada qanun kabupaten/kota. Pasal 1 butir 22 dari undang-undang tersebut menyatakan:

*“Qanun kabupaten/kota adalah peraturan perundang-undangan sejenis peraturan daerah kabupaten/kota yang mengatur penyelenggaraan pemerintahan dan kehidupan masyarakat kabupaten/kota di Aceh.”*

Terlepas dari keistimewaan yang diberikan kepada Provinsi Aceh (Undang-Undang No. 18 Tahun 2001 yang kemudian dicabut dengan Undang-Undang No. 11 Tahun 2006), dalam posisinya setingkat dengan peraturan daerah provinsi dan kabupaten/kota, maka *qanun* tidak boleh dianggap lebih tinggi daripada peraturan perundang-undangan di tingkat pusat. Materi muatan yang ada di dalam *qanun* tidak boleh melampaui materi yang seharusnya dimuat di dalam peraturan daerah. Apabila terjadi pertentangan dengan peraturan di atasnya, maka posisi peraturan daerah ini harus terbuka untuk dapat dikesampingkan oleh peraturan yang hirarkinya lebih tinggi derajatnya.

Berkaitan dengan Lembaga Keuangan Syariah (LKS), diterbitkan Qanun Aceh Nomor 11 Tahun, yang dinyatakan mewajibkan seluruh lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh menerapkan prinsip syariah, dengan tenggat waktu konversi penuh pada 4 Januari 2022. Qanun ini bertujuan mewujudkan ekonomi berbasis syariah, menghilangkan riba, dan berlaku bagi individu maupun lembaga, baik lokal maupun nasional yang bertransaksi di Aceh.

Konsekuensi dari qanun tersebut:

1. Seluruh lembaga keuangan (Bank, Non-Bank, Pasar Modal, Fintech) wajib beroperasi berdasarkan prinsip syariah.
2. Lembaga yang tidak patuh setelah masa transisi dapat dikenakan sanksi administratif, mulai dari teguran tertulis hingga pencabutan izin usaha.

Penerapan Qanun LKS sangat penting dalam mengatur operasional lembaga keuangan berbasis syariah. Karena Qanun LKS bertujuan untuk memastikan semua transaksi keuangan di Aceh sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan syariah.

Dan untuk mensosialisasikan hal ini, diharapkan Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) sebagai ujung tombak dalam membantu masyarakat menerapkan nilai-nilai ekonomi syariah, melalui komitmennya menyebarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah agar dapat diterima dan diimplementasikan oleh berbagai lapisan masyarakat.

Maka dari itu dalam sisi perekonomian, qanun Aceh juga dibentuk untuk mewujudkan keadilan perekonomian pada masyarakat Aceh sehingga tujuan dari dibentuknya qanun ini adalah untuk terlepas dari praktik riba pada lembaga keuangan di Aceh, maka dari itu dengan adanya pembentukan qanun No. 11 tahun 2018 tentang Lembaga keuangan Syariah, semua sistem yang terdapat pada lembaga keuangan yang berada di Aceh harus sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah (Abbas, 2018).

Pradana & Purwanto (2023) membahas dampak penerapan qanun aceh nomor 11 tahun 2018 tentang lembaga keuangan syariah terhadap kesiapan lembaga keuangan mikro mahirah muamalah.

Sehubungan Lembaga keuangan yang dimaksud pada qanun tersebut adalah lembaga bank, lembaga keuangan non bank dan Lembaga keuangan lainnya yang harus dikonversikan perusahaannya ke sistem dan regulasi Syariah.

Kasus riset mikro dilakukan pada adanya dampak kesiapan lembaga keuangan mikro Syariah (LKMS) yang merupakan bagian dari LKM yang berprinsip pada keadilan, kemitraan, transparansi, dan umum. LKMS berperan penting dalam pembangunan ekonomi dan mengawasi kegiatan sosial. Dalam menjalankan aktivitasnya, LKMS tunduk kepada fatwa yang diterbitkan oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). LKMS wajib membentuk Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas

memberi nasihat dan saran kepada direksi atau pengurus, serta mengawasi kegiatan yang sesuai dengan prinsip Syariah (Rasyid, 2017).

Maka riset pada LKMS Mahirah muamalah, yang telah berdiri sejak 2017, memiliki beberapa produk antara lain seperti tabungan investasi muamalah, dana titipan wadiah, dana social, pembiayaan murabahah, pembiayaan mudharabah dan pembiayaan musyarakah. Kajian riset membuktikan dampaknya signifikan terhadap kesiapan LKM yang dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu perubahan regulasi yang mempengaruhi prosedur pendaftaran, pengawasan, dan kegiatan operasional. Dan juga kesiapan SDM dalam menerapkan prinsip syariah. Meskipun terdapat beberapa perubahan dan pembatasan operasional, LKM tersebut telah siap menghadapinya dengan pemahaman yang baik terhadap konsep syariah serta adopsi teknologi informasi untuk memudahkan nasabah.

Simpulan risetnya, penerapan qanun LKS ini disambut hangat oleh masyarakat Aceh agar syariat Islam bisa dijalankan secara kaffah. Kehadiran qanun LKS diharapkan mampu mendongkrak perekonomian Aceh yang jauh tertinggal dari daerah lain. Akan tetapi, penerapan qanun pada lembaga keuangan mikro telah dilakukan dengan sesuai.

Di sisi lain, Otoritas Jasa Keuangan (dalam [ojk.go.id](http://ojk.go.id)) meyakini jika pelaksanaan qanun LKS dapat mendukung pertumbuhan lembaga keuangan syariah nasional dan ekonomi syariah secara menyeluruh. Hal ini tentunya akan berpotensi menambah total aset perbankan syariah dan meningkatkan laju pertumbuhan perekonomian Aceh.

Meskipun, hingga 2024, Qanun Nomor 11 Tahun 2018 telah diimplementasikan, pelaksanaannya masih terhambat oleh berbagai kendala, seperti peralihan model bisnis dari sistem konvensional ke syariah dan kurangnya pemahaman karyawan mengenai prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Maka rencana revisi Qanun yang diusulkan mencerminkan fleksibilitas kebijakan publik yang dapat disesuaikan dengan

kebutuhan masyarakat. Ada salah satu penelitian mahasiswa UII Yogya (Ryan Yusuf Pradana, 2024), menunjukkan bahwa penerapan Qanun ini telah mendorong lembaga perbankan untuk beralih ke sistem syariah, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta menciptakan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan lokal.

Selain itu, perubahan strategi bisnis dan operasional yang dilakukan oleh lembaga perbankan menunjukkan adaptasi yang baik terhadap regulasi baru. Penelitiannya juga mengidentifikasi tantangan dalam implementasi Qanun, terutama dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Bahwa Qanun berfungsi sebagai landasan hukum yang jelas untuk pengembangan lembaga perbankan syariah di Aceh. Dukungan dari pemerintah daerah dan kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah telah menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi syariah. Upaya lebih lanjut dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat diperlukan agar dapat memanfaatkan layanan perbankan syariah secara optimal.

#### **D. SEKILAS MASALAH PERBANKAN SYARIAH**

Sebagaimana diungkapkan diatas, eksistensi bank berdasarkan syariah sudah ada sejak lama sebenarnya, namun kondisi politik dan transisi yang ada, lama tidak dibicarakan lagi. Lalu, ide pendirian bank Islam dimunculkan kembali pada awal tahun 1990, yang diinisiasi oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan mendapat dukungan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), juga sekelompok pengusaha Muslim dan Pemerintah.

Politik Indonesia, telah memberikan dukungan secara politik dan dana bagi pendirian bank syariah tersebut. Respon positif (di era Presiden Soeharto) terhadap pendirian bank Islam di Indonesia berkaitan dengan politik akomodasi yang dijalankan oleh pemerintah orde baru terhadap umat Islam dan juga ketertarikannya terhadap sistem bagi hasil yang akan diterapkan dalam bank Islam (Muslim Kara, 2005). Berdasarkan dukungan tersebut akhirnya Bank

Muamalat Indonesia (BMI), bank syariah pertama di Indonesia, pada tahun 1991 didirikan (Rasyid, 2018).

Namun dibalik itu semua, umat muslim sendiri semakin membutuhkan Lembaga keuangan baik berbentuk bank ataupun non bank, agar dapat menggerakkan ekonomi yang tidak melanggar syariat islam, terutama dalam jasa perdagangan dan pemakaian jasa perbankan (Arsyadona, *et al.*, 2020).

Melalui undang-undang no.21 tahun 2008 yang mengatur tentang tata cara dan perizinan usaha bank syariah, pemerintah menunjukkan dukungannya terhadap perkembangan industri perbankan syariah di tanah air. Sejak saat itu perkembangan bank syariah di Indonesia terlihat semakin nyata.

Hal utama yang membedakan perbankan syariah dengan perbankan konvensional adalah bank konvensional beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi konvensional dan menggunakan prinsip bunga pada pinjaman maupun produk bank konvensional lainnya. Sedangkan sektor perbankan syariah beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang melarang *riba* (bunga) dan transaksi yang bersifat spekulatif atau transaksi yang diharamkan lainnya. Untuk mengganti sistem bunga ini, bank syariah menawarkan beberapa bentuk produk keuangan dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah antara lain pembiayaan syariah, tabungan syariah, deposito syariah, kartu kredit syariah. Bank syariah menerapkan konsep margin dan bagi hasil pada produk keuangan yang ditawarkan.

Ada dua jenis lembaga perbankan syariah di Indonesia, yaitu bank syariah dan unit usaha syariah (UUS). Bank syariah adalah bank yang operasinya sepenuhnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, sementara UUS adalah bagian dari bank konvensional yang menawarkan produk dan layanan syariah. Per 2023, jumlah bank syariah di Indonesia saat ini 13 sedangkan bank konvensional yang menawarkan unit usaha syariah berjumlah 20.

Berdasarkan data Statistika Perbankan Indonesia, aset perbankan konvensional per kuartar II tahun 2023 mencapai

10.962 trilyun Rupiah dengan jumlah bank umum komersial sebanyak 105. Sedangkan aset bank syariah di kuartter II tahun 2023 mencapai 541 trilyun Rupiah dan total aset UUS di kuartter yang sama menunjukkan 260 trilyun Rupiah.

Industri perbankan syariah ini tentunya memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Perbankan syariah juga menyediakan akses pembiayaan perumahan, mikro dan kecil, serta usaha menengah dan besar. Perbankan syariah juga berperan dalam meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia dengan menyediakan akses ke layanan keuangan bagi masyarakat yang sebelumnya tidak mendapatkan layanan perbankan syariah. (<https://www.idntimes.com/>).

Mereview fenomena sebelumnya, perkembangan bank syariah hingga bulan Juni 2019 mencapai 14 BUS, 20 UUS, dan 164 BPRS dengan total 198 institusi dan jaringan kantor sebanyak 2.746 kantor. Pangsa pasar perbankan Syariah berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2018) masih berkisar 5,7% sedangkan sisanya merupakan pangsa pasar bank konvensional yaitu sekitar 94,3% dari keseluruhan aset perbankan nasional.

Namun perkembangannya menunjukkan tren menaik, seperti data yang diterbitkan OJK per Agustus 2022 lalu, menunjukkan pangsa pasar perbankan syariah nasional naik mencapai 7,03%. Dari angka ini, sebanyak 13 Bank Umum Syariah (BUS) menguasai pangsa pasar 66,14%, sebanyak 20 Unit Usaha Syariah (UUS) 31,39% dan 166 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah menguasai 2,47% pangsa pasar dari total industri perbankan syariah.

Sementara itu, PT Bank Syariah Indonesia (BSI), menguasai 60% pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia. Disusul oleh Bank Muamalat sebesar 13%, Bank Aceh Syariah (BAS) 7%, Bank BTPN Syariah sebesar 4%, Panin Syariah 3%, dan tujuh BUS lainnya menguasai 13% pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia.

Sejalan dengan perkembangan LKS, khususnya bank syariah ini, untuk memenuhi harapan pelanggannya maka haruslah memiliki kredibilitas yang tinggi. Kredibilitas dari kinerja pimpinan, karyawan,

sistem, jaringan, teknologi, produk, dan layanan perbankan syariah tentunya diharapkan optimal. Kemampuan manajemen perbankan syariah dalam menghadapi perubahan pesat yang terjadi saat ini, terutama globalisasi, dan adanya inovasi teknologi keuangan (*fintech*) yang terus berubah, membuat semakin tinggi juga potensi resiko yang dihadapi perbankan syariah (Arsyadona, *et al.*, 2020).

Dengan keberadaan LKS, selain munculnya Perbankan syariah juga Lembaga keuangan non bank seperti asuransi syariah yang dinamakan dengan Syarikat Takaful Indonesia. Pada 1997, PT Danareksa Investment (DIM) meluncurkan reksa dana syariah yang merupakan produk pasar modal syariah pertama di Indonesia. Pada tahun 1998, *dual system bank* diberlakukan dengan diamandemennya UU Perbankan No. 7 Tahun 1992 dengan UU No.10 Tahun 1998. Sistem perbankan ini membolehkan bank-bank konvensional beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan membuka Unit Usaha Syariah (UUS) sehingga mempercepat pertumbuhan perbankan syariah (Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia, 2015).

Di samping itu, tahun 2000, Bursa Efek Jakarta, bersama dengan PT. *Danareksa Investment Management* (DIM), meluncurkan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang terdiri atas saham-saham *blue chip* yang memiliki kepatuhan syariah. Penerbitan Sukuk Korporasi adalah sebuah prestasi besar lainnya dalam industri keuangan syariah di Indonesia. Hal ini terjadi ketika Indosat (perusahaan telekomunikasi) menerbitkan Sukuk pertama (berdasarkan *Mudharabah*) pada tahun 2002. Langkah ini diikuti oleh korporasi lainnya, yaitu Matahari Putra Prima, yang menerbitkan Sukuk *Ijarah* pada tahun 2004.

Kontribusi penting pemerintah terwujud pada tahun 2008 ketika Dewan Perwakilan Rakyat menerbitkan Undang-Undang Sukuk Negara No. 19 Tahun 2008 dan Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008. Sukuk Negara pertama diterbitkan pada tahun 2008 yang diikuti oleh Sukuk Ritel pertama di dunia pada tahun 2009 (Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia, 2015).

Menurut prediksi Rasyid (2018), bahwa: Dimasa akan datang, lembaga perbankan dan keuangan syariah di Indonesia diprediksi akan terus meningkat. Dukungan Pemerintah, dalam hal ini OJK dan Bank Indonesia (BI) masih terus diharapkan agar perjalanan lembaga keuangan syariah ini ke depan semakin lancar. Sosialisasi kepada masyarakat juga harus dilakukan secara terus menerus oleh semua stakeholder yang berkepentingan agar pemahaman masyarakat akan keberadaan lembaga keuangan syariah ini semakin meningkat.

## **E. PRINSIP PRODUK PERBANKAN SYARIAH**

Dalam mengantisipasi kebutuhan masyarakat serta memberikan rasa aman, nyaman dalam transaksi perbankan, kehadiran bank syariah merupakan salah satu solusi untuk menambah kepercayaan terhadap kegiatan perbankan khususnya Indonesia (Anggraini, *et al.*, 2015).

Bank syariah merupakan salah satu produk perbankan yang berlandaskan sistem perekonomian Islam, sistem ekonomi Islam atau syariah sekarang ini sedang banyak diperbincangkan di Indonesia. Banyak kalangan masyarakat yang mendesak agar pemerintah Indonesia agar segera mengimplementasikan sistem ekonomi Islam dalam sistem perekonomian Indonesia. Laju pertumbuhan perbankan syariah di tingkat global tak diragukan lagi. Di tengah perlambatan ekonomi global yang mempengaruhi pasar keuangan domestik, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melansir, masih banyak sektor keuangan yang berhasil mencatat pertumbuhan sampai paruh pertama tahun ini. Salah satunya, yakni sektor keuangan syariah.

Implementasi kebijakan *office channeling*, dukungan akseleratif pemerintah berupa pengelolaan rekening haji yang akan dipercayakan pada perbankan syariah, serta hadirnya investor-investor baru akan mendorong pertumbuhan bisnis syariah. Juga, sejumlah bank asing di Indonesia, seperti Citibank dan HSBC, bahkan bersiap menyambut penerbitan sukuk dengan membuka

unit usaha syariah. Sementara itu sejumlah investor dari negara Teluk juga tengah bersiap membeli bank-bank di Indonesia untuk dikonversi menjadi bank syariah.

Adanya perbankan syariah di Indonesia dipelopori oleh berdirinya Bank Muamalat Indonesia yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan tujuan mengakomodir berbagai aspirasi dan pendapat di masyarakat terutama masyarakat Islam yang banyak berpendapat bahwa bunga bank itu haram karena termasuk riba dan juga untuk mengambil prinsip kehati-hatian. Apabila dilihat dari segi ekonomi dan nilai bisnis, ini merupakan terobosan besar karena penduduk Indonesia 80% beragama Islam, tentunya ini bisnis yang sangat potensial.

Meskipun sebagian orang Islam berpendapat bahwa bunga bank itu bukan riba tetapi faedah, karena bunga yang diberikan atau diambil oleh bank berjumlah kecil jadi tidak akan saling dirugikan atau di zolimi, tetapi tetap saja bagi umat Islam berdirinya bank-bank syariah adalah sebuah kemajuan besar. Tetapi sistem perbankan syariah di Indonesia masih belum sempurna atau masih ada kekurangannya yaitu masih berinduk pada Bank Indonesia, idealnya pemerintah Indonesia mendirikan lembaga keuangan khusus syariah yang setingkat Bank Indonesia yaitu Bank Indonesia Syariah (Anggraini, *et al.*, 2015).

Perbankan syariah (الإسلامية املصرفية al-ashrafiyah al-Islamiyah) adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (syariah). Pembentukan sistem ini berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga pinjaman (riba), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha berkategori terlarang (haram).

Sistem perbankan konvensional tidak dapat menjamin absennya hal-hal tersebut dalam investasinya, misalnya dalam usaha yang berkaitan dengan produksi makanan atau minuman haram, usaha media atau hiburan yang tidak Islami, dan lain-lain. Sama seperti halnya dengan Bank Konvensional, Bank Syariah juga menawarkan

nasabah dengan beragam produk perbankan. Hanya saja bedanya dengan bank konvensional adalah dalam hal penentuan harga, baik terhadap harga jual maupun harga belinya. Produk-produk yang ditawarkan sudah tentu sangat islami, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

Sebagai Lembaga perbankan, tentunya terdapat prinsip yang dipakai dalam produk bank Syariah. Dimana prinsip dasar produk Bank Syariah yang diaplikasikan dalam kegiatan menghimpun dana (Produk pendanaan), antara lain:

1. Wadiah (*Depositary*) Titipan dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendaki.
2. Mudharabah Muthlaqah (*General Investment*) Kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan modal dan memberikan kewenangan penuh kepada pihak kedua dalam menentukan jenis dan tempat investasi, sedangkan keuntungan dan kerugian dibagi menurut kesepakatan bersama.
3. Mudharabah Muqayyadah Kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan modal dan memberikan kewenangan terbatas kepada pihak kedua dalam menentukan jenis dan tempat investasi, sedangkan keuntungan dan kerugian dibagi menurut kesepakatan dimuka.

Prinsip-prinsip dasar produk syariah yang diaplikasikan dalam kegiatan penyaluran dana atau produk pembiayaan:

1. Murabahah (*Deferred Payment Sale*) Suatu perjanjian yang disepakati antar bank syariah dengan nasabah dimana bank menyediakan pembiayaan untuk pembelian bahan baku/modal kerja lainnya yang dibutuhkan nasabah yang akan dibayar kembali oleh nasabah sebesar harga jual (harga beli bank + margin keuntungan) pada waktu yang telah ditentukan.
2. Mudharabah (*Trust Financing, Trust Investment*) Kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan modal sedangkan pihak kedua mengelola dana dimana keuntungan dan kerugian dibagi bersama menurut kesepakatan dimuka.

3. Musyarakah (*Partnership, Project Financing Participation*) Perjanjian pembiayaan antara bank syariah dengan nasabah yang membutuhkan pembiayaan, dimana bank dan nasabah secara bersama membiayai suatu usaha/proyek yang juga dikelola secara bersama atas prinsip bagi hasil sesuai dengan penyertaan dimana keuntungan dan kerugian dibagi sesuai kesepakatan dimuka.
4. Salam (*In-front Payment Sale*) Pembiayaan jual beli dimana pembeli memberikan uang terlebih dahulu terhadap barang yang dibeli yang telah disebutkan spesifikasinya dengan pengantaran kemudian.
5. Istishna (*Purchase by Order or Manufacture*) Pembiayaan jual beli yang dilakukan bank dan nasabah dimana penjual (pihak bank) membuat barang yang dipesan oleh nasabah.
6. Ijarah (*Operational Lease*) Perjanjian sewa yang memberikan kepada penyewa untuk memanfaatkan barang yang akan disewa dengan imbalan uang sewa sesuai dengan persetujuan dan setelah masa sewanya berakhir maka barang dikembalikan kepada pemilik, namun penyewa juga dapat memiliki barang yang disewa dengan pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain.

Adapun prinsip produk-produk syariah dalam penyelenggaraan jasa-jasa perbankan adalah:

1. *Kafalah (Guaranty)* Akad pemberian garansi/jaminan oleh pihak bank kepada nasabah untuk menjamin pelaksanaan proyek dan pemenuhan kewajiban tertentu oleh pihak yang dijamin.
2. *Wakalah (Deputyship)* Akad perwakilan antara kedua belah pihak (bank dan nasabah) dimana nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan/jasa tertentu.
3. *Hawalah (Transfer Service)* Akad pemindahan piutang nasabah kepada bank untuk membantu nasabah mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya dan bank mendapat imbalan atas jasa pemindahan piutang tersebut.

4. *Ar-Rahn (Mortgage)* Menahan salah satu harta milik nasabah yang memiliki nilai ekonomis sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.
5. *Al-Qardh (Soft and Benevolent Loan)* Pemberian harta kepada nasabah yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.

Terkait dengan instrumen yang digunakan, Obiyathulla (2008) dalam Huda (2014) menyatakan bank syariah memiliki keterbatasan-keterbatasan dalam penggunaan instrument seiring adanya prinsip-prinsip syariah yang harus dipenuhi (*shariah compliance*). Berbeda dengan bank konvensional yang instrument pasar uangnya tidak memiliki persyaratan-persyaratan tertentu, maka instrumen pasar uang syariah harus bebas dari segala hal yang dilarang oleh syariah, yaitu *riba* (bunga), *maysir* (judi atau spekulasi yang tidak produktif) dan *gharar* (*unclear* atau ketidakjelasan). Sesuai firman Allah dalam surat al-Baqarah ayat 275 dan 278:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”  
(QS. Al-Baqarah (2) : 275).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ.

“Hai orang yang beriman! Bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba jika kamu orang yang beriman”.  
(QS. Al-Baqarah (2) : 278).

Hadis Nabi riwayat Muslim, al-Tirmizi, al-Nasa'i, Abu Daud, dan Ibnu Majah dari Abu Hurairah:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ بَيْعِ الْغَرَرِ.

“Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung *gharar*”.

Maroun, Youssef (2002), menyebutkan ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi agar pasar uang syariah dapat berkembang dengan baik yaitu:

1. Tersedianya instrumen syariah yang dapat diterima pasar.
2. Adanya standar perdagangan yang baku.
3. Adanya lembaga rating yang akan menjadi salah satu sumber rujukan pelaku pasar menilai kualitas instrumen keuangan.
4. Adanya regulasi dan pengawasan.
5. Adanya diseminasi informasi dan data perdagangan yang terbuka, serta
6. Adanya *market maker*.

## **F. TREN PERBANKAN SYARIAH VS CUSTOMER ROYALTY**

Ihsan Mojo (seorang peneliti INDEF), menyatakan perkembangan bank syariah di Indonesia telah *on the track*. Perkembangan bank syariah di Indonesia dan dunia antara lain disebabkan oleh kemampuan bank syariah ketika menghadapi krisis keuangan. baik krisis keuangan tahun 1998 maupun yang terjadi tahun 2009, dimana banyak bank konvensional kolaps, sementara bank syariah masih bisa/tetap bertahan.

Berbagai faktor yang menentukan berkembangnya bank syariah di Indonesia salah satunya adalah faktor demografi dimana penduduk di Indonesia 87% adalah beragama Islam. Tetapi pengaruh faktor-faktor lain misalnya faktor kualitas produk perbankan, faktor layanan, faktor promosi, dan kepuasan nasabah ikut menentukan diterimanya bank syariah di masyarakat.

Data OJK hingga tahun 2019 lalu, jumlah bank syariah di Indonesia berjumlah 189 bank syariah yang terdiri dari 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Tahun 2023, terdapat 186 bank Syariah yang berjenis BUS 13 bank, BPR Syariah 173 bank.

Daya tarik bank syariah, tulis Nurhayati & Sukesti (2016), terdapat pada perbedaan pemberian keuntungan bank kepada nasabah dengan sistem bagi hasil dan pelayanan memiliki keterkaitan yang paling erat dengan karakteristik konsumen sebagai salah satu alasan agar nasabah tetap memilih jasa perbankan syariah sebagai alternatif utama dalam menabung.

Promosi, dan kepuasan nasabah ikut menentukan diterimanya bank syariah di masyarakat. Daya tarik bank syariah terdapat pada perbedaan pemberian keuntungan bank kepada nasabah dengan sistem bagi hasil dan pelayanan memiliki keterkaitan yang paling erat dengan karakteristik konsumen sebagai salah satu alasan agar nasabah tetap memilih jasa perbankan syariah sebagai alternatif utama dalam menabung.

Kedudukan perbankan syariah mendapatkan dukungan dengan disahkannya UU tentang Perbankan Islam, yaitu UU No. 21 Tahun 2008. Undang-undang dengan 13 bab dan 70 pasal yang disahkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (16 Juli 2008) ini diharapkan dapat mempercepat akselerasi perkembangan perbankan Islam.

Ditengah disrupsi teknologi dewasa ini, perbankan syariah juga harus berkompetisi tidak hanya dengan perbankan konvensional namun juga dengan perusahaan teknologi finansial (*financial technology/fintech*). Era banking 4.0 telah merevolusi dan mentransformasi sektor keuangan syariah sehingga inovasi bank syariah dalam hal layanan teknologi kepada konsumen menjadi suatu hal yang mutlak. Perubahan perilaku konsumen menuntut perbankan untuk lebih adaptif dengan teknologi digital. Karena jika tidak, maka perbankan syariah akan bisa ditinggal nasabah dan beralih ke institusi keuangan syariah lain seperti *fintech* syariah.

Optimisme dunia internasional terhadap perbankan syariah Indonesia masih cukup tinggi. Hal ini tampak dari penilaian Ernst & Young dalam *World Islamic Banking Competitives Report 2013-2014* maupun UKs *Global Islamic Finance Report 2013* bahwa keuangan syariah Indonesia adalah termasuk ke dalam rapid growth market dan dynamic market, serta telah menjadi referensi pengembangan

keuangan syariah maupun berpotensi sebagai salah satu pendorong keuangan syariah dunia.

Beberapa tanggapan ahli dan hasil penelitian, berkaitan dengan upaya meningkatkan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) ini, diantaranya. Beerli, dkk (2004) menyatakan: loyalitas pelanggan memiliki korelasi yang positif dengan performa bisnis suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pelanggan baru.

Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas pelanggan akan membawa profit pada penjualan. Profit merupakan motif utama dalam bisnis, dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dan produk maupun jasa yang ditawarkan dikembangkan serta melakukan perluasan pasar yang dilayani.

Dalam jangka panjang, memperbaiki loyalitas umumnya akan lebih profitabel, yakni pelanggan bersedia membayar harga lebih tinggi (pada pembeli yang sudah loyal), penyediaan layanan yang lebih murah dan bersedia merekomendasikan ke pelanggan yang baru (*words of mouth marketing*).

Sedangkan Zeithaml dkk, (1996), menyebut kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan tidak langsung. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk setia kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Kualitas layanan terutama pada perusahaan jasa sangat penting dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Kualitas layanan akan menentukan performa perusahaan.

Schiffman dan Kanuk (2004) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkannya. Elemen kepuasan konsumen menurut Priansa (2017) terdapat lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Harapan (*expectations*)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa

tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

2. Kinerja (*performance*)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3. Perbandingan (*camparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4. Pengalaman (*experience*)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

5. Konfirmasi (*comfirmation*) dan dikonfirmasi (*disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation /disconfirmation*.

Menurut Zeithaml et.all (2003) terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan, yaitu:

1. Apa yang didengar pelanggan dari pelanggan lainnya (*word of mounth communication*). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan. Sebagai contoh, seorang pelanggan memiliki perusahaan

yang diharapkan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi berdasarkan rekomendasi teman-teman atau tetangganya.

2. Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik individu dimana kebutuhan pribadi (*personnel needs*).
3. Pengalaman masa lalu (*past experience*) dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pelanggan.
4. Komunikasi dengan pihak eksternal (*external communication*) dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekspektasi pelanggan. Berdasarkan *external communication*, perusahaan pemberi layanan dapat memberikan pesan-pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggannya. Sebagai contoh dari pengaruh adanya *external communication* adalah harga di mana biaya pelayanan sangat berperan penting dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

Menurut Nasution (2005) juga terdapat 4 faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan yaitu:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari suatu perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan.

Sementara itu, mengutip simpulan Umar (2005) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Kualitas produk: Pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menyatakan bahwa produk yang mereka konsumsi berkualitas.
2. Kualitas pelayanan : Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik.
3. Faktor emosional : Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga: Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada pelanggan.
5. Biaya dan kemudahan mendapat produk atau jasa.

Menurut Irawan (2008), terdapat beberapa indikator dari kepuasan pelanggan (nasabah), yaitu:

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
2. Selalu membeli produk, yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain, yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

Sedangkan, menurut Kotler (2005), ada 3 indikator kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sistem penanganan keluhan dan saran konsumen : Suatu perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan memberikan kesempatan luas pada konsumen untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.
2. Sistem survei reputasi perusahaan : Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung.
3. Sistem analisis konsumen : Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah melakukan transaksi dan berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur.



## BAB 3

# ISLAMIC MARKETING DAN TANTANGAN DI ERA SOCIETY 5.0

### A. ISLAMIC MARKETING

Sistem ekonomi Islam tidak terlepas dari seluruh sistem ajaran Islam secara integral dan komprehensif, sehingga prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam mengacu pada saripati ajaran Islam. Kesesuaian sistem tersebut dengan fitrah manusia tidak ditinggalkan dan dengan keselarasan inilah tidak terjadi benturan dalam implementasinya.

Kebebasan berekonomi terkendali menjadi ciri dan prinsip sistem ekonomi Islam, kebebasan memiliki unsur produksi dalam menjalankan roda perekonomian merupakan bagian penting dengan tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar, tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dengan segala potensi yang dimilikinya, kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya, keseimbangan antara kepentingan individu dan kolektif inilah menjadi pendorong bagi bergeraknya roda perekonomian tanpa merusak sistem sosial yang ada (Tahlohding, 2015).

Sistem ekonomi islam (Syariah), transaksi harus dilandasi oleh aturan hukum Islam, karena transaksi adalah manifestasi amal manusia yang bernilai Ibadah dihadapan Allah SWT, sehingga dalam Islam transaksi dapat dikategorikan menjadi dua, yakni transaksi yang halal dan transaksi yang haram. Maka, dalam kegiatan muamalah perlu diperjelas sumber panduannya syariahnya.

Kaidah muamalah ini merupakan cabang dari kaidah asasiyah dengan dalil:

الْأُمُورُ بِمَقَاصِدِهَا

*“Segala perkara tergantung kepada maksud tujuannya”*

Niat akan terlihat dari apa yang dilafazkan, namun dalam kasus segala akad yang berkaitan dengan benda, niat tidak berlaku bila dalam praktiknya lebih kuat tinjauan maksud dan tujuan daripada yang dilafazkan oleh kata-kata. Singkatnya, urusan akad merupakan masalah yang menjadi pengecualian (*istitsna'iyah*) dalam kaidah yang berkaitan dengan niat. Karena pada dasarnya yang akan dilihat syara' dari akad adalah apa yang dikerjakan bukan apa yang dilafazkan. Kaidah ini hanya bisa diterapkan pada satu masalah yang mengandung dua sisi, tuntutan lafaz dan tuntutan makna (Yafiz & Iqbal, 2022).

Pemasaran dapat menggambarkan sektor ekonomi. Dekade terakhir telah menyaksikan banyak perubahan besar dalam pasar konsumen dan bisnis. Namun, para saudagar harus ingat dengan ancaman ini:

فَإِنْ صَدَقًا وَبَيِّنًا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَذَبًا وَكْتَمًا

مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا (رواه البخاري)

*“Jika penjual dan pembeli jujur dan menjelaskan kecacatan barangnya, maka akad jual belinya akan diberkati. Namun, jika ada kebiasaan berbohong atau menyembunyikan cacat pada barangnya, maka akad jual belinya akan dicabut”*  
(HR. Bukhari).

Konsep ekonomi Islam diterapkan dalam sistem berbasis syariah mengharuskan dan mengutamakan aspek keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan material-spiritual (*falah*) tanpa riba, ketidakpastian (*gharar*), dan judi atau sejenisnya (*maysir*). Islamic Marketing atau Pemasaran berbasis syariah mengintegrasikan prinsip-prinsip ini dengan memasarkan produk halal melalui kejujuran, etika, dan nilai-nilai Islam untuk mencapai kepuasan duniawi serta ukhrawi.

Jadi dapat diungkapkan konsep utama Ekonomi Islam dalam implementasinya, baik dalam aktivitas bisnis, Marketing dan lainnya yang berbasis Syariah, dilandaskan pada etika dan moral, dengan roh-nya pemasaran didasarkan pada al-Qur'an dan Sunnah, yang menekankan kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan. Dengan mengindahkan prinsip Syariah di dalamnya, yakni menghindari *riba* (bunga), *gharar* (penipuan/ketidakjelasan), dan *maysir* (judi) dalam transaksi jual beli.

Disamping itu, dipastikan produk *Halal* dan *Tayyib*, artinya pemasaran fokus pada produk yang tidak hanya halal (diperbolehkan) tetapi juga *tayyib* (baik, berkualitas, aman). Dan akhir bisnis Syariah ini diperolehnya kesejahteraan bersama (*Falah*). Dimana pemasaran bertujuan mencapai keuntungan bagi penjual dan pembeli, serta memberikan kemaslahatan bagi masyarakat.

Oleh karenanya, muncul apa yang disebut para ahli dengan karakteristik *Marketer* Syariah, yakni memiliki sifat religius (*rabbaniyyah*), etis (*akhlaqiyyah*), realistis (*waqiyyah*), dan humanis (*insaniyyah*).

Jika hal karakteristik ini ada, maka implementasi Marketing dalam Ekonomi Islam, akan memunculkan kondisi-kondisi yang diharapkan dan memang tercipta dengan sendirinya, seperti hal-hal berikut:

1. Jujur dalam Promosi: Tidak menipu, tidak bersumpah palsu, dan menjelaskan kondisi produk apa adanya.
2. Keadilan Harga: Menetapkan harga yang adil, tidak melakukan *bai' najash* (memuji produk berlebihan untuk menipu pembeli).

3. Tanggung Jawab Sosial: Bisnis harus mendukung zakat, infak, dan sedekah serta mempertimbangkan dampak sosial.
4. Persaingan Sehat: Menjadikan pesaing sebagai motivasi untuk meningkatkan kreativitas, bukan untuk saling menjatuhkan.
5. Dan *Islamic marketing* atau Marketing syariah, menurut Jurnal Intellect dan Cendekiawan Nusantara, berfokus pada pendekatan yang menghormati pesaing, menjaga transparansi, dan integritas dalam operasional bisnis.

Ilham, *et al.*, (2025) menyatakan krisis etika bisnis global yang ditandai oleh korupsi korporasi, eksploitasi ekonomi, dan ketimpangan sosial menunjukkan lemahnya fondasi moral dalam sistem ekonomi modern yang berorientasi pada materialisme dan keuntungan semata. Nilai tauhid berfungsi sebagai landasan spiritual yang menumbuhkan kesadaran ilahiah dan tanggung jawab moral dalam aktivitas ekonomi, sedangkan keadilan (*'adl*) menjadi pedoman sosial yang menjamin keseimbangan distribusi kekayaan, kejujuran dalam transaksi, dan kesejahteraan sosial. Integrasi kedua nilai melahirkan paradigma ekonomi *tauhidi*, yakni sistem ekonomi yang berorientasi pada kemaslahatan umat manusia dan keberlanjutan moral. Penerapan nilai tauhid dan keadilan dalam syariah tidak hanya menjadi solusi atas krisis etika bisnis global, tetapi juga menawarkan arah baru bagi pembangunan ekonomi yang lebih berkeadilan, berkeadaban, dan berkelanjutan.

Prinsip-prinsip dasar termasuk larangan *riba* dan *gharar*, konsep kepemilikan sebagai amanah, dan kewajiban untuk menjunjung tinggi keadilan sosial memainkan peran penting dalam mengatur aliran kekayaan. Perbandingan dengan sistem kapitalis dan sosialis menunjukkan bahwa model Islam menyediakan struktur yang seimbang yang mengintegrasikan kebebasan individu dengan tanggung jawab sosial. Pedoman etika yang menuntut transparansi, kejujuran, dan orientasi spiritual semakin memperkuat efektivitas sistem tersebut. Dengan demikian, kerangka distribusi Islam menawarkan kontribusi signifikan untuk mengembangkan teori ekonomi yang adil dan dapat diterapkan untuk tantangan ekonomi kontemporer (Zakiyah, *et al.*, 2025).

Jika berbicara dengan distribusi, dalam pandangan Islam adalah konsep fundamental yang menekankan keadilan ekonomi, kesejahteraan yang merata, dan pencegahan konsentrasi kekayaan di antara kelompok-kelompok tertentu. Perspektif Islam tentang distribusi (yang didukung oleh landasan Al-Qur'an dan Nabi), mencakup dua dimensi utama, yakni distribusi barang dan jasa melalui mekanisme pasar yang sah, dan distribusi pendapatan melalui instrumen berbasis Syariah seperti zakat, infaq, sedekah, hadiah, dan warisan (Zakiyah, *et al.*, 2025).

Maka Jannah, A., & Syukri Iska. (2025) menyatakan perkembangan ekonomi Islam tidak terlepas dari dinamika pemikiran para intelektual Muslim dalam merespons persoalan ekonomi modern. Hasil kajian menunjukkan bahwa aliran *Iqtishaduna* menolak asumsi kelangkaan sumber daya dan menekankan keadilan distribusi sebagai akar persoalan ekonomi, aliran *Mainstream* menerima asumsi kelangkaan namun menawarkan solusi berbasis nilai Syariah. Sedangkan aliran alternatif kritis berperan sebagai korektor epistemologis terhadap dua aliran sebelumnya. Keberagaman aliran dalam ekonomi Islam merupakan kekayaan intelektual yang memperkuat pengembangan teori ekonomi Islam yang kontekstual dan adaptif terhadap tantangan global.

Termasuk teori *agency* konvensional tidak sepenuhnya sesuai dengan kerangka nilai Islam karena hanya bertumpu pada rasionalitas individual dan kepentingan pribadi. Sebaliknya, Fiqh Ekonomi Islam menekankan amanah, keadilan, akuntabilitas, dan masalah sebagai landasan relasi keagenan. Akad-akad syariah seperti *mudharabah*, *musyarakah*, *wakalah*, *ju'alah*, dan *ijarah* terbukti mengandung struktur pembagian risiko dan insentif yang lebih selaras dengan nilai syariah dibandingkan kontrak konvensional.

Maka Munawwar (2026) menyebut integrasi antara desain kontrak yang jelas, penguatan institusi pengawasan syariah, dan internalisasi nilai-nilai etik mampu menghasilkan model keagenan syariah yang lebih stabil, transparan, dan efektif dalam mengurangi perilaku oportunistik. Model ini memberikan kontribusi teoritis

bagi pengembangan model agency berbasis nilai dalam ekonomi Islam.

## **B. TANTANGAN IMPLEMENTASI ISLAMIC MARKETING**

*Islamic marketing* (pemasaran Syariah) dikenal sebagai pemasaran yang mengedepankan nilai keislaman dalam menjalankan bisnis agar terhindar dari transaksi yang tidak diinginkan seperti riba atau jenis lainnya karena bisa merusak moralitas pasar, hal ini menekankan pentingnya etika moral, transparansi, adil dalam semua transaksi, dan dengan adanya marketing Syariah ini juga bisa menambah wawasan baru kepada masyarakat mengenai penerapan maupun hal lainnya (Austruy, 1968 dalam Puspita & Fasa, 2024).

*Islamic marketing* (pemasaran Syariah) bukan sekedar konsep teoritis, ia adalah praktik bisnis yang integrative dengan nilai-nilai Islam. Dengan mengedepankan karakteristik teistis, etis, dan humanistik, pemasaran syariah dapat menciptakan hubungan yang harmonis dengan pemangku kepentingan dan meningkatkan reputasi perusahaan secara global (Puspita & Fasa, 2024).

Implementasi aktivitas ekonomi berasaskan Islam (Syariah), yang kemudian menjadi diskusi menarik dan kajian panjang, yakni tentang konsep dan pelaksanaan serta tantangan menerapkan *Islamic Marketing*. Hal ini berkembang seiring perkembangan ekonomi Islam itu sendiri.

Dalam pembelajaran dan kajian ekonomi islam termasuk *Islamic marketing*, kita bisa mengutip beberapa pemikiran Chapra dalam karya bukunya, diantaranya buku berjudul “*Morality and Justice in Islamic Economics and Finance*” (2014), menulis tentang peran sentral etika dan keadilan sebagai dasar fundamental yang membedakan ekonomi Islam dari sistem lainnya. Juga buku lainnya dari Chapra bertajuk “*The Islamic Vision of Development in the Light of Maqashid al-Shariah*” (2008) telah menjelaskan konsep pembangunan ekonomi dengan kerangka tujuan Syariah sebagai landasannya.

Beberapa perusahaan dan bank syariah telah menerapkan konsep *islamic marketing* ini dan membuahkan hasil yang positif.

*Islamic marketing* tumbuh dan dipercaya oleh masyarakat karena nilai-nilai yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat yaitu kejujuran. Pasar syariah adalah pasar emosional (*emotional market*) sedangkan pasar konvensional adalah pasar rasional (*rational market*). Dengan demikian orang akan tertarik untuk berbisnis pada pasar syariah karena alasan-alasan keagamaan yang lebih bersifat emosional, melihat bangsa Indonesia mayoritas beragama Islam ini merupakan pangsa pasar yang cukup besar.

Philip Kotler seorang guru besar bidang pemasaran internasional menyadari adanya pergeseran perilaku pasar tersebut. Fenomena ini memaksa terjadinya pergeseran orientasi pemasaran dari *product-centric marketing* ke *consumer-oriented marketing* ke *values driven marketing*. Adanya perbedaan orientasi pemasaran tersebut tentu memberikan dampak pada strategi pemasaran yang dipakai.

*Product centric marketing* misalnya menghasilkan strategi pemasaran yang fokus pada fungsionalitas produk. Sedangkan *consumeroriented marketing* menghasilkan model pemasaran yang mengedepankan hubungan emosional dengan konsumen, dan *values-driven marketing* akan menghasilkan strategi pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai konsumen (Fidhayanti, 2010).

Secara umum pemasaran dalam Islam merupakan strategi disiplin bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari produsen kepada pemangku kepentingannya yang prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip *muamalah* dalam Islam. Artinya dalam pemasaran Islam, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai tidak boleh bertentangan dengan hukum Islam.

Konsep *Islamic marketing* (pemasaran syariah) menurut para pakar ekonomi syariah merupakan disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai (*value*) dari satu pihak ke pihak lain, di mana keseluruhan prosesnya berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam (*muamalah*). Berbeda dengan pemasaran konvensional yang seringkali berorientasi hanya pada profit maksimal, pemasaran syariah mengedepankan etika

(akhlak), kejujuran, dan keadilan untuk mencapai *falah* (kesuksesan dunia - akhirat) serta *mashlahah* (manfaat) bagi produsen maupun konsumen).

Menurut para pakar, pemasaran syariah wajib memiliki empat karakteristik utama:

1. Teistis (*Rabbaniyah*): Pemasar menyadari bahwa aktivitas bisnisnya diawasi oleh Allah SWT dan merupakan bagian dari ibadah, sehingga harus jujur dan tidak manipulatif.
2. Etis (*Akhlaqiyyah*): Mengedepankan moralitas yang tinggi dalam berbisnis, seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, dan tidak menipu.
3. Realistis (*Al-Waqi'iyah*): Pemasaran tidak didasarkan pada fantasi atau penipuan, melainkan fleksibel dan sesuai dengan kenyataan, bukan sekadar janji palsu (contoh: iklan yang jujur).
4. Humanistis (*Al-Insaniyyah*): Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, tidak eksploitatif, dan adil terhadap pelanggan serta lingkungan.

Ketentuan dalam bisnis Islam telah tertuang dalam ayat quran surat Al-Baqarah, yakni:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ

*“Dan Allah telah menghalalkan jual beli”.*

Kemudian dikuatkan dengan kaidah fiqh yang mengatakan:

الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا.

*“Kaum muslimin terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram”.*

Kaidah fiqh lainnya, mengatakan:

الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

*“Pada dasarnya semua bentuk muamalah itu boleh kecuali bila ada dalil yang mengatakan haram”.*

Hashim dan Hamzah (Jum'ai, 2020). misalnya telah merumuskan konsep pemasaran Islam dengan mengintegrasikan konsep pemasaran 7P's dengan ajaran Islam (*Islamic teaching*). 7P's yang dimaksud di sini adalah 7 elemen bauran pemasaran, yaitu *product, promotion, price, place, people, physical environment, dan process*.

Ketujuh elemen bauran pemasaran ini kemudian diintegrasikan dengan 7P's Islam yang dikenalkan oleh Wilson (2012), yaitu *Pragmatism, Pertinence, Palliation, Peer, Pedagogy, Persistent, dan Patience*.

1. *Pragmatism and Product*, yakni bagaimana memilih produk dan jasa yang akan dijual, yang sesuai dengan kebutuhan. Hal ini merujuk pada sikap Rasulullah Muhammad SAW yang memilih menjual produk yang dibutuhkan oleh seluruh manusia.
2. *Pertinence and Promotion*, yakni kegiatan promosi harus tepat dan sesuai dengan apa adanya. Islam melarang mempromosikan produk dan jasa dengan membuat janji yang berlebihan agar konsumen tidak frustrasi ketika ada hal yang tidak sesuai dengan ekspektasinya.
3. *Palliation and Price*, yakni memberikan harga yang dapat diterima oleh pasar, dengan memberikan diskon ataupun sejenisnya. Rasulullah selalu menjual dagangannya dengan harga yang selalu diterima para konsumennya. Beliau mendapatkan keuntungan berdasarkan volume penjualan. Sehingga, strategi ini sangat tepat digunakan saat telah dapat memasuki semua segmen pasarnya.
4. *Peer-support and People*, adalah menjaga hubungan dan kepuasan konsumen. Nabi Muhammad SAW, memberikan contoh bagaimana bersikap baik dengan para konsumennya sehingga beliau selalu terhindar dari konflik dengan para konsumen maupun klien dagangannya.
5. *Pedagogy and Physical environment*, yakni membiasakan diri dan para stakeholder untuk berlaku transparan dalam segala hal. Dalam konteks pemasaran Islam, sikap transparansi harus dimiliki oleh lingkungan kerja untuk menjaga integritas

sehingga seluruh informasi terkait produk dan jasa yang dijual didapatkan oleh konsumen. Rasulullah selalu memberikan jaminan dirinya atas apa yang beliau jual kepada para konsumennya.

6. *Persistence and Process*, adalah ketekunan dan proses merupakan dua hal yang harus dilakukan secara bersama. Dan yang terakhir adalah *Patience and Place* atau kesabaran dan tempat. Rasulullah Muhammad SAW memerintahkan untuk tidak menyembunyikan apapun untuk pelanggan selama bertransaksi. Juga melarang untuk menjual sesuatu yang bukan miliknya. Hal ini adalah wujud ajaran Islam yang selalu mengedepankan dan menjaga hak dan kepentingan konsumen (Jum'ai, 2020).

Aktivitas *Islamic marketing* atau pemasaran Islam (berbasis syariah) yang memang dinyatakan Wilson (2012), merupakan model pemasaran yang terbilang baru dan masih diperdebatkan oleh beberapa ahli. Maka harus dapat berperan dalam menciptakan *Customer loyalty*, seperti dalam jasa perbankan syariah. Namun, tidak seperti layaknya perusahaan jasa lainnya, dalam pemasaran Islam memiliki ciri tertentu dalam konsep manajemen dan pemasarannya. Dimana menurut Kartajaya dan Sula (2006), dalam pemasaran Islam dicirikan sebagai *emotional marketing*.

Aktivitas bisnis dengan pendekatan *emotional marketing* ini tujuannya untuk membangkitkan emosi yang positif terkait dengan suatu merek/*brand* perusahaan ataupun produk, atau dengan kata lain membangkitkan emosi pasarnya yang dijadikan penerima pesan dan target pemasaran.

Banyak institusi ataupun *company* melakukan iklan maupun *campaign* mereka. Adalah bagian dari strategi *emotional marketing* sebagai suatu cara yang ampuh untuk menarik perhatian konsumen. Karena, dorongan emosional lebih efektif untuk membuat target konsumen mengambil keputusan pembelian dibandingkan logika.

## C. STRATEGI DALAM ISLAMIC MARKETING

Para ahli Marketing (pemasaran) pun memberi solusi berbagai cara untuk memasarkan produk atau bisnis, termasuk bisnis syariah dengan menggunakan emosi. Hal ini dilakukan dengan beberapa strategi:

### 1. Ketahui Target *Customer* atau *Audiens*

Mengetahui target *Customer* atau audiens merupakan langkah penting sebelum melakukan *emotional marketing* dengan membuat konten yang dapat di respon dengan baik. Maka selayaknya mengenali emosi seperti apa untuk memperoleh respon terbaik. Seperti dengan melakukan riset yang mendalam tentang hal ini, akan mendapatkan informasi untuk mengambil keputusan strategi secara lebih baik dan berkesinambungan.

### 2. *Storytelling*

*Storytelling* dimaknai sebagai cara pasti untuk bisa terhubung dengan calon *Customer* atau audiens. Dengan memberikan cerita tentang perusahaan dan produk yang akan ditawarkan kepada *Customer* (Konsumen dan pelanggan). Kemampuan bercerita ini sering dikenal oleh kebanyakan orang dengan istilah *storytelling*. Di dalam dunia kerja, seseorang yang pandai bercerita akan mudah untuk memberikan informasi kepada *client*, *customer*, rekan kerja, dan kepada bawahan (jika seorang manajer atau pimpinan perusahaan).

### 3. Memberikan Inspirasi kepada *Customer* atau *Audiens*

Salah satu cara untuk menggunakan *emotional marketing* adalah dengan menginspirasi *Customer* atau audiens kita. Pemasaran inspirasional dapat mengambil beberapa bentuk. *Brand Bank Syariah* yang *religiosity* dapat dijadikan modal dasar dalam memilih investasi dana seseorang di dunia perbankan. Menginspirasi *Customer* atau audiens tersebut, dapat membuat mereka merasa terhubung dengan brand yang ditawarkan pada produk kita.

#### 4. Buat Komunitas

Strategi lain, menggunakan *emotional marketing* untuk membangun gerakan atau komunitas yang sesuai dengan target market brand, dengan memanfaatkan beberapa pemicu psikologis yang berbeda. Efek ikut-ikutan ini akan membuat orang penasaran dengan apa yang dilakukan orang banyak. Selain itu, perasaan persahabatan, penerimaan, dan kegembiraan dapat menciptakan rasa loyalitas terhadap brand kita.

Membangun emosi ke dalam strategi marketing adalah cara yang pasti untuk menarik, beresonansi dan mendorong *Customer* atau audiens bertindak. Ahli manajemen pemasaran juga menggarisbawahi bahwa mengetuk emosi konsumen bukan hanya sekedar membuat mereka membeli apa yang ditawarkan atau dijual. Namun, juga tentang membantu membangun perasaan, niat baik serta kepercayaan antara konsumen dan *brand*.

Strategi *Islamic marketing* menurut ahli (seperti Buchari Alma dan Hermawan Kertajaya) merupakan pendekatan bisnis yang mengintegrasikan ajaran Islam ke dalam seluruh proses penciptaan, penawaran, dan pertukaran nilai. Strategi ini menekankan pada etika (*akhlak*), kejujuran (*siddiq*), amanah, pelayanan tulus (*tabligh*), dan produk *halalan thayyiban* untuk mencapai falah (kebahagiaan dunia-akhirat).

Maka strategi utama dalam *Islamic marketing* menurut pandangan ahli dituangkan dalam Penerapan 4P Berbasis Syariah (*Marketing Mix*), yakni:

1. *Product*, harus halal, bermanfaat (*thayyib*), dan berkualitas. Produk harus suci, aman, dan tidak mengandung unsur haram.
2. *Price* (Harga): Keadilan dalam harga sangat penting. Harga disesuaikan dengan nilai produk dan daya beli, tanpa ada unsur eksploitasi, riba, atau penipuan.
3. *Place* (Tempat/Distribusi): Memastikan distribusi berjalan transparan dan jujur, tidak menimbun barang (*ihtikar*).

4. *Promotion*: dilakukan secara yang jujur, tidak berlebihan (tabzir), tidak menipu, dan tidak mengeksploitasi wanita atau isu SARA.

Nafis (2024) mengungkap *Islamic marketing* menawarkan pendekatan unik yang mengintegrasikan prinsip-prinsip moral dan etika dalam setiap aspek pemasaran. Dengan mengedepankan keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial, pemasaran Islam berupaya menjembatani kebutuhan bisnis dan nilai-nilai spiritual yang lebih tinggi. Pendekatan ini bukan hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Di era globalisasi saat ini, pemasaran telah menjadi salah satu aspek terpenting dalam dunia bisnis. Tidak hanya sekadar alat untuk menjual produk atau jasa, pemasaran juga merupakan jembatan yang menghubungkan konsumen dengan nilai-nilai yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Dalam konteks ini, penting untuk memahami konsep dasar pemasaran serta bagaimana prinsip-prinsip yang lebih tinggi dapat diintegrasikan ke dalam praktik pemasaran.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam menyebarkan ajaran Islam dapat dianalisis melalui beberapa pendekatan yang inovatif dan relevan untuk konteks zaman sekarang. Beberapa strategi yang digunakan (Nafis, 2024), yakni:

1. Pendekatan Personalisasi: Nabi SAW dalam membangun hubungan pribadi dengan para pengikutnya, meng-kedepankan pendekatan yang ramah dan empatik, memahami kebutuhan dan masalah individu, yang membantu membangun kepercayaan dan loyalitas.
2. Komunikasi yang Efektif: Dengan mengedepankan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, Nabi mampu menjelaskan konsep-konsep yang kompleks dengan cara yang menarik dan relatable. Ini termasuk penggunaan cerita, analogi, dan perumpamaan.

3. Pendidikan dan Pelatihan: Nabi Muhammad mengedukasi para sahabat dan pengikutnya tentang ajaran Islam melalui pengajaran langsung, diskusi, dan praktik. Pendidikan yang berkelanjutan ini memastikan pemahaman yang mendalam dan kemampuan untuk menyebarkan ajaran tersebut lebih luas.
4. Membangun Komunitas: Dengan menciptakan rasa kebersamaan dan solidaritas melalui komunitas, Nabi SAW mampu menyebarkan nilai-nilai Islam dan memperkuat dukungan sosial, yang berfungsi sebagai jaringan pemasaran yang efektif.
5. Demontrasi Praktis: Dengan menjadi teladan dalam perilaku sehari-hari. Dengan contoh nyata ini berfungsi sebagai strategi pemasaran yang kuat, menarik perhatian orang lain dan membangkitkan minat mereka.
6. Penggunaan Media Sosial Awal: Dalam konteks zaman itu, Nabi menggunakan metode komunikasi yang ada, seperti lisan, surat, dan pertemuan publik, untuk menyebarkan pesan-pesannya. Penggunaan alat komunikasi yang tepat sangat penting dalam menarik perhatian audiens yang lebih luas.
7. Penghargaan dan Pengakuan kepada pengikut (Nabi) yang berkontribusi dalam menyebarkan ajaran Islam. Ini meningkatkan motivasi dan mendorong partisipasi lebih aktif dari masyarakat.
8. Adaptasi dan Fleksibilitas: Nabi menunjukkan kemampuan untuk beradaptasi dengan konteks budaya dan sosial yang berbeda. Ia mendengarkan masukan dan kritik, serta menyesuaikan pendekatannya agar lebih relevan dengan situasi yang dihadapi.

Melalui kombinasi strategi ini, Nabi Muhammad SAW berhasil menyebarkan Islam dan menciptakan pengikut yang setia serta membangun komunitas yang solid. Pendekatan-pendekatan ini tetap relevan dalam konteks pemasaran modern, di mana hubungan dan komunikasi yang efektif menjadi kunci keberhasilan (Nafis, 2024).

Nabi Muhammad SAW berbisnis dengan prinsip kejujuran, amanah, dan profesionalisme tinggi, yang membuatnya dijuluki *al-Amin*. Memimpin ekspedisi dagang sukses ke Syam dan Yaman, dikenal ramah, jujur tentang kualitas barang, serta tidak menggunakan praktik curang. Keberhasilan ini didorong oleh manajemen keuangan yang baik, pelayanan pelanggan prima, dan fokus pada keberkahan, bukan sekadar keuntungan.

#### **D. PERAN ISLAMIC MARKETING**

Pentingnya pemasaran sebagai kunci keberhasilan bisnis tidak dapat disangkal, terutama di era persaingan global yang semakin ketat. Pemasaran berfungsi sebagai jembatan antara produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan dengan kebutuhan konsumen. Strategi pemasaran yang efektif membantu bisnis mengenali target pasar, memahami preferensi konsumen, dan menciptakan nilai tambah yang relevan bagi pelanggan (Kamilawati, *et al.*, 2024). Juga pemasaran berperan dalam membedakan produk dari pesaing, sehingga memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Wiratmuko, *et al.*, 2023).

Pemasaran berbasis syariah dalam konsep *islamic marketing* berkembang seiring perkembangan aktivitas ekonomi Islam itu sendiri. Beberapa perusahaan dan bank syariah telah menerapkan konsep ini dan membuahkan hasil yang positif. *Islamic marketing* tumbuh dan dipercaya oleh masyarakat karena nilai-nilai yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat yaitu kejujuran.

Secara umum pemasaran dalam Islam merupakan strategi disiplin bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari produsen kepada pemangku kepentingannya yang prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam. Artinya dalam pemasaran Islam, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai tidak boleh bertentangan dengan hukum Islam.

Jadi sebenarnya, *islamic marketing* (pemasaran islam) dianalisis dan dibangun di atas filosofi yang didasarkan pada motif dasar

tujuan penciptaan manusia. Islam mengatur kehidupan secara keseluruhan (seperti disinyalkan dalam QS. 3:19, QS.16:52, QS.98: 5, dan QS.110: 2). Artinya marketing dalam Islam harus dilakukan secara damai; damai dengan diri sendiri, damai dengan manusia lain, damai dalam hidup ini dan damai di akhirat dan ketundukan penuh pada kehendak Tuhan.

Segala aktivitas dan transaksi dianggap sebagai ibadah QS. Al-Baqarah (2) : 30.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰئِكَةِ اِنِّيْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةً قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِيْهَا  
مَنْ يُفْسِدُ فِيْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ  
قَالَ اِنِّيْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ.

*(Ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, 'Aku hendak menjadikan khalifah di bumi'. Mereka berkata, 'Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?' Dia berfirman, 'Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui'.*

Islam adalah cara hidup yang diatur oleh aturan-aturan yang membatasi, yang dijelaskan dan dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW. Bahkan fitrah dan tingkah laku manusia tidak boleh bertentangan dengan akidah Islam, syariah, dan akhlaq. Selain itu, Islam menetapkan beberapa aturan tentang pangan yang dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia, juga dari Allah QS. Al-Maidah (5) : 48, yakni:

وَاَنْزَلْنَا اِلَيْكَ الْكِتٰبَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِّمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتٰبِ وَمُهَيِّمًا عَلَيْهِ فَاَحْكُمْ  
بَيْنَهُمْ بِمَا اَنْزَلَ اللّٰهُ وَلَا تَتَّبِعْ اَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً  
وَمِنْهَا جَا وَّلَوْ شَاءَ اللّٰهُ لَجَعَلَكُمْ اُمَّةً وَّاحِدَةً وَّلٰكِنْ لِّيَبْلُوَكُمْ فِىْ مَا اٰتٰكُمْ فَاَسْتَبِقُوْا  
الْخَيْرٰتِ اِلَى اللّٰهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيْعًا فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيْهِ تَخْتَلِفُوْنَ.

*“Kami telah menurunkan kitab suci (Al-Qur’an) kepadamu (Nabi Muhammad) dengan (membawa) kebenaran sebagai pembenar kitab-kitab yang diturunkan sebelumnya dan sebagai penjaganya (acuan kebenaran terhadapnya). Maka, putuskanlah (perkara) mereka menurut aturan yang diturunkan Allah dan janganlah engkau mengikuti hawa nafsu mereka dengan (meninggalkan) kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk setiap umat di antara kamu Kami berikan aturan dan jalan yang terang. Seandainya Allah menghendaki, niscaya Dia menjadikanmu satu umat (saja). Akan tetapi, Allah hendak mengujimu tentang karunia yang telah Dia anugerahkan kepadamu. Maka, berlomba-lombalah dalam berbuat kebaikan. Hanya kepada Allah kamu semua kembali, lalu Dia memberitahukan kepadamu apa yang selama ini kamu perselisihkan”.*

Sehingga, beberapa ahli menyusun uraian dan pemaknaan *islamic marketing*, seperti Alom & Haque (2011) menjelaskan bahwa pemasaran Islam dapat diartikan sebagai proses dan strategi (*Hikmah*) pemenuhan melalui produk dan jasa yang halal (*Tayyibat*) dengan kesepakatan bersama dan kesejahteraan (*Falah*) kedua belah pihak bahwa pembeli dan penjual untuk tujuan mencapai kesejahteraan materi dan spiritual di dunia ini dan di akhirat.



**SAMIR ABUZNAID** (2012) berpendapat bahwa pemasaran Islam dapat diartikan sebagai kebijaksanaan memuaskan kebutuhan pelanggan melalui perilaku yang baik dalam menyediakan produk

dan layanan yang halal, sehat, suci dan sah dengan kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli untuk tujuan mencapai kesejahteraan materi dan spiritual di dunia dan akhirat serta menyadarkan konsumen melalui perilaku yang baik dari para pemasar dan periklanan yang etis.

Jadi kata kuncinya, terletak pada kata:

1. Halal (*Tayyibat*) yakni produk yang ditawarkan mengandung kebajikan, murni, aman, halal dan menguntungkan. Hal ini dijelaskan dalam al-Qur'an pada surah al-Baqarah ayat 172, dan ayat 168). Kata "Tayyibat" disebutkan delapan belas kali dalam Alquran.
2. Kenyamanan, yakni adanya keadilan antara pembeli dan penjual yang bebas memilih tanpa paksaan. Penjelasan ini termaktub dalam surah al-Maidah ayat 29; "*Sesungguhnya aku ingin agar engkau kembali dengan (membawa) dosa (membunuh)ku dan dosamu sendiri, maka engkau akan menjadi penghuni neraka; dan itulah balasan bagi orang yang zalim.*"
3. Kesejahteraan (*Falah*), mengandung makna sukses dan sejahtera, *Falah* digambarkan sebagai pencapaian kemakmuran di dunia dan akhirat. Dijelaskan dalam surah al-Baqarah ayat 201: *wa min-hum may yaqûlu rabbanâ âtinâ fid-dun-yâ ḥasanataw wa fil-âakhirati ḥasanataw wa qinâ 'adzâban-nâr* (Di antara mereka ada juga yang berdoa, "Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat serta lindungilah kami dari azab neraka.")

Dari konsep dan definisi *Islamic marketing*, yang juga akan diterapkan pada produk perbankan syariah, menurut ahli ada beberapa karakteristik yang melingkupi konsep pemasaran dalam Islam, yaitu religius, beretika, realistis, dan humanistik (Sula dan Kartajaya, 2006). Jika seseorang memberikan empat karakteristik pikiran, dia akan mendapatkan hubungan yang baik antara lima rukun Islam dan implementasinya.

Jadi *Islamic marketing* (pemasaran syariah) berperan sebagai panduan etis dan operasional yang memastikan aktivitas bisnis tidak hanya mengejar profit, tetapi juga menaati prinsip keadilan, kejujuran, dan keberkahan. Pemasaran ini berlandaskan nilai Islam (tauhid, amanah, dan *shiddiq*) guna menghindari unsur riba, *gharar* (penipuan), *maysir* (judi), serta menekankan produk halal.

Sigit (2018) menyatakan, proses pemasaran berangkat dari intelektualitas yang kemudian merambah pada dunia spiritualitas. Perkembangan prinsip pemasaran dalam Islam diterapkan melalui *Sustainable Marketing Enterprise (SME)* atau perusahaan pemasaran berkelanjutan, dan model lanskap bisnis syariah yang terdiri dari *Information technology allows us to be transparent (Change) be respectful to your competitors (competitor), The emergence of customers global paradox (customer)*. Yakni teknologi informasi memungkinkan kita untuk bersikap transparan (perubahan), bersikap hormat kepada pesaing anda (pesaing), munculnya paradoks pelanggan global (pelanggan).

Dari sisi strategi, pemasaran berbasis syariah meliputi segmentasi, target kepuasan konsumen, membangun sistem kepercayaan (*positioning*), diferensiasi (*differentiation*), bauran pemasaran dan selling. Nilai-nilai marketing syariah menggunakan *brand spiritual (Brand), Service should have the ability to transform (service), Practice a realible business process (Proses)*. Yakni Brand Spiritual (Merek), layanan harus memiliki kemampuan untuk mentransformasi, dan mempraktikkan proses bisnis yang andal.

Dalam *syariah marketing*, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami.

Dalam perannya, menerapkan prinsip *Sustainable Marketing Enterprise (SME)*, yang merupakan model pemasaran dimana perusahaan mampu bertahan hidup dan sukses tidak hanya pada saat ini tetapi juga dimasa yang akan datang. Perusahaan pasti

mengalami fase sebagaimana fase kehidupan manusia, yang harus beradaptasi untuk mempertahankan diri ketika terjadi krisis dan perubahan situasi dan kondisi. Jika perusahaan ingin tetap berjalan, pemimpin perusahaan harus melakukan tindakan creative destruction sebelum krisis melanda, sehingga perusahaan mulai kembali siklus hidupnya (Sigit, 2018).

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang dapat mempertahankan keadaannya secara terus menerus agar dapat bertahan hidup dalam pasar yang semakin berkembang.

Saleh, *et al.*, (2025) dalam penelitiannya tentang *Marketing concept in sharia perspective*, menyatakan prinsip-prinsip syariah, seperti transparansi, kejujuran, dan keadilan dalam distribusi keuntungan, memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Pemasaran syariah juga mendorong perusahaan untuk berinovasi dengan mempertimbangkan keberlanjutan sosial dan lingkungan. Namun, tantangan utama dalam implementasinya adalah perbedaan regulasi di pasar global dan persaingan dengan pemasaran konvensional. Namun diyakini bahwa penerapan pemasaran syariah dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan menciptakan ekosistem bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan. Tinggal bagaimana perusahaan menyesuaikan praktik pemasaran mereka dengan prinsip-prinsip syariah untuk memperoleh keuntungan jangka panjang dalam pasar global.

Lalu prinsip *Landskap Bisnis Syariah Marketing Information Technology Allows Us to be Transparent (Change)*. Dimana kita yakin, perubahan merupakan sesuatu hal yang pasti akan terjadi. Kekuatan perubahan meliputi lima unsur, yaitu perubahan teknologi, perubahan ekonomi, perubahan politik, perubahan sosial-cultural dan perubahan pasar (David K. Hurst, *Crisis & Renewal*, 1955).

Perubahan yang paling penting adalah perubahan teknologi, karena akan membawa dampak yang lebih luas terhadap segala aspek yang nantinya akan mengalami perubahan. Perkembangan

teknologi memberi pengaruh yang besar terhadap perusahaan syariah. Selain sebagai penunjang operasional dan standar layanan, teknologi juga menunjukkan kesungguhan dalam melaksanakan prinsip syariah marketing. Bagi para konsumen adalah untuk mendapatkan informasi dan melakukan komunikasi.

Globalisasi dan perubahan teknologi – memasuki era *society 5.0* ini membawa pengaruh besar bagi persaingan industri. Pasar akan menjadi semakin terbuka, kompleks, dan modern. Diperlukan motivasi dan keterbukaan diri dengan berupaya menciptakan *win-win solution* antara perusahaan dan pesaingnya guna menghadapi persaingan.

Maka komitmen kejujuran, sikap adil, dan *maslahah* harus menjadi standar dalam bersaing secara sehat meskipun pelaku pasar sering terjadi perilaku yang kurang bermoral. Juga perubahan teknologi tersebut, membawa dampak bagi perubahan sosial budaya. Yang mengakibatkan perubahan cara pandang dan perilaku masyarakat, misalnya kehadiran internet yang telah membawa perubahan pada segala sektor kehidupan manusia.

Sehingga, perusahaan berbasis syariah, di era globalisasi (dan *society 5.0*) membawa banyak manfaat dan peluang menjadi sarana untuk lebih baik. Pengaruh informasi dan teknologi dapat berpengaruh positif maupun negatif tergantung cara dan sikap dalam mengambil manfaat di dalamnya.

Karena, apapun zamannya, menurut pandangan Islam, syariah mengandung makna mengatur seluruh aspek kehidupan, mulai dari aspek ibadah (hubungan manusia dengan Tuhannya), aspek keluarga (seperti nikah, talak, nafkah, wasiat, warisan), aspek bisnis (perdagangan, industri, perbankan, asuransi, utang-piutang, pemasaran, hibah), aspek ekonomi (permodalan, *zakat*, *baitul Maal*, *fa'i*, *ghanimah*), aspek hukum dan peradilan, aspek undang-undang hingga hubungan antar Negara (Qardawi, 1990).



**SYEKH YOUSSEF AL-QARADAWI.** Ulama Mesir ini adalah seorang ulama kontemporer yang ahli dalam bidang hukum Islam serta beliau juga mantan Dekan Fakultas Syariah Universitas Qatar. Pada usia lima tahun ia mulai belajar menulis dan menghafal Al-Quran dan pada usia 10 tahun, ia telah hafal Al-Quran 30 juz dengan fasih. Kemahirannya dalam bidang qiraah dan tilawah Al-Quran serta kemerduan suaranya yang menjadikannya di usia relatif muda, sudah dipanggil dengan sebutan Syekh Yusuf al-Qardhawi.

Jadi, *marketing* dalam Islam dipercaya dan eksis dalam masyarakat bisnis, sebab nilai-nilai yang terkandung di dalamnya memiliki karakteristik yang religius, beretika, realistik, dan humanistik.

Karakteristik *Religius* dipastikan melekat pada *brand image*, akan memunculkan kepercayaan pada konsumen, bahwa aktivitas bisnis sepenuhnya mengikuti aturan atau hukum Islam sebagai sumbernya. Sedangkan karakteristik *Etis*, dinyatakan bahwa peningkatan etika, spiritual dalam pemasaran Islam akan membentuk etika Islam dalam transaksi bisnis. Salah satu ciri marketer syariah adalah penuh dengan pertimbangan etis.

Karakteristik berikutnya adalah realistis, yakni para pemasar syariah tidak boleh begitu “kaku” dalam praktik pemasaran Islam, selama tidak melanggar syariat Islam. Konten lebih penting daripada penampilan. Dan karakteristik terakhir adalah humanistik, bahwa Islam sebagai agama datang untuk mengajarkan nilai-nilai yang membedakan manusia dari makhluk lain yang menghuni dunia ini. Oleh karena itu, seseorang harus dapat menjaga diri dari keinginan yang tidak manusiawi seperti keserakahan.

Di era modern (era society 5.0) yang ditandai dengan perkembangan teknologi dan dinamika pasar global, kebutuhan akan konsep pemasaran yang sesuai dengan prinsip Islam semakin relevan. Tentu berpijak pada nilai-nilai etika, keadilan, dan keberlanjutan yang selaras dengan ajaran Al-Qur’an dan Hadis. Hal ini menjadi alternatif bagi praktik pemasaran konvensional yang sering kali mengedepankan keuntungan semata, tanpa memperhatikan dampak sosial dan moral. Meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya produk halal dan layanan yang etis, pemasaran berbasis nilai-nilai Islam dapat menjadi landasan strategis untuk menciptakan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip ini dapat membantu perusahaan menjaga integritas dan reputasi dalam menjalankan bisnis (Saleh et al., 2025).

## E. PENUTUP

Salah satu prinsip itu diterapkan dalam *Islamic marketing* atau *syariah marketing* adalah menciptakan nilai bagi stakeholders-nya. Tiga *stakeholders* dari suatu perusahaan adalah *people*, *customers* dan *shareholders*, yang sangat berperan dalam menjalankan usaha. Hubungan horizontal dan hubungan vertikal harus dijaga dengan baik demi menjaga hubungan yang harmonis dengan *stakeholders* dan yang utama adalah hubungan dengan sang pencipta.

*Islamic marketing* atau *syariah marketing* adalah strategi pemasaran yang berlandaskan prinsip Syariah, mengutamakan kejujuran, keadilan, serta kepatuhan terhadap hukum Islam (halal) dalam semua aktivitas bisnis. Tujuannya bukan sekadar mencari keuntungan materiil, tetapi juga keberkahan, kesejahteraan spiritual, serta membangun kepercayaan konsumen melalui perilaku etis. Pemasaran ini mencakup produk halal, bebas riba, dan perilaku pemasar yang etis.

Al-Qur'an sudah menyerukan “Untuk tiap-tiap umat diantara kamu, Kami berikan aturan dan jalan” (QS Al-Maidah:48). Lebih lanjut juga disebutkan dalam QS. Asy-Syura (42) : 21, yaitu:

أَمْ لَهُمْ شُرَكَوُا شَرَعُوا لَهُمْ مِّنَ الدِّينِ مَا لَمْ يَأْذَنَ بِهِ اللَّهُ وَلَوْلَا كَلِمَةُ الْفَصْلِ  
لَقُضِيَ بَيْنَهُمْ وَإِنَّ الظَّالِمِينَ لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ.

*“Apakah mereka mempunyai sembahan-sembahan selain Allah yang mensyariatkan untuk mereka agama yang tidak diizinkan Allah? Sekiranya tak ada ketetapan yang menentukan (dari Allah), tentulah mereka telah dibinasakan. Dan sesungguhnya orang-orang yang zalim itu akan memperoleh azab yang amat pedih”.*

Oleh karenanya, perusahaan yang berbasis syariah dalam melakukan *marketing*, perlu itikad baik yang tertanam dalam visi dan misi, yang tidak bisa terlepas dari makna syariah itu sendiri serta tujuan akhir yang ingin dicapai. Tujuan akhir ini harus bersifat mulia karena lebih dari sekedar financial semata.

Sigit (2018) menyebut *Marketing* syariah sebagai jiwa bisnis. Menurutnya:

*“The marketing process departs from intellectuality which then penetrates the spirituality aspect”.*

*(Proses pemasaran berangkat dari aspek intelektual yang kemudian merambah ke aspek spiritual).*

Praktisi bisnis dan *marketing* sebenarnya mengalami transformasi dari level intelektual (rasional) ke emosional dan akhirnya ke pasar spiritual. Pada akhirnya konsumen akan mempertimbangkan kesesuaian produk dan jasa terhadap nilai-nilai spiritual yang diyakininya (Danah Zohar & Ian Marshall, 2004). Pada level Intelektual (rasional), pemasar menyikapi pemasaran secara fungsional-teknikal dengan menggunakan sejumlah tools pemasaran. Kemudian di level emosional, kemampuan pemasar dalam memahami emosi dan perasaan pelanggan menjadi penting. Pelanggan.

Kajian akademik mengenai pemasaran syariah telah memberikan kontribusi signifikan dalam memahami penerapan nilai-nilai Islam dalam aktivitas pemasaran. Banyak penelitian yang menyoroti pentingnya prinsip kejujuran, keadilan, dan amanah dalam membangun hubungan yang sehat antara pelaku bisnis dan konsumen, seperti penelitian Hamid & Zubair (2019) berkaitan dengan implementasi etika Islam dalam pemasaran produk bank syariah.

Ataupun Ashari & Panorama (2024) yang mengkaji etika bisnis dalam ekonomi mikro islam. Yang semua setuju bahwa pemasaran syariah tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi moral dan sosial yang kuat. Beberapa peneliti telah mengupas implementasi pemasaran syariah pada industri tertentu, seperti sektor makanan halal, perbankan syariah, dan pariwisata Islam.

Studi-studi tersebut juga menggarisbawahi bahwa pemasaran syariah tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi moral dan sosial yang kuat. Beberapa peneliti telah mengupas implementasi pemasaran syariah pada industri tertentu, seperti sektor makanan halal, perbankan syariah, dan pariwisata Islam.

Meskipun perkembangan literatur *Islamic marketing* atau *syariah marketing* terus meningkat, masih terdapat keterbatasan dalam cakupan penelitian yang lebih luas.

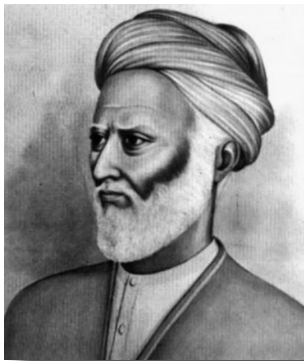


## BAB 4

# KONTRIBUSI EKONOMI ISLAM BAGI PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN

### A. PENGANTAR

Mengenal sejarah pemikiran ekonomi Islam, sejak masa awal Islam hingga era kontemporer, kita pasti mengenal bagaimana kontribusi para tokoh besar muslim, seperti Abu Yusuf, Al-Syaibani, Abu Ubaid, Al-Mawardi, Al-Ghazali, Ibn Taimiyah, Ibn Khaldun, hingga pemikir modern seperti Muhammad Baqir al-Sadr, Umer Chapra, dan Monzer Kahf. Setiap tokoh berperan dikaitkan dengan realitas sosial, politik, dan ekonomi pada masanya (Yafiz & Ismail, 2025).



**IMAM AL-MAWARDI** Pencetus Pemikiran Politik Islam. Dilahirkan di Bashrah pada tahun 364 H/976 M. Di Baghdad beliau melanjutkan studinya di Universitas al-Za'farani. Al-Mawardi juga belajar bahasa Arab, hadis, tafsir, tidak hanya itu ia juga mendalami sastra, filologi, dan etika. Ia telah banyak mewarnai pemikiran keislaman dengan

berbagai karyanya, seperti kitab fatsir, fikih, hisbah, serta sosiopolitik, dan karyanya yang paling monumental adalah kitab *Ahkam Shulthoniyyah* (hukum-hukum ketatanegaraan) yang hingga kini menjadi kitab rujukan paling populer bagi setiap orang yang mengkaji ilmu perpolitikan dikalangan umat Islam. (<https://nu.or.id/superapp>)

Al-Mawardi dalam *Al-Ahkam as-Sulthaniyyah* membahas manajemen harta negara dan peran penguasa dalam menjaga keseimbangan ekonomi. Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulum al-Din* menegaskan pentingnya keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual dalam perilaku ekonomi manusia (Hamid, 1995).

Pemikiran para ulama tersebut membentuk fondasi awal ekonomi Islam yang tidak hanya bersifat religious, tetapi juga rasional dan empiris. Konsep keadilan distributif, larangan eksploitasi, serta penguatan solidaritas sosial menjadi prinsip universal yang relevan lintas zaman. Oleh karena itu, memahami sejarah pemikiran ekonomi Islam bukan hanya mengenang masa lalu, tetapi juga menelusuri dinamika intelektual yang membentuk cara pandang umat Islam terhadap ekonomi, kekayaan dan pembangunan. Dalam konteks modern. Urgensi kajian ini semakin terasa, ketika ekonomi global dihadapkan pada krisis moral dan ketimpangan sosial (Abidah *et al.*, 2025).

Nilai-nilai normatif dalam pembangunan ekonomi Islam berfungsi sebagai kompas moral yang menuntun arah kebijakan dan praktik ekonomi agar tetap berorientasi pada kesejahteraan manusia dan kemaslahatan sosial. Keadilan, keseimbangan, kemaslahatan, dan tanggung jawab sosial tidak hanya dipahami sebagai nilai etik yang bersifat ideal, tetapi sebagai prinsip operasional yang mengarahkan desain dan implementasi pembangunan (Abidah *et al.*, 2025).

Pembangunan ekonomi dalam pandangan Islam menuntut harmoni antara dimensi moral dan material, antara kemajuan teknologi dan kesejahteraan sosial, serta antara efisiensi ekonomi

dan distribusi keadilan (Hakim dan Nuryadin, 2024). Dengan demikian, nilai-nilai normatif Islam tidak berdiri di luar sistem, tetapi justru menjadi fondasi bagi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembangunan nasional maupun global yang berbasis prinsip syariah. Penerapan nilai-nilai tersebut dapat diamati dari beberapa bidang strategis pembangunan ekonomi Islam kontemporer. Masing-masing menunjukkan bagaimana moralitas dan kebijakan publik dapat berpadu dalam kerangka ekonomi yang berkeadilan dan berkeadaban.

Seperti misalnya, nilai keseimbangan tercermin dalam kebijakan ekonomi yang memperhatikan kelestarian lingkungan dan keberlanjutan sumber daya. Negara seperti Indonesia, Malaysia, dan Uni Emirat Arab telah mengembangkan *green sukuk* untuk mendukung proyek ramah lingkungan seperti energi terbarukan, pengelolaan air bersih, dan mitigasi perubahan iklim. Pendekatan ini menegaskan bahwa pembangunan dalam Islam tidak boleh mengorbankan ekologi demi pertumbuhan ekonomi semata (Zikri, et al., 2022).

Implementasi nilai normatif juga terlihat dalam kebangkitan wirausaha Muslim yang menjadikan etika bisnis Islam sebagai pedoman utama. Kewirausahaan dalam Islam tidak berorientasi pada keuntungan pribadi semata, melainkan pada kontribusi sosial, kejujuran, dan tanggung jawab terhadap lingkungan (Masyhadi, 2018). Banyak *start-up* berbasis syariah kini mengusung konsep *ethical entrepreneurship*, seperti platform pembiayaan halal, pasar digital untuk produk etis, dan model bisnis sosial berbasis zakat dan wakaf (Waid dan Lestari, 2020).

Menghadapi tantangan global (era industri 4.0 dan *society 5.0*) sudah selayaknya menghidupkan kembali khazanah intelektual Islam klasik yang selama ini kurang mendapatkan perhatian, sekaligus menghubungkannya dengan ketimpangan ekonomi, krisis sosial, kesejahteraan umat. Sehingga buku yang ditulis Yafiz & Ismail (2025) mengkaji ulang Ekonomi Islam dalam posisi sebagai

sistem normatif, juga sebagai tawaran solusi praktis yang mampu menjawab permasalahan global dengan basis nilai-nilai tauhid, keadilan, dan kemaslahatan dalam tatanan pembangunan ekonomi yang adil dan manusiawi.

Karena pemikiran ekonomi Islam merupakan warisan intelektual yang hidup, dinamis, dan senantiasa aktual dalam menawarkan alternatif sistem ekonomi dunia yang lebih etis, inklusif, dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

## **B. EKONOMI ISLAM DALAM PEMBANGUNAN**

Ekonomi Islam sebagai bagian dari sistem ajaran Islam sejatinya sejak awal harus sudah dimaksudkan untuk mewujudkan apa yang menjadi tujuan pensyariatannya (*maqâshid al-syarî'ah*) yaitu terwujudnya kemaslahatan untuk mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Tujuan ekonomi Islam adalah kemaslahatan atau kesejahteraan manusia di bidang harta atau kekayaan material. Namun demikian hal tersebut tidaklah dipahami sebagai sesuatu yang terpisah dari bentuk pengabdian (ibadah) kepada Allah, sehingga kemaslahatan dan pengelolaan harta material tetap harus merujuk pada nilai-nilai ke-Tuhan-an dan berkaitan dengan aspek-aspek kemaslahatan lainnya dalam *maqâshid al-syarî'ah* (Yafiz, 2015).

Yaitu, **Pertama**, iman (*dîn*). Pemeliharaan dan pengembangan terhadap iman (*dîn*) diletakkan pada urutan pertama karena berperan sebagai cara pandang dunia (*world view*) yang dapat mempengaruhi kepribadian seseorang yang meliputi perilaku, gaya hidup, selera (*preferensi*) dan sikapnya, baik terhadap manusia, lingkungan maupun sumber daya (*resources*). Ini juga sangat terkait dengan upaya dalam menentukan sifat, kualitas dan kuantitas kebutuhan yang ingin dipenuhi serta cara mendapatkannya. Unsur keimanan (*dîn*) yang didasarkan kepada ke-Tuhan-an, hari akhir dan amal saleh harus dijadikan titik tolak pemikiran dan tindakan ekonomi.

**Kedua**, jiwa (*nafs*). Berkaitan dengan pemeliharaan dan pengembangan jiwa manusia, yang harus dilakukan dengan

memenuhi kebutuhan utamanya. Kebutuhan yang dimaksudkan tidak hanya untuk menjamin keberlangsungan jiwa dan kesejahteraannya, melainkan memastikannya dapat melakukan perannya sebagai khalifah secara efektif. Di antara hal terpenting untuk kebutuhan tersebut adalah terpenuhinya martabat (*dignity*), penghargaan (*self respect*), persaudaraan (*human brotherhood*) dan persamaan sosial (*social equity*).

**Ketiga**, akal (*'aql*). Akal adalah karakteristik yang membedakan setiap manusia dan perlu untuk dikembangkan secara berkesinambungan untuk meningkatkan kesejahteraan pribadi dan masyarakat. Menurut Umer Chapra, untuk pemeliharaan dan pengembangan akal diperlukan dukungan tersedianya kualitas pendidikan yang baik dengan harga terjangkau, fasilitas perpustakaan penelitian (*library and research facilities*), kebebasan berpikir dan berekspresi (*freedom of thought and expression*), penghargaan atas prestasi kerja, dan keuangan (*finance*).

Pemeliharaan dan pengembangan akal memberikan konsekuensi bahwa kegiatan ekonomi itu dilakukan berdasarkan rasionalitas ekonomi dan menggunakan pengetahuan sebagai modal. Dalam ekonomi konvensional, rasionalitas diukur berdasarkan nilai *utilitarianisme*, yaitu kegiatan ekonomi harus bisa mendatangkan manfaat yang sebesar-besarnya kepada sebanyak mungkin orang. Rasionalitas ekonomi Islam didasarkan pada prinsip keadilan yang mengandung unsur persamaan, pemerataan dan keseimbangan manfaat ekonomi. Selain itu, berdasar pada penghormatan pada akal yang merupakan anugerah Tuhan yang utama kepada manusia, maka kegiatan ekonomi juga harus mengembangkan dan menghargai akal atau pengetahuan sebagai modal.

**Keempat**, keturunan (*nasl*). Tidak ada peradaban yang dapat bertahan apabila generasi penerusnya mempunyai kualitas yang rendah, baik secara spiritual, fisik maupun mental. Oleh karena itu, diperlukan generasi masa depan yang tangguh dan mampu merespon tantangan zamannya. Generasi muda harus diberikan

pendidikan sejak mereka masih kecil dan keluarga adalah institusi pertama yang bertanggung jawab untuk menanamkan pendidikan moral dan akhlak yang mulia. Rasulullah SAW bersabda:

المؤمن القوي، خير وأحب إلى الله من المؤمن الضعيف،

“Bahwa orang mukmin yang kuat lebih baik dan disenangi Allah dari pada orang mukmin yang lemah”.

**Kelima**, harta (*mâl*). Meletakkan harta pada urutan terakhir tidaklah berarti bahwa harta tidak memiliki peran yang penting. Bahkan dapat dipastikan bahwa tanpa harta, maka keempat unsur *maqâshid al-syarî'ah* sebelumnya tidak akan dapat terlaksana dengan baik dalam rangka menciptakan kesejahteraan manusia.

Ada beberapa konsekuensi dari perlindungan dan pengembangan harta. Konsekuensi ekonominya adalah:

1. Bahwa manusia memiliki hak untuk memperkaya sumber daya ekonomi sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi mengandung fungsi sosial karena harus membagi waktu kepada orang lain atau masyarakat keseluruhan.
2. Kegiatan ekonomi harus bisa memperbanyak pilihan (*freedom of choice*) yang berarti memperluas kebebasan dalam pilihan konsumsi.
3. Sumber daya alam yang dimiliki oleh suatu masyarakat harus dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat.

Dengan demikian upaya untuk memajukan ekonomi, memproduksi barang dan jasa dalam kegiatan produksi dan mengkonsumsi hasil-hasil produksi serta mendistribusikannya seharusnya berpijak pada ajaran agama (Yafiz, 2015).

Ekonomi Islam dan Industri Keuangan syariah diharapkan mampu berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi sebagai bagian dari sistem keuangan nasional yang saat ini menawarkan sistem keuangan ganda (*dual financial system*). Sistem keuangan

syariah dengan karakteristiknya yang khas diyakini mampu berperan penting dalam menumbuhkan ekonomi berbasis sektor riil, berimbang, dan beretika.

Minimal terdapat 8 (delapan) karakter khas yang menjadi keunikan keuangan syariah apabila dibandingkan dengan sistem keuangan konvensional, yaitu:

1. Keuangan syariah merupakan sistem keuangan yang berakar pada keyakinan ajaran Islam.
2. Keuangan syariah memandang bunga sebagai riba yang diharamkan.
3. Keuangan syariah melarang perilaku spekulatif.
4. Keuangan syariah mempromosikan perdagangan dan berbagi untung dan risiko dalam bisnis.
5. Keuangan syariah memposisikan uang sebagai modal potensial yang bisa berkembang apabila dimanfaatkan dalam skema bisnis.
6. Keuangan syariah memajukan pembiayaan berbasis aset riil.
7. Keuangan syariah menempatkan akad dan kontrak sebagai sesuatu yang penting dan sakral.
8. Semua kegiatan dan pelaksanaan bisnis wajib tidak melanggar hukum Islam (Soemitra, 2023).

Jadi, pertumbuhan ekonomi tidak terlepas dari keadilan distribusi bagi setiap individu. Namun pada realitanya, nampak terjadi ketidakadilan dan ketimpangan dalam pendistribusian pendapatan dan kekayaan, sehingga berdampak pada peningkatan jumlah kemiskinan. Kebijakan distribusi dalam Islam menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan yang didasarkan pada al-Qur'an, yakni agar kekayaan tidak beredar hanya pada satu kelompok saja (Aprianto, 2016).

Untuk itu, kebijakan distribusi dalam pembangunan ekonomi Islam menekankan pada penghapusan sistem bunga (*ribawi*) yang

hanya menguntungkan pihak yang bermodal dan berakibat pada penumpukan harta pada golongan tertentu. Selain itu, masyarakat dituntut untuk menyadari akan peran pentingnya menciptakan keadilan distribusi dan mempersempit kesenjangan ekonomi dengan menunaikan zakat, infak, sedekah, wakaf dan waris, sehingga dapat dioptimalkan sebagai sumber pembiayaan pembangunan ekonomi. Kemudian, yang tidak kalah penting dalam kebijakan distribusi adalah dengan mengoptimalkan sukuk sebagai sumber pembiayaan pembangunan negara dalam rangka meningkatkan pelayanan publik, sehingga hasilnya dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat.

### **C. PENUTUP**

Ekonomi Islam (Syariah) adalah cabang ilmu pengetahuan yang berupaya memandang, menganalisis, dan menyelesaikan permasalahan ekonomi sesuai dengan syariat Islam. Syariat itu sendiri adalah peraturan hidup bagi manusia sesuai ajaran dalam Al-Quran dan hadits.

Karena, Ekonomi Islam merupakan sistem kehidupan yang mengatur segala hal yang berkaitan dengan kehidupan, yang meliputi aspek politik, ekonomi, pendidikan, seni, sosial, budaya, dan lain-lain. Dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, ekonomi Islam menjadi salah satu konsep dasar yang penting. Prinsip ekonomi Islam berbasis pada dasar Al-Quran dan Hadist, yang mengatur kehidupan dari segi yang terintegral dan komprehensif.

Prinsip ekonomi syariah adalah suatu kaidah pokok yang membangun struktur atau kerangka ekonomi sesuai Al-Quran dan hadits. Fungsi utama prinsip ini adalah menjadi pedoman dasar bagi setiap individu untuk berperilaku di bidang ekonomi. Prinsip ekonomi syariah dirumuskan menjadi enam poin, yaitu sebagai berikut:



### 1. Pengendalian harta individu

Aliran harta bisa berupa investasi produktif di sektor riil, seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Jika harta mengalir secara produktif, maka kegiatan ekonomi akan berjalan terus menerus.

### 2. Distribusi pendapatan yang inklusif

Distribusi pendapatan dan kesempatan bertujuan untuk menjamin inklusivitas perekonomian bagi seluruh masyarakat. Distribusi dari masyarakat dengan harta melebihi *nisab* bisa disalurkan dalam bentuk zakat untuk delapan golongan, seperti fakir, miskin, amil, muallaf, hamba sahaya, ghorim, fisabilillah, dan ibnus sabil.

### 3. Optimalisasi bisnis (jual beli) dan berbagi risiko

Setiap bisnis yang dijalankan berdasarkan ekonomi syariah selalu menekankan sistem bagi hasil dan risiko.

### 4. Transaksi keuangan terkait erat sektor riil

Setiap transaksi keuangan yang berdasarkan ekonomi syariah harus dijalankan pada sektor riil, aktivitas ekonomi harus mampu mendorong berkembangnya sektor riil seperti perdagangan, pertanian, industri, dan jasa.

## 5. Partisipasi sosial untuk kepentingan publik

Seseorang yang memiliki harta harus ikut berpartisipasi membangun kepentingan bersama. Misal mewakafkan tanah untuk rumah sakit, membeli sukuk untuk pembangunan jalan, dan sebagainya. QS Al-Hadid (57) : 7.

أَمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلِفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ آمَنُوا  
مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ.

*“Berimanlah kamu kepada Allah dan RasulNya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.”*

Jika diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari dan dikelola secara optimal, prinsip ini bisa menambah sumber daya publik dalam kegiatan aktif perekonomian.

## 6. Transaksi muamalat

Transaksi muamalat mencerminkan kegiatan ekonomi khususnya perdagangan yang dipraktikkan oleh Rasulullah SAW saat berdagang di Madinah. Nilai yang terkandung dalam transaksi muamalat adalah menjunjung tinggi keadilan serta kerja sama dan keseimbangan. Setiap transaksi haruslah mematuhi aturan yang ditetapkan oleh syariat.

Sistem keuangan ekonomi Islam mengacu pada konsep distribusi yang adil dan seimbang, yang mengacu pada keadilan dan keseimbangan. Peran ekonomi Islam dalam pembangunan ekonomi nasional terdapat pada sektor perbankan, sektor asuransi, sektor mikro, dan lain-lain. Dalam pembangunan ekonomi nasional, ekonomi Islam berkontribusi dengan menyediakan alternatif keuangan yang berbalanced, yang mengacu pada keadilan dan keseimbangan. Hal ini menjadi penting dalam membangun ekonomi

berkelanjutan yang mengacu pada keadilan, keseimbangan, dan kesejahteraan hidup rakyat (Putri, Rahmawati, Salsabila, 2024).

Secara garis besar, dapat dipahami bahwa menegakkan keadilan dalam distribusi pendapatan, optimalisasi pemanfaatan sumber daya ekonomi, peningkatan kapasitas produksi, dan pengembangan sumber daya manusia merupakan nilai-nilai yang sejalan dengan ajaran Islam.

Tujuan pembangunan ekonomi adalah untuk mewujudkan desentralisasi, dengan menekankan pentingnya mencapai keseimbangan dan perbaikan peradaban melalui pembangunan ekonomi. Batasan atas kebutuhan dalam hidup merupakan tambahan dari tujuan pembangunan ekonomi, dengan tujuan utama adalah mencapai kemandirian ekonomi bagi masyarakat Muslim.

Menurut sebagian besar ahli ekonomi Islam, pembangunan ekonomi tidak hanya melibatkan variabel-variabel ekonomi semata, tetapi juga mencakup aspek moral, sosial, material, dan spiritual. Pandangan lain menambahkan bahwa pertumbuhan ekonomi memiliki tujuan untuk menyucikan keyakinan dan memperkuat iman.

Dalam hal ini peran ekonomi Islam dalam pembangunan ekonomi nasional adalah suatu pendekatan ekonomi yang berasaskan prinsip-prinsip ekonomi Islam, nilai-nilai etika, dan moral Islam. Prinsip-prinsip ekonomi Islam ini mendasarkan diri pada ajaran-ajaran Al-Quran dan Hadis, serta tradisi Islam yang mengatur tata cara perilaku ekonomi manusia. Dalam prakteknya, negara-negara yang mayoritas penduduknya Islam memiliki kemampuan untuk menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti dengan menggunakan lembaga perbankan syariah, lembaga keuangan syariah, insentif pajak, dan regulasi yang mendukung prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Keseimbangan ekonomi dalam ekonomi Islam merupakan konsep yang mendorong keseimbangan antara kebutuhan individu dan sosial masyarakat. Seorang muslim diharapkan peduli dengan

sesama manusia ketika melakukan aktivitas bekerja atau berbisnis. Konsep keseimbangan dalam ekonomi Islam mencakup tingkat keseimbangan antara kapitalisme dan sosialisme yang belum terjawab hingga saat ini.

Juga perlu diingat, sistem ekonomi Islam berangkat dari kesadaran tentang etika, sebuah *ethical economy*, sedangkan sistem ekonomi lain, baik kapitalisme maupun sosialisme, berangkat dari kepentingan. Ekonomi Islam mencakup kesejahteraan individu, masyarakat dan negara, serta mencakup kebutuhan dasar manusia. Tujuan ekonomi Islam adalah untuk menjamin kebebasan individu, kesamaan hak dan peluang, dan kerjasama dan keadilan (Hasan, 2021).



## BAB 5

# PELUANG & TANTANGAN INDUSTRI KEUANGAN SYARIAH MENGHADAPI ERA SOCIETY 5.0

### A. PENGANTAR

Dalam pidato pengukuhan guru besar UIN SU Medan, Andri Soemitra, yang Guru Besar Bidang Ilmu Ekonomi Syariah UIN SU Medan, mengungkapkan industri keuangan syariah telah hadir memberikan solusi keuangan bagi Masyarakat global tidak hanya bagi Masyarakat beragama Islam, tetapi juga bagi Masyarakat non muslim. Universalisme menjadi salah satu karakter yang melekat pada keuangan syariah karena industri ini terbuka dipergunakan oleh seluruh kalangan Masyarakat.

Pertumbuhan keuangan syariah syariah telah mencapai era baru setelah lebih dari 40 tahun diperkenalkan kembali secara global. Keuangan syariah merupakan upaya konkrit menghidupkan kembali ajaran Islam di bidang keuangan. Kontribusi keuangan syariah diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjadi penyangga ekonomi sektor riil dari berbagai lapisan segmentasi masyarakat.

Data pada tahun 2022 menunjukkan bahwa keuangan syariah global sudah berhasil mencapai asset sebesar 4 Trilyun Dollar

Amerika dengan pertumbuhan di angka 17% dibandingkan dari tahun sebelumnya. Berdasarkan jumlah asetnya terdapat 5 negara yang mendominasi aset industri keuangan syariah, yaitu Iran (1.235 Milyar Dollar Amerika), Arab Saudi (896 Milyar Dollar Amerika), Malaysia (650 Milyar Dollar Amerika), Uni Emirate Arab (252 Milyar Dollar Amerika), dan Qatar (186 Milyar Dollar Amerika).



Terdapat sekitar 1.679 lembaga keuangan syariah yang tersebar di berbagai wilayah di dunia. Komposisi industri keuangan global ternyata didominasi oleh sektor perbankan yang menguasai 70% aset keuangan global dengan total aset mencapai 2,8 Trilyun Dollar Amerika dengan tingkat pertumbuhan 17% per tahun. Pada posisi kedua ditempati oleh Sukuk dengan nilai total yang beredar (outstanding) mencapai 713 Milyar Dollar Amerika dengan tingkat pertumbuhan 14% per tahun. Pada posisi terbesar ketiga terdapat Dana Manajemen Investasi dengan tingkat pertumbuhan mencapai 34% dengan aset mencapai nilai 238 Milyar Dollar Amerika yang terdiri dari aset di pasar uang dan pasar saham, dan exchange traded funds (ETFs).

Sayangnya untuk sektor dana manajemen investasi ini masih didominasi oleh Iran, Arab Saudi, dan Malaysia. Selain tiga sektor jasa keuangan syariah tersebut, industri keuangan syariah global masih terdapat lagi lembaga keuangan syariah lainnya yaitu antara lain Perusahaan fintech syariah, Perusahaan investasi, Perusahaan

pembiayaan, Lembaga keuangan mikro syariah yang tumbuh 5% per tahun dengan total asset 169 Milyar Dollar Amerika. Paling kecil terdapat Asuransi Syariah yang tumbuh 17% per tahun dengan total asset mencapai 73 Milyar Dollar Amerika (Soemitra, 2023).

Adapun Indonesia pada tahun 2023 ini telah memasuki usia 31 tahun dalam upaya pengembangan ekonomi dan keuangan syariah modern sejak didirikannya bank syariah pertama di Indonesia tahun 1992. Posisi Indonesia dalam Top Global Keuangan Syariah menduduki rangking 3 untuk kategori Top Skor *Islamic Financial Development Indicator (IFDI) Countries and Global Average* pada tahun 2022. Namun turun ke-empat tahun 2024.

Survey ini mengukur kinerja keuangan, tata Kelola, keberlanjutan, tingkat pengetahuan, dan tingkat kesadaran dan Ukuran besarnya ekonomi syariah Indonesia menempati posisi ke 4 setelah Malaysia, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab. Penyumbang ekonomi syariah terbesar di Indonesia adalah sektor makanan halal sebagai peringkat ke 2 dunia. Indonesia masuk peringkat ke 3 dunia untuk kategori *fesyen* halal. Adapun untuk kategori keuangan syariah Indonesia menempati posisi ke 6 dunia.



Indonesia memiliki peluang besar memperluas pangsa pasar industri keuangan syariahnya. Dengan tekad pemerintah Indonesia menjadikan Indonesia sebagai Pusat Halal Dunia pada tahun 2024, sebagai angin segar dalam upaya menghadapi tantangan ekonomi dan pasar keuangan syariah di dunia.

Setidaknya, ada beberapa alasan tertentu, upaya memperluas ekonomi islam dan industry keuangan Syariah (Andi Soemitra, 2023), yakni **Pertama**, Indonesia dengan populasi Muslim terbesar di dunia, akan menjadi dorongan pada Indonesia sebagai pusat keuangan syariah. Sekitar 86,7 % muslim di tanah air menjadi tumpuan meningkatkan *demand* (permintaan) ke sektor Jasa keuangan syariah.

**Kedua**, ketersediaan edukasi jalur pendidikan formal dan non formal literasi keuangan menjadi salah satu pintu masuk dalam meningkatkan kesadaran dan inklusi Masyarakat ke sektor jasa keuangan. Dan dapat menjadi kekuatan yang diharapkan mampu mendorong laju pertumbuhan keuangan syariah. Menurut data terakhir, Pendidikan formal pada perguruan tinggi, ada sekitar lebih 100 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di bawah Kementerian Agama yang berhimpun di bawah Asosiasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (AFEBIS). Memiliki ragam keahlian pada program studi baik jenjang S1, S2 bahkan Doktor, yakni Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, dan Asuransi Syariah, Akuntansi Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf, Pariwisata Syariah, dan lainnya (Soemitra, 2023).

**Ketiga**, Tren peningkatan kesadaran digitalisasi masyarakat jalur penguatan penetrasi informasi ekonomi dan keuangan syariah juga dapat dipercepat melalui media digital. Kondisi Masyarakat saat ini telah memasuki era baru (*Societi 5.0*) yang ditandai dengan tingginya tingkat kesadaran masyarakat menggunakan teknologi digital menjadi peluang tersendiri dalam mengakselerasi penetrasi informasi untuk memperbesar pangsa pasar ekonomi dan keuangan Islam.

**Keempat**, Keterlibatan stakeholder dan ekosistem industri keuangan syariah di Indonesia saat ini. Indonesia memiliki

ekosistem ekonomi dan keuangan yang lengkap. Banyak pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, masyarakat, dan akademisi yang terlibat dalam upaya mengembangkan industri keuangan syariah. Mulai dari dukungan Pemerintah, Regulator, KNEKS, Industri Jasa Keuangan Syariah, Asosiasi Terkait Ekonomi dan Keuangan Syariah baik Profesi, Industri, Masyarakat, UMKM, dan stakeholder lainnya.

## **B. ERA SOCIETI 5.0 & EKONOMI DIGITAL**

Perkembangan ekonomi digital di era industry 4,0 dan menghadapi society 5,0 ini didorong oleh perubahan perilaku masyarakat yang cenderung menggunakan platform digital di berbagai industry dan jasa. Khususnya dalam bisnis dan atau entrepreneurship. Era *Society 5.0* tidak bisa dihindarkan, karena hal ini menjadi pandangan ideal tentang bagaimana teknologi dapat digunakan untuk mengatasi tantangan masyarakat modern dan menciptakan masa depan yang lebih baik, efektif dan efisien, baik dalam kehidupan mikro dan global sehari-hari demi kesejahteraan manusia dan lingkungan (Kamaruddin, *et al.*, 2025).

Bukankan, Allah menyuruh manusia menguasai alam untuk kehidupannya, yang berarti manusia memiliki otoritas untuk mengelola alam semesta dan isinya. Dalam Islam, manusia memiliki dua status di hadapan Allah, yaitu *abdullah* dan *kholifatullah*. Sebagai *abdullah*, manusia berkewajiban menjalankan aktivitas kehidupan karena Allah.

Pada dasarnya e-Commerce merupakan dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi, sehingga secara signifikan merubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini adalah terkait dengan mekanisme dagang. Bidang yang digunakan oleh *Society 5.0* yakni seperti kesehatan cerdas (*smart healthcare*), pendidikan cerdas (*smart education*), energi terbarukan (*renewable energy*), pertanian berbasis teknologi (*technology-based agriculture*), *smart cities*, dan *smart mobility*.



Namun Miftahulhaq, mengingatkan bahwa dengan teknologi informasi dengan berbagai inovasi yang dilahirkannya sejatinya adalah sebatas alat untuk kehidupan saja, bukan tujuan. Teknologi informasi adalah salah satu alat mendekati diri kepada Allah dan sekaligus sebagai sarana untuk menjalankan misi sebagai *khalifatullah fil ardl*, yaitu untuk mewujudkan kedamaian dan rahmat bagi seluruh alam.

Karena itulah, pengelolaan teknologi informasi di era digital harus tetap disandarkan pada petunjuk Allah yang termaktub dalam al-Qur'an, secara khusus dalam berbisnis.

Di antara petunjuk itu: **Pertama**, kewajiban untuk melakukan *tabayyun* terhadap berbagai berita yang diterima (QS. Al-Hujurat: 6).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ  
فَتُصِيبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نُدْمِينَ.

*“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.*

Dalam hal ini diperintahkan bagi orang beriman untuk melakukan *tabayyun* (klarifikasi/penelitian) saat menerima berita dari orang fasik. Tujuannya agar tidak menimpakan bahaya kepada suatu kaum akibat kecerobohan informasi, yang akhirnya menimbulkan penyesalan. Ayat ini menjadi landasan penting dalam verifikasi berita (informasi) agar terhindar dari fitnah. Proses *tabayyun* dilakukan pada dua hal, yaitu si pembawa berita dan isi berita itu sendiri. Budaya *tabayyun* akan mampu menekan penyebaran berita bohong yang ada di masyarakat.

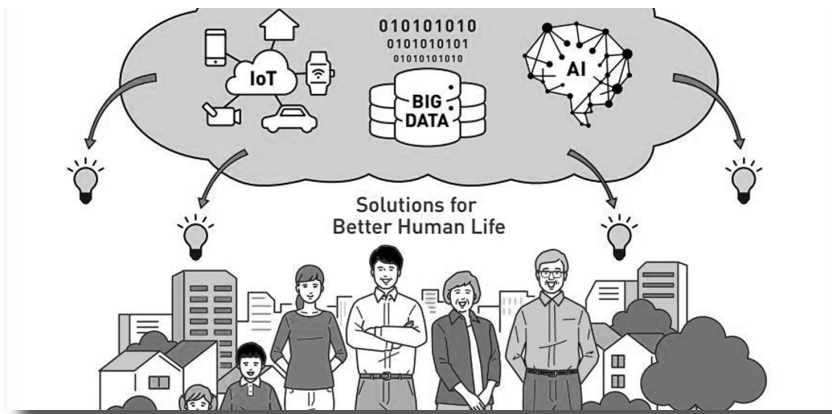
**Kedua**, larangan menghina, mencemooh dan mengakui adanya perbedaan (QS. Al-Hujurat: 11–13). Setiap hal yang berbeda tidak boleh dijadikan alat untuk saling merendahkan dan mengklaim diri yang paling baik dan benar. Tidak boleh pula untuk memproduksi

*ghibah* yang menggiring opini orang lain untuk menerima informasi bohong sebagai suatu kebenaran.

Dan **ketiga**, khusus dalam konteks ajaran agama, larangan mengikuti faham atau pemikiran tanpa ada pengetahuan atas faham atau pemikiran tersebut (QS. Al-Isra: 36).

Masalah adanya evolusi dan revolusi dalam tahapan perkembangan perilaku hidup manusia, sudah fitrahnya namun tetap dalam aturan pencipta-Nya.

Seperti yang telah kita lewatkan, apa yang dikenal dengan masyarakat Industry 4.0. Hal ini, merupakan lingkungan hidup dengan penguasaan ilmu dan teknologi. Industri 4.0 merujuk pada revolusi industri yang terjadi melalui penerapan teknologi digital seperti *Internet of Things* (IoT), kecerdasan buatan (AI), big data, dan otomatisasi dalam proses produksi dan manufaktur. Ini menggambarkan transformasi industri yang mengarah pada produksi yang lebih efisien, peningkatan produktivitas, dan pengurangan biaya melalui penggunaan teknologi canggih. Industri 4.0 lebih berfokus pada aspek teknologi dan bisnis (Kamaruddin, *et al.*, 2025).



Sementara Society 5.0, konsep yang lebih luas yang merujuk pada transformasi masyarakat secara keseluruhan melalui pemanfaatan teknologi canggih untuk mengatasi tantangan sosial, ekonomi, dan lingkungan.

*Society 5.0* menempatkan manusia sebagai pusat perhatian dan bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang berkelanjutan, inklusif, dan lebih baik. Ini melibatkan aplikasi teknologi dalam berbagai bidang seperti pendidikan, kesehatan, energi, transportasi, dan lainnya.

Seperti yang banyak dikaji para ekonom, bahwa ada beberapa karakteristik dari *Society 5.0* yakni (Kamaruddin, *et al.*, 2025):

1. Semua aspek kehidupan dan lingkungan dihubungkan melalui teknologi digital, memungkinkan pertukaran informasi dan kolaborasi yang lebih efektif;
2. Terdapat integrasi total antara Teknologi dan Manusia. Dengan perkembangan teknologi canggih bidang telekomunikasi dan computer, digunakan untuk meningkatkan kemampuan manusia dan kualitas hidup, namun bukan menggantikannya;
3. *Society 5.0* bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang berkelanjutan (*Sustainability*) secara ekonomi, sosial, dan lingkungan;
4. Teknologi digunakan untuk mengatasi masalah-masalah sosial (*Solving Social Challenges*), seperti kesenjangan ekonomi, perubahan iklim, populasi lanjut usia, akses kesehatan dan lainnya.



Dan secara inklusivitas, memastikan bahwa manfaat dari perkembangan teknologi tersedia dan dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat.

Semakin meningkatnya komunitas bisnis yang mempergunakan internet dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari secara tidak langsung telah menciptakan sebuah domain dunia baru yang kerap diistilahkan sebagai *cyberspace* atau dunia maya.

Dan memperlancar kegiatan ekonomi dan bisnis termasuk *entrepreneurship* yang akan dilakukan. Kegiatan bisnis ini dalam dirangkai dan diatur dalam tatanan Ekonomi digital.

Hartman (2000) menyatakan ekonomi digital sebagai:

*“The virtual arena in which business actually is conducted, value is created and exchanged, transactions occur, and one-to-one relationship mature by using any internet initiative as medium of exchange”.*

*(Arena virtual tempat bisnis benar-benar dijalankan, nilai diciptakan dan dipertukarkan, transaksi terjadi, serta hubungan antarindividu berkembang melalui penggunaan berbagai inisiatif internet sebagai sarana pertukaran).*

Semakin maraknya berkembang bisnis atau transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai medium komunikasi, kolaborasi, dan kooperasi antar perusahaan atau pun antar individu. Tengoklah bagaimana maraknya perusahaan-perusahaan baru maupun lama yang terjun ke dalam format bisnis elektronik e-Business dan e-Commerce.

**Digital Economy**, atau ekonomi digital, menurut *encarta dictionary* adalah *Business transactions on the Internet: the marketplace that exists on the Internet*. Dapat dikatakan bahwa ekonomi digital lebih menitikberatkan pada transaksi dan pasar yang terjadi di dunia internet.

Ekonomi digital merupakan kegiatan perekonomian yang dilakukan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi internet dan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*). Sistem ini dilakukan

bertujuan untuk mempermudah proses kegiatan ekonomi secara umum. Salah seorang tokoh yang pertama memperkenalkan istilah tentang ekonomi digital, adalah Don Tapscott. Dalam bukunya yang berjudul *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence* pada tahun 1995 menyebutkan ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang mengacu pada teknologi digital atau internet.

Ekonomi digital merupakan aktivitas digital ekonomi dengan bantuan teknologi seluler dan Internet. Sebutan lain dari pelaksanaan ekonomi digital adalah *internet economy*, *web economy*, *digital-based economy*, *new economy knowledge* atau *new economy*.

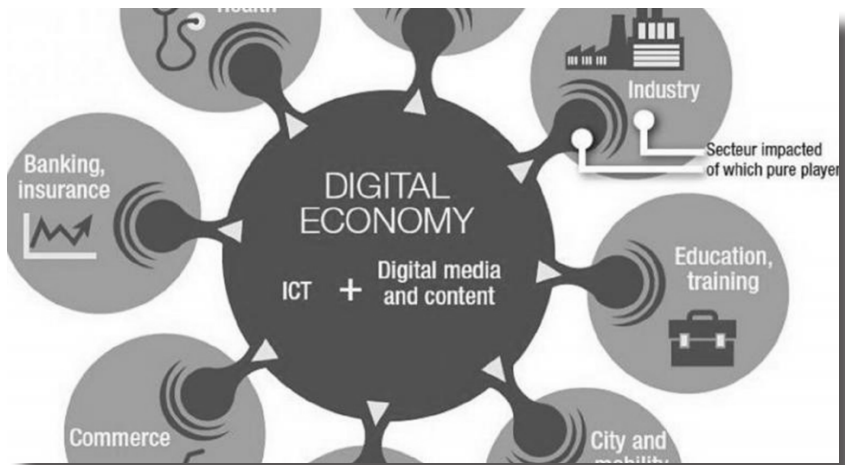
Ekonomi digital merupakan sebuah konsep ekonomi yang dalam prosesnya menggunakan teknologi digital sebagai elemen kunci. Adapun proses tersebut antara lain proses produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa. Adapun komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya adalah industri teknologi informasi dan komunikasi (TIK), aktivitas perdagangan elektronik (e-Commerce), serta distribusi digital barang dan jasa.

Akibat perkembangannya, konsep sistem ekonomi digital telah mengubah pola bisnis, dari yang semula dilakukan secara manual berubah menjadi serba otomatis atau digitalisasi. Penerapan digitalisasi dalam perekonomian telah memberikan dampak yang sangat besar pada berbagai sektor, hal ini karena digitalisasi telah mampu mengubah konsep perekonomian yang biasanya dilakukan secara manual, menjadi serba digital.

Adapun keuntungan yang mulai dirasakan akibat penerapan digitalisasi adalah efisien dari segi waktu, tenaga, maupun biaya, Selain itu menurut Bank Dunia dampak dari sistem ekonomi digital tidak hanya mencakup aspek ekonomi semata, tetapi sekaligus juga meliputi kehidupan sosial dan kultural atau budaya. Menurut Bank Dunia, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) menjadi unsur pokok yang membedakan ekonomi digital sebagai suatu sistem dengan sistem tradisional atau sistem konvensional.

Hubungan daring (*online*) antar-orang yang jumlahnya miliaran koneksi daring di antara orang-orang, berbagai bisnis, berbagai perangkat, mesin, data dan proses setiap harinya, telah menciptakan aktivitas ekonomi, baik produksi, konsumsi, maupun distribusi, yang kemudian disebut sebagai ekonomi digital atau *digital economy*.

Perkembangan Ekonomi Digital paling dahsyat terjadi pada era revolusi *industry 4.0*, hal ini akibat perkembangan industri akibat pengaruh perkembangan teknologi, khususnya teknologi internet. Karena pada era revolusi industri 4.0, teknologi digital menjadi salah satu pilar atau modal utama yang dibutuhkan para pelaku industri untuk mengembangkan usaha mereka.



Perkembangan sektor industri yang beriringan dengan perkembangan teknologi, tentunya akan dapat membawa perubahan positif dalam perdagangan suatu negara. Proses bisnis yang rumit menjadi lebih mudah dikelola dalam konteks ekonomi digital

Di era digital, transaksi bisnis menjadi lebih mudah dan cepat berkat digitalisasi, karena pelanggan sebagai konsumen digital lebih cenderung menggunakan perangkat digital untuk menjalankan bisnis dan akan memungkinkan pertukaran digital untuk barang fisik dan modal intelektual untuk diubah menjadi bentuk digital.

Kemajuan teknologi dan perkembangan ekonomi global telah menyebabkan perubahan yang cukup signifikan di berbagai sektor.

Munculnya teknologi terbaru yang berbasis digital atau dikenal dengan era industri 4.0 semakin menyebar luas.

Akibat perkembangan teknologi internet yang telah memberikan dampak yang besar bagi perkembangan ekonomi digital, sehingga ekonomi digital semakin merata, kegiatan ekonomi masyarakat berubah, dari yang awalnya serba manual menjadi serba digital, transaksi perekonomian yang semakin cepat, mudah dan lain sebagainya.

Perkembangan tidak hanya khusus bidang perdagangan semata, tetapi juga sudah melebar dibidang lainnya, seperti pada akses pendidikan yang semakin mudah dengan adanya les online dan segala macam informasi yang membuat seseorang lebih mudah dalam membuka bisnis. Selain itu dalam kehidupan sosial, menjadi landasan untuk melakukan pembangunan ekonomi inklusif, sehingga usaha kecil dapat berkembang.

Sehingga berbagai kegiatan sehari-hari saat ini menjadi lebih cepat dan praktis, kemudahan yang ditawarkan dalam ekonomi digital secara otomatis membuka peluang bisnis yang luas dalam berbagai bidang.

Huda (2021) juga menyatakan adanya teknologi digital yang canggih yang tidak dibatasi oleh ruang atau waktu telah membawa banyak kemudahan dan kepraktisan dalam berbagai aspek kehidupan mulai dari produksi sampai penyerahan produk ke tangan konsumen. Saat ini di Indonesia sudah banyak terdapat *platform marketplace* dengan merek ternama seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, TikTok Shop dan BliBli. Keenam merek platform tersebut sudah menggunakan sistem *one stop shopping* karena para pengguna aplikasi sudah dapat membeli berbagai macam produk dalam satu aplikasi.

Menurut Prasetyo (2023) bahwa dengan memanfaatkan e-Commerce dengan bijak dan tepat, para pelaku bisnis dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan keuntungan bisnis mereka. Saat ini model terbaru dari e-Commerce mulai dari mulai dari bisnis transportasi, akomodasi, shopping maupun jasa.

Maka dikenal adanya istilah: *I-Market*, *Customer Care*, *Vendors Management*, dan *Extended Supply Chain* sebagaimana dijelaskan Fingar (2000), yang digambarkan dibawah ini.

*Internet Market (I-Market)* didefinisikan sebagai suatu tempat atau arena di dunia maya dimana calon pembeli dan penjual saling bertemu untuk melakukan transaksi secara elektronik melalui medium internet. Maka tipe bisnis yang terjadi adalah *Business to Consumers (B2C)*.

***Customer Care*** adalah suatu usaha dari perusahaan untuk menjalin hubungan interaktif dengan pelanggan atau konsumen yang telah dimilikinya. Beberapa pelayanan yang biasa ditawarkan melalui situs seperti: FAQ (*Frequently Asked Questions*), *real time chatting*, *customer info changes*, dan lainnya. Prinsip utama yang diharapkan perusahaan dengan mengimplementasikan E-Commerce jenis ini untuk memberikan pelayanan (*supports and services*) yang prima.

***Vendors Management***; Penerapan aplikasi e-Commerce dalam ekonomi digital untuk menghubungkan perusahaan dengan para vendor pemasok berbagai kebutuhan bisnis sehari-hari dapat menekan biaya total yang dikeluarkan untuk aktivitas pengadaan dan pembelian barang.

Masyarakat dunia termasuk Indonesia, khususnya yang berada di daerah perkotaan, sangat tidak terpisahkan dari internet, karena hampir segala aktifitas selalu melibatkan internet dan teknologi informasi. Tidak mengherankan internet menjadi kebutuhan primer, terutama para entrepreneur atau pebisnis untuk keperluan, baik digital marketing atau sekedar promosi produk dan tren (melalui e-Commerce). Dengan aktivitas bisnis secara e-Commerce, maka perusahaan dapat memperluas aktivitas dan menjangkau konsumen dengan lebih mudah. Juga proses transaksi yang selama ini sifatnya konvensional menjadi lebih modern dengan tersedianya transaksi online (Pradana, 2015).

E-Commerce berguna dalam mengurangi biaya administrasi dan waktu siklus proses bisnis, dan meningkatkan hubungan

dengan kedua mitra bisnis dan pelanggan. Karena proses membeli dan menjual produk-produk dilakukan secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan internet sebagai perantara transaksi bisnis menurut (Laudon & Laudon, 2009).

### **C. PENUTUP : PERKEMBANGAN KEUANGAN SYARIAH**

Perkembangan sektor keuangan berbasis Syariah mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Di antara indikator perkembangan tersebut adalah meningkatnya kebutuhan terhadap berbagai fasilitas instrumen-instrumen keuangan (*Financial Instruments*) baik melalui perbankan maupun lembaga keuangan non bank. Selain itu, pertumbuhan Lembaga-lembaga keuangan syariah telah menjadi alternatif bagi para investor dan pelaku ekonomi yang menuntut institusi dan instrumen keuangan (*Islamic Financial Institution*) yang memenuhi ketentuan syariah (*Syariah Compliance*).

#### **1. Pasar Bisnis Syariah dalam Persaingan Pasar Global**

Jenis dan bentuk muamalah yang dilaksanakan manusia sejak dahulu sampai sekarang berkembang sesuai dengan kebutuhan dan pengetahuan manusia. Maka, dijumpai dalam berbagai suku bangsa (negara), bentuk dan jenis muamalah yang beragam, dengan esensi saling melakukan interaksi sosial dalam upaya memenuhi kebutuhan masing-masing sesuai dengan firman Allah swt. dalam surat Al-Isra' ayat 84 "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaan masing-masing. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya"

Muamalah merupakan bagian dari Syariah yang mengatur bidang dalam berbagai aktivitas perekonomian, mulai jual-beli hingga investasi saham. Dalam dunia usaha, berbagai jenis model pasar dapat ditemui di Indonesia dari pasar tradisional, pasar modern sampai konsep pasar yang terbaru yaitu pasar berbasis syariah, karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan interaksi dengan manusia lain, seperti halnya berinteraksi dengan

cara tolong menolong, berjual beli di pasar, bersaing di dunia usaha dan menciptakan peluang usaha.

Munculnya gelombang baru yang membawa nilai-nilai etika, keadilan, dan transparansi dalam bentuk bisnis Syariah, menjadikan pilihan dalam pasar global. Namun, sebuah pertanyaan besar sering kali muncul di benak para pelaku usaha dan pengamat ekonomi, apakah bisnis berbasis syariah benar-benar memiliki daya saing yang cukup kuat untuk bertarung di panggung pasar global yang sangat kompetitif dan dinamis? Mengingat standar global yang sangat ketat, bisnis syariah dituntut untuk tidak hanya menjual label halal, tetapi juga kualitas operasional dan inovasi yang melampaui ekspektasi konsumen internasional.



Memang, beberapa faktor fundamental yang membuat bisnis syariah sebenarnya memiliki posisi tawaran yang unik di pasar internasional. Keunikan ini bukan hanya terletak pada aspek religiusitas, tetapi pada nilai universal yang ditawarkannya.

Prinsip etika dan transparansi, menjadi misi penting dalam dunia bisnis modern, isu *Environmental, Social, and Governance* (ESG) sedang menjadi tren. Bisnis syariah secara alami sudah menerapkan

prinsip keadilan dan tanggung jawab sosial yang selaras dengan konsep ESG tersebut.

Lalu, ketahanan terhadap krisis, dengan sistem bagi hasil dan larangan terhadap transaksi spekulatif membuat model bisnis syariah cenderung lebih stabil saat terjadi gejolak ekonomi global dibandingkan sistem yang sangat bergantung pada utang berbunga.

Ditunjang dengan pasar muslim yang relatif lebih luas, dengan populasi muslim dunia yang terus bertambah di berbagai benua merupakan pasar potensial yang sangat masif untuk produk makanan halal, kosmetik, hingga layanan keuangan. Tinggal bagaimana, agar bisnis syariah bisa melenggang aman dan amanah di pasar global dituntut efisiensi dan inovasi yang luar biasa tinggi, dengan hal-hal seperti:

- a. Standarisasi Sertifikasi halal: Perbedaan standar halal antarnegara sering kali menjadi kendala teknis bagi para eksportir produk syariah untuk masuk ke pasar baru.
- b. Literasi dan persepsi publik, masih ada anggapan di sebagian masyarakat global bahwa produk syariah hanya eksklusif untuk umat Islam, padahal nilai manfaatnya bisa dirasakan oleh semua kalangan secara universal, dan
- c. Adopsi Teknologi Digital, dimana bisnis syariah harus lebih gesit dalam mengadopsi teknologi terbaru seperti *blockchain* dan kecerdasan buatan untuk memastikan rantai pasok yang transparan dan efisien.

Maka, keberhasilan bisnis syariah di pasar global – era society 5.0 masa depan sangat bergantung pada integritas para pelakunya. Di tengah persaingan yang sering kali menghalalkan segala cara, menjaga kepercayaan nasabah adalah aset yang paling berharga. Bisnis syariah harus menunjukkan bahwa kejujuran dan keberkahan bisa berjalan beriringan dengan keuntungan yang besar.

Al-Qur'an sudah menjelaskan tentang pasar yang terdapat dalam QS. Al-Furqan (25) ayat 20:

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي  
الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا.

*“Dan kami tidak mengutus Rasul-rasul sebelumnya, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar dan Kami jadikan sebagian kamu cobaan bagi sebagian yang lain maukah kamu bersabar dan adalah Tuhanmu Maha melihat”.*

Ayat tersebut merupakan dasar dalam melakukan berbagai aktivitas bisnis untuk memenuhi kebutuhan hidup. Inilah bukti nyata bahwa pasar sangat berpengaruh dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

Namun, dalam hadits yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah, nabi Muhammad SAW bersabda: yang artinya: “Dari Abi Hurairah, bahwa Rasulullah Saw., berkata “tempat yang paling dicintai Allah dalam suatu negeri adalah masjid-masjidnya dan tempat yang paling dibenci Allah adalah pasar-pasarnya (HR. Muslim).

Dibencinya pasar oleh Allah Swt. di dalam konteks hadits tersebut karena di pasar terjadi aneka ragam perbuatan dosa yang melalaikan manusia kepada Allah swt. Ini harus dijadikan “illat” untuk memahami konteksnya, bahwa pasar itu dibenci bukan karena pasarnya, tetapi karena banyaknya perbuatan yang bertentangan hukum dan nilai-nilai etika bisnis dalam Islam.

Artinya jika sebab (*illat*) itu hilang maka sesungguhnya pasar tidaklah dibenci. Maka dari itu, untuk meminimalisir banyaknya perbuatan tercela yang terjadi di pasar, perlu dibentuk suatu konsep pasar yang berlandaskan etika bisnis Islam (Cahyono, 2020).

## **2. Pasar Modal Syariah**

Salah satu lembaga keuangan yang cukup strategis dalam lintas sistem keuangan hari ini adalah Pasar Modal yang menawarkan berbagai instrumen investasi keuangan. Di samping instrumen-instrumen keuangan konvensional, saat ini juga sudah ditawarkan sejumlah instrumen keuangan pasar modal yang memenuhi ketentuan syariah (*Islamic Financial Instruments*). Hal ini dilakukan

untuk memenuhi kebutuhan pemodal yang ingin berinvestasi berdasarkan kepada prinsip-prinsip syariah tersebut. Sejumlah bursa efek dunia telah menyusun indeks yang secara khusus terdiri dari komponen saham-saham yang tergolong kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan prinsip Syariah (Yafiz (2085).

Perkembangan instrumen syariah pada pasar modal di Indonesia sudah terjadi sejak tahun 1997, diawali dengan lahirnya Reksa Dana Syariah yang diprakarsai Dana Reksa, selanjutnya, PT. Bursa Efek Jakarta (BEJ) bersama dengan PT. Dana Reksa Investment Management (DIM) meluncurkan Jakarta Islamic Index (JII) yang mencakup sekitar 30 jenis saham dari emiten-emiten yang kegiatan usahanya memenuhi ketentuan syariah.

Gelombang gerakan Islamisasi ekonomi pada abad 20 yang dipelopori oleh beberapa tokoh umat Islam mengajak penerapan prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah pada lembaga-lembaga keuangan dan aktivitasnya, seperti pada pasar modal. Akhirnya di Indonesia pada tahun 2003, Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa mengenai mekanisme beroperasinya pasar modal syariah, objek yang diperdagangkan dan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh suatu emiten yang terlibat di dalamnya.

Setelah itu, pada tahun yang sama diresmikanlah pasar modal syariah oleh Menkeu Boediono dan dihadiri oleh Wakil dari MUI, Bapepam dan lainnya.

Pasar modal syariah sebetulnya telah bermunculan di berbagai negara Islam ataupun Barat, seperti Amerika Serikat. Keberadaan pasar modal syariah merupakan suatu usaha positif untuk mempertemukan emiten yang bergerak di bidang usaha yang sesuai dengan syariah dan investor muslim yang ingin menanamkan modalnya di bursa saham (Sudarsono, 2007).

Instrumen pasar modal syariah berbeda dengan instrumen pasar modal konvensional. Sejumlah instrumen syariah di pasar modal sudah diperkenalkan kepada masyarakat. Saham yang memenuhi kriteria syariah adalah saham yang dikeluarkan perusahaan yang

bergerak di bidang usaha yang sesuai dengan syariah. Instrumen-instrumen pasar modal yang diperjualbelikan di pasar modal konvensional adalah surat-surat berharga (*securities*) seperti saham, obligasi (Kasmir, 2004) dan instrument turunannya (*derivatif*) seperti opsi, waran, dan reksa dana. Sedangkan instrumen yang diperdagangkan pada pasar modal syariah adalah saham, obligasi syariah dan reksa dana syariah (Sholahuddin, 2006).



Dalam konteks Indonesia, saham syariah adalah saham yang diberikan kepada investor oleh perusahaan yang memenuhi persyaratan syariah. Ini diatur oleh Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.40/DSN-MUI/X/2003 tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Prinsip Syariah di Bidang Pasar Modal, pasal 4 ayat 3, yang menyatakan bahwa: “Saham syariah adalah bukti kepemilikan atas suatu perusahaan yang memenuhi kriteria Syariah (Kamil & Fauzan, 2007). Diantaranya, Telekomunikasi Indonesia, Unilever Indonesia, Tambang Batubara Bukit Asam Tbk, international Nickel Indonesia Tbk, Aneka Tambang, Kalbe Farma, Bakrie Telecom, dan United Tractors Tbk.

Prinsip-prinsip penyertaan modal secara syariah tidak diwujudkan dalam bentuk saham syariah maupun non syariah, melainkan berupa pembentukan indeks saham yang memenuhi prinsip syariah. DiBursa Efek Indonesia terdapat Jakarta Islamic Index (JII) yang merupakan 30 saham yang memenuhi kriteria syariah yang ditetapkan Dewan Syariah Nasional (DSN).

Bagaimana sebenarnya saham-saham syariah yang ada di pasar modal tersebut dibandingkan dengan saham-saham konvensional, dan bagaimana perkembangan serta pelaksanaan di berbagai negara-negara di dunia, khususnya di negara-negara Muslim? Hal ini dibahas tuntas dalam artikel “Saham Dan Pasar Modal Syariah” (Yafiz, 2008).

Saham syariah dapat dikatakan sebagai saham yang diperdagangkan di dalam pasar modal syariah. Pada dasarnya saham syariah sama dengan saham dalam pasar modal konvensional. Hanya saja bedanya saham yang diperdagangkan dalam pasar modal syariah harus datang dari emiten yang memenuhi kriteria-kriteria syariah (*Syariah Compliance*).

Dengan demikian, kalau saham merupakan surat berharga yang merepresentasikan penyertaan modal ke dalam suatu perusahaan. Maka dalam prinsip syariah, penyertaan modal dilakukan pada perusahaan-perusahaan yang tidak melanggar prinsip-prinsip syariah, seperti bidang perjudian, riba, memproduksi barang yang diharamkan seperti bir, dan lain-lain.

Ditinjau dari sisi syariah, pasar modal adalah bagian dari aktivitas muamalah. Transaksi di dalam pasar modal diperbolehkan sepanjang tidak terdapat transaksi yang bertentangan dengan ketentuan yang telah digariskan oleh syariah. Syed Othman Alhabshi dalam tulisannya yang berjudul *Development of capital market under Islamic principles* memberikan deskripsi analitis tentang eksistensi pasar modal yang sesuai syariah serta secara optimal dapat berperan terhadap pertumbuhan dan ekspansi ekonomi.

Analisisnya menggunakan pendekatan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas transaksi di pasar modal dengan berorientasi kepada tujuan dari penerapan prinsip-prinsip syariah itu sendiri. Menurutnya, tujuan-tujuan syariah dalam kehidupan ekonomi tersebut seperti terealisasinya distribusi pendapatan dan kekayaan, terciptanya keadilan dan keseimbangan ekonomi baru akan terwujud dengan diaplikasikannya prinsip-prinsip syariah dalam berbagai aktivitas ekonomi dan keuangan syariah, khususnya pasar modal sebagai lembaga keuangan (*financial institution*).

Di antara prinsip-prinsip tersebut adalah pelarangan riba (*prohibition of interest*) sebagaimana tertuang dalam QS. al-Baqarah/2: 275-276 dan ayat 278-290.

Prinsip pelarangan *gharar* (*prohibition of doubtful transaction*). Syariah melarang transaksi yang di dalamnya terdapat spekulasi dan mengandung *gharar* atau ketidakjelasan yaitu transaksi yang di dalamnya dimungkinkan terjadinya penipuan (*khida'*). Termasuk dalam pengertian ini adalah melakukan penawaran palsu (*najsy*); transaksi atas barang yang belum dimiliki (*short selling/bai'u mâlaisa bimamluk*); menjual sesuatu yang belum jelas (*bai'u al ma'dûm*); pembelian untuk penimbunan efek (*ihtikar*) dan menyebarluaskan informasi yang menyesatkan atau memakai informasi orang dalam untuk memperoleh keuntungan transaksi yang dilarang (*insider trading*).

Prinsip berikutnya adalah pelarangan untuk bertransaksi terhadap makanan dan minuman yang halal (*prohibition of unlawful food and drink*), prinsip kesederhanaan (*principle of moderation*), prinsip etika perilaku (*principle of ethical behavior*), dan prinsip kepemilikan sempurna (*principle of complete ownership*) (Yafiz, 2008).

Prinsip-prinsip ini kemudian menjadi landasan bagi beroperasinya aktivitas ekonomi dan keuangan, termasuk pasar modal Syariah. Sehingga investasi tidak dapat dilakukan terhadap semua produk pasar modal karena di antara produk pasar modal itu banyak yang bertentangan dengan syariah.

Oleh karena itu investasi di pasar modal harus dilakukan dengan selektif dan dengan hati-hati (*ihtiyat*) supaya tidak masuk kepada produk non halal. Sehingga hal inilah yang mendorong terjadinya islamisasi pasar modal.

Bentuk ideal dari pasar modal syariah dapat dicapai dengan islamisasi empat pilar pasar modal, yaitu;

- a. Emiten (perusahaan) dan efek yang diterbitkannya didorong untuk memenuhi kaidah syariah, keadilan, kehati-hatian dan transparansi.
- b. Pelaku pasar (investor) harus memiliki pemahaman yang baik tentang ketentuan ketentuan muamalah, manfaat dan resiko transaksi di pasar modal.
- c. Infrastruktur informasi bursa efek yang jujur, transparan dan tepat waktu yang merata di publik yang ditunjang oleh mekanisme pasar yang wajar.

- d. Pengawasan dan penegakan hukum oleh otoritas pasar modal dapat diselenggarakan secara adil, efisien, efektif dan ekonomis (Setiawan, 2005).

Keberadaan saham dan pasar modal syariah saat ini menjadi hal yang sangat mutlak karena mempunyai peran dan fungsi ekonomi dan keuangan yang sangat strategis. Tujuan strategis dari pasar modal syariah, yaitu:

- a. Memungkinkan bagi masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan bisnis dengan memperoleh bagian dari keuntungan dan resikonya.
- b. Memungkinkan para pemegang saham menjual sahamnya guna mendapatkan likuiditas.
- c. Memungkinkan perusahaan meningkatkan modal dari luar untuk membangun dan mengembangkan lini produksinya.
- d. Memisahkan operasi kegiatan bisnis dari fluktuasi jangka pendek pada harga saham yang merupakan ciri umum pada pasar modal konvensional, dan
- e. Memungkinkan investasi pada ekonomi itu ditentukan oleh kinerja kegiatan bisnis sebagaimana tercermin pada harga saham (Agutianto, 2008).

Pasar Modal Syariah (*Islamic Capital Market*) didirikan karena kebutuhan akan instrumen investasi yang sesuai dengan syariah. Pasar Modal Syariah dalam bentuk indeks Islam dimulai dengan pengeluaran *Equity Fund* pertama, *Amana Fund*, yang didirikan oleh The North American Islamic Trust pada Juni 1986. *Dow Jones Islamic Market Index* (DJIMI) diluncurkan sebagai bagian dari Dow Jones Index pada Februari 1999. Selama bertahun-tahun, indeks DJIMI terus mengalami peningkatan yang luar biasa.

Survei yang dilakukan di beberapa negara menunjukkan bahwa pertumbuhan pasar modal syariah dan saham cukup menggembirakan. Untuk pertama kalinya di seluruh dunia, indeks syariah dan reksa dana seperti reksa dana diluncurkan di Amerika Serikat dengan nama *The Amana Fund*. Pada tahun 1986, The North American Islamic Trust mengikutinya.

Tiga tahun kemudian, *Board of Syariah Supervisory of Dow Jones Index* (SSB) meluncurkan DJIM. SSB kemudian mengeluarkan

saham-saham berdasarkan aktivitas bisnis dan rasio finansial. SSB juga mengeluarkan perusahaan yang bekerja dalam industri seperti rokok, alkohol, daging babi, jasa keuangan konvensional, pertahanan, dan persenjataan, serta industri hiburan seperti hotel, restoran, dan kafe (Fadlilah *et al.*, 2023).

Pasar modal syariah hadir sebagai solusi alternatif dalam sistem keuangan modern yang mengedepankan prinsip keadilan, transparansi, dan keberlanjutan sesuai syariat Islam. Keberadaannya tidak hanya menjadi sarana penghimpunan dana bagi perusahaan, tetapi juga memberikan kesempatan investasi yang amanah dan etis bagi masyarakat. Dengan dukungan regulasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan pengawasan Dewan Syariah Nasional-MUI (DSN-MUI), pasar modal syariah di Indonesia terus berkembang melalui berbagai instrumen seperti saham syariah, sukuk, reksa dana syariah, dan ETF syariah.

Hal ini membuktikan bahwa pasar modal syariah di era society 5.0 ini dan ke depan, berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus mewujudkan pemerataan kesejahteraan masyarakat.

Dengan menerapkan karakteristik pasar modal syari'ah, yakni:

- a. Bebas dari Riba
- b. Tidak Mengandung *Gharar* dan *Maisir*
- c. Objek Investasi Halal
- d. Menggunakan Akad Syariah, yakni *Mudharabah* (kerja sama modal-pengelola usaha), *Musyarakah* (kerja sama modal bersama), *Murabahah* (jual beli dengan margin keuntungan), *Ijarah* (sewa-menyewa), Wakalah (pemberian kuasa), dan akad lain yang sesuai fatwa DSN-MUI. Hal ini memastikan kesesuaian mekanisme pasar modal dengan prinsip syariat.
- e. Diawasi oleh DSN-MUI & OJK, untuk menjaga integritas dan kepatuhan syariah, serta
- f. Mengutamakan Keadilan & Transparansi (Kurniawan *et al.*, 2025).



## BAB 6

# SEKILAS PEMIKIRAN INTELEKTUAL EKONOMI ISLAM

### A. KONTRIBUSI CENDEKIAWAN MUSLIM

Sejarah mencatat, para intelektual ekonomi Islam (Syariah) muncul dengan ide dan konsep cemerlang di masanya. Para intelektual tersebut lalu disebut dengan cendekiawan muslim karena memiliki latar belakang Pendidikan dan pengalaman luas dan menghasilkan banyak karya populer yang membumi untuk diteladani.

Perkembangan ekonomi Islam tidak terlepas dari dinamika pemikiran para intelektual Muslim dalam merespons persoalan ekonomi modern.

Semua karya cendekiawan muslim tersebut memberi kontribusi yang signifikan terhadap sejarah pemikiran ekonomi Islam, baik dari aspek teoritis maupun praktis.

#### 1. Konsep Masalah Imam Al-Ghazali

Abu Hamid Muhammad bin Muhammad al-Tusi al-Ghazali, yang sering disebut Imam Al-Ghazali, kelahiran tahun 450 H (1058 M) di Thus, sebuah kota di wilayah Khurasan yang saat ini dikenal

sebagai Masyhad. Dikenal sebagai seorang cendekiawan Muslim terkemuka abad ke-11. Ia memberikan kontribusi signifikan dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk ekonomi Islam. Pemikirannya menekankan integrasi antara nilai-nilai spiritual dan aktivitas ekonomi, dengan tujuan mencapai kesejahteraan sosial yang berkeadilan.

Al-Ghazali menekankan pentingnya keadilan, kedamaian, dan stabilitas sebagai fondasi ekonomi yang sehat, baik dalam produksi, konsumsi, maupun distribusi. Dan hal ini dikenal sebagai konsep *maslahah* (kemaslahatan), yang menekankan bahwa setiap aktivitas ekonomi harus bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat luas, menentang praktik riba, karena dianggap merugikan dan menciptakan ketidakadilan dalam masyarakat (Lubis *et al.*, 2024).



*Maslahat* adalah sebuah produk pemikiran dari para ulama yang menggambarkan tentang kemahaadilan Tuhan dalam menurunkan syari'at kepada *mukallaf*. Sedemikian pentingnya *maslahat* ini sehingga para ulama banyak berbicara tentang dalam konteks menyetujuinya dan sebagian lainnya masih mengkaji ulang eksistensinya dalam syari'at. *Maslahat* bukanlah dalil yang *qat'iyy* dan ia juga bukan merupakan dalil yang *zanniyy*. Ia hanyalah dalil ijthadi yang secara mendasar melingkupi aspek-aspek penetapan hukum (*al-tasyri'*) dan menjadi kajian intens ketika *mukallaf* menuntut keadilan Tuhan dan ketika *mukallaf* itu dimintai keterangan dan pertanggungjawaban perbuatannya (Sutikno *et al.*, 2023).

Konsep *masalah* Imam Al-Ghazali berpusat pada pemeliharaan *Maqashid al-Syari'ah* (tujuan syariat) untuk melindungi lima elemen pokok: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda. Masalah menurutnya wajib sejalan dengan nash (Al-Qur'an/Sunnah) dan tidak boleh bertentangan dengan dalil syar'i. Kemaslahatan ini bertujuan menciptakan kebaikan dan menghindari mafsadah (kerusakan).

Poin-poin penting dalam konsep *masalah* Imam Al-Ghazali, yaitu:

- a. Pemeliharaan 5 Unsur Pokok (*Al-Dharuriyat al-Khamsah*): *Maslahah* yang diakui syariat harus mencakup perlindungan terhadap Agama, Jiwa, Akal, Keturunan, dan Harta.
- b. Tidak bertentangan dengan *Nash*: Al-Ghazali sangat ketat dalam hal ini; *masalah* tidak boleh menghapus atau bertentangan dengan *nash* Al-Qur'an, Sunnah, maupun *Ijma'*.
- c. Tingkatan *Maslahah* dibagi menjadi *daruriyah* (primer), *hajiyah* (sekunder), dan *tahsiniyah* (tersier). Fokus utama adalah tingkat *daruriyah*.
- d. *Maslahah Mursalah* sebagai Metode: *Maslahah* digunakan sebagai metode *ijtihad* untuk permasalahan baru, bukan sebagai sumber hukum independen.
- e. Relevansi Kontemporer: Konsep ini, seperti dalam konsep *masalah mursalah* dalam hukum yang diaplikasikan dalam penetapan hukum modern seperti pembatasan usia pernikahan demi melindungi hak anak dan keturunan.

Menurut Imam Al-Ghazali, tujuan utama ekonomi adalah mencapai kesejahteraan sosial dan memperkuat hubungan manusia dengan Allah. Dalam pandangannya, sumber utama pendapatan adalah: (Sheila, 2020).

*“Melalui kerja individu, laba dari perdagangan, dan warisan, tetapi semua harus diperoleh secara sah dan sesuai hukum agama”.*

Hal ini juga didukung oleh pendekatan masalah (*kemaslahatan*), yang mencakup kebutuhan primer (*dharuriyah*), kebutuhan sekunder (*hajiyah*), dan kebutuhan tersier (*tahsiniah*). Dengan demikian, aktivitas ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi tetapi juga pada nilai-nilai akhirat (Gistriadi *et al.*, 2023).

Fahlevi (2012), menyatakan konsep Al-Ghazali tentang *masalah* (kemanfaatan/kesejahteraan) menjadi landasan utama dalam kegiatan ekonomi Islam, termasuk dalam perilaku konsumsi. *Maslahah* tidak hanya menjadi tujuan akhir, tetapi juga motivasi yang mendorong individu dalam memenuhi kebutuhannya, baik di tingkat individu maupun masyarakat secara luas. Dalam pandangan ini, kesejahteraan masyarakat tidak dapat dipisahkan dari pemenuhan dan perlindungan lima tujuan dasar kehidupan, yang dikenal sebagai *maqashid al-shariah*. Kelima elemen tersebut meliputi:

Agama (*al-dien*) sebagai pondasi kehidupan, agama menjadi pedoman utama yang menjaga hubungan manusia dengan Allah dan sesama manusia. Aktivitas ekonomi harus mendukung pelaksanaan ibadah dan nilai-nilai spiritual.

Hidup atau Jiwa (*nafs*), bahwa perlindungan terhadap kehidupan menjadi prioritas utama. Kegiatan ekonomi yang menjamin kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, dan papan mencerminkan upaya melestarikan jiwa.

Keluarga atau Keturunan (*nasl*). Bahwa Al-Ghazali menegaskan pentingnya melindungi generasi penerus melalui pendidikan, kesehatan, dan nilai-nilai keluarga yang kokoh. Aktivitas ekonomi yang tidak merusak institusi keluarga menjadi bagian dari masalah ini.

Harta atau Kekayaan (*maal*), bahwa kekayaan harus dikelola secara adil dan produktif. Prinsip ini mencakup larangan riba, menimbun harta, dan mendorong zakat sebagai bentuk redistribusi kekayaan.

Intelektual atau Akal (*'aql*), bahwa pendidikan dan pengembangan intelektual menjadi kunci dalam menciptakan masyarakat yang sejahtera dan berdaya saing. Aktivitas ekonomi yang mempromosikan inovasi dan ilmu pengetahuan turut memperkuat elemen ini.

Dengan melindungi kelima elemen ini, *masalah* tercapai, menciptakan kesejahteraan yang tidak hanya bersifat material tetapi juga spiritual. Al-Ghazali mengintegrasikan nilai-nilai moral dan etika dalam ekonomi untuk memastikan keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi. Pandangan ini relevan untuk mengatasi tantangan ekonomi modern, seperti ketimpangan sosial, kemiskinan, dan eksploitasi sumber daya yang tidak bertanggung jawab.

Jadi, jika dianalisis konsep Imam Al-Ghazali juga menekankan pentingnya etika dalam perdagangan, dengan menegaskan bahwa keadilan dan kejujuran dalam perdagangan adalah fondasi utama untuk menciptakan pasar yang sehat dan harmonis. Karya-karya Al-Ghazali menunjukkan bahwa pemikirannya tidak hanya relevan pada zamannya tetapi juga dapat diadaptasi untuk menghadapi tantangan ekonomi modern.

Dengan pendekatan yang mengedepankan etika dan moralitas, pemikiran Al-Ghazali memberikan dasar yang bagi pengembangan teori-teori ekonomi Islam kontemporer (Faizal, 2015). Dengan demikian, studi mendalam mengenai kontribusi dan relevansi pemikiran ekonomi Al-Ghazali menjadi penting untuk memahami sejarah dan perkembangan ekonomi Islam, serta penerapannya dalam menghadapi tantangan ekonomi global saat ini.

Pada akhirnya, para intelektual ekonomi sepakat, sebagai pelopor ekonomi Islam, Imam Al-Ghazali telah memberi *warning* bahwa pentingnya peran pendidikan, pasar yang adil, dan kebijakan negara dalam menciptakan stabilitas ekonomi.

## **2. Aliran Iqtishaduna Muhammad Baqir al-Sadr**

Muhammad Baqir al-Sadr yang lahir 1 Maret 1935 di Baghdad Irak, melalui karyanya *Iqtishaduna*, yang menjadi tonggak penting

dalam pemikiran ekonomi Islam kontemporer. Aliran ini lahir sebagai kritik mendasar terhadap ekonomi kapitalis dan sosialis yang dinilai gagal mewujudkan keadilan sosial (Qoyum *et al.*, 2021).



**MUHAMMAD BAQIR AL-SADR**, menurutnya ekonomi Islam adalah sebuah doktrin, bukan ilmu pengetahuan. Sebuah doktrin sifatnya substantif dan universal dan filosofis seperti kesederhanaan, persaudaraan, persamaan dan lain-lain dalam doktrin ekonomi Islam, Sementara ilmu pengetahuan sifatnya relatif, berubah dan tentatif misalnya produksi, konsumsi.

Muhammad Baqir al-Sadr punya keyakinan bahwa Islam mempunyai konsep tersendiri tentang pengaturan ekonomi, menurut dia, Islam dan ilmu ekonomi (konvensional: Kapitalis dan Marxis) mempunyai substansi yang berbeda, bahkan 4 berlawanan dan tidak bisa disatukan. Itulah sebabnya menurutnya, Ekonomi Islami tidak bisa digabungkan dengan teori ekonomi konvensional, karena sumbernya berbeda (Yefri Joni, 2019).

al-Shadr menulis: (al-Shadr, Iqtishaduna, 1981, hal. 331) "Ekonomi Islami adalah bagian dari ajaran Islam yang mencakup seluruh aspek kehidupan. Dan ekonomi kapitalis adalah bagian dari demokrasi kapitalis yang diartikan dengan pandangannya terhadap pengaturan masyarakat secara keseluruhan, sebagaimana ekonomi

marksis juga bagian dari ajaran marksisme yang mengkristalkan seluruh kehidupan sosial dalam bingkainya yang khusus”.

Menurut Muhammad Baqir al-Sadr, persoalan ekonomi dalam Islam timbul karena kezaliman manusia sendiri. Padahal Allah sudah menyediakan sumber daya yang secukupnya bagi manusia, ini berdasarkan QS. Ibrahim (14) : 32-34.

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْأَنْهَارَ (٣٢) وَسَخَّرَ لَكُمُ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ دَائِبِينَ وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ (٣٣) وَأَتَاكُمْ مِنْ كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ وَإِنْ تَعُدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لَا تَحْصُوهَا إِنَّ الْإِنْسَانَ لَظَلُومٌ كَفَّارٌ (٣٤)

“(32) Allah-lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air hujan dari langit, Kemudian dia mengeluarkan dengan air hujan itu berbagai buah-buahan menjadi rezki untukmu dan dia Telah menundukkan bahtera bagimu supaya bahtera itu, berlayar di lautan dengan kehendak-Nya dan dia telah menundukkan (pula) bagimu sungai-sungai; (33) Dan dia telah menundukkan (pula) bagimu matahari dan bulan yang terusmenerus beredar (dalam orbitnya) dan Telah menundukkan bagimu malam dan siang; (34) Dan dia Telah memberikan kepadamu (keperluanmu) dan segala apa yang kamu mohonkan kepadanya. Dan jika kamu menghitung nikmat Allah, tidaklah dapat kamu menghinggakannya. Sesungguhnya manusia itu, sangat zalim dan sangat mengingkari (nikmat Allah)”.

Ayat inilah yang dijadikan dasar oleh Muhammad Baqir al Sadr bahwa kezaliman manusialah yang menjadi penyebab timbulnya persoalan ekonomi (Yefri Joni, 2019).

Dalam pandangan al-Sadr, ekonomi Islam memiliki fondasi filosofis yang berbeda secara ontologis dan epistemologis dari

ekonomi Barat. Salah satu gagasan sentral aliran *Iqtishaduna* adalah penolakan terhadap asumsi kelangkaan sumber daya sebagai akar persoalan ekonomi. Menurut al-Sadr, Islam memandang bahwa Allah SWT menciptakan sumber daya dengan ukuran yang cukup, sementara masalah ekonomi muncul akibat distribusi yang tidak adil dan perilaku manusia yang eksploitatif (Arif, 2018; Jannah & Iska, 2025).

Pendekatan ini menempatkan keadilan distributif sebagai fokus utama analisis ekonomi Islam. Dengan demikian, solusi ekonomi tidak diarahkan pada optimalisasi pilihan rasional individu semata, tetapi pada rekonstruksi sistem distribusi yang selaras dengan nilai-nilai syariah (Jannah & Iska, 2025).

Secara metodologis, aliran *Iqtishaduna* menekankan pemisahan tegas antara ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Aliran ini menolak pendekatan eklektik yang mengadopsi teori Barat tanpa kritik, karena dikhawatirkan akan mereduksi keotentikan ekonomi Islam sebagai sistem yang mandiri (Mulyana, 2018; Jannah & Iska, 2025).

Meskipun memiliki kontribusi besar dalam mempertegas identitas normatif ekonomi Islam, aliran *Iqtishaduna* tidak luput dari kritik. Sejumlah sarjana menilai pendekatan ini terlalu normatif dan kurang memberikan panduan operasional yang aplikatif dalam konteks ekonomi modern yang kompleks (Aravik et al., 2021).

Namun demikian, nilai strategis aliran *Iqtishaduna* terletak pada kemampuannya membangun basis etik dan filosofis ekonomi Islam. Aliran ini berfungsi sebagai fondasi normatif yang memperkuat legitimasi moral ekonomi Islam, khususnya dalam wacana keadilan sosial, distribusi kekayaan, dan tanggung jawab kolektif (Qoyum et al., 2021).

Jadi, analisisnya bahwa disamping kritikan yang ada, aliran pemikiran ekonomi *Iqtishaduna* Muhammad Baqir al-Sadr dipandang oleh para ahli sebagai salah satu kontribusi paling fundamental dalam ekonomi Islam kontemporer. Dan, beberapa ahli menyatakan pemikiran Baqir al-Sadr dianggap revolusioner karena berupaya

melepaskan diri dari paradigma ekonomi Barat (Kapitalisme dan Sosialisme) dengan membangun sistem ekonomi Islam yang berakar pada hukum Islam (*Fiqih*) dan berorientasi pada keadilan.

### 3. Sistem Ekonomi Islam Abu Yusuf

Pemikiran Abu Yusuf dapat dijadikan dasar konseptual dalam merancang sistem ekonomi Islam modern yang berkeadilan, berkelanjutan, dan berorientasi pada kemaslahatan. Temuan ini memiliki implikasi praktis bagi pengembangan kebijakan fiskal dan kelembagaan publik di negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim (Safitri *et al.*, 2025).



**ABU YUSUF**, yang hidup pada masa Kekhalifahan Abbasiyah, ketika sistem ekonomi berkembang pesat namun menghadapi tantangan serius seperti ketimpangan sosial dan ketidakadilan fiskal (Khair *et al.*, 2024). Abu Yusuf, dalam kapasitasnya sebagai *Qadhi al-Qudhat* (hakim agung), memberikan nasihat ekonomi strategis kepada Khalifah Harun al-Rasyid. Dalam situasi itulah, kontribusi pemikirannya menjadi sangat signifikan, karena ia menekankan pentingnya keadilan dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan publik.

Kitab *al-Kharaj*, karya Abu Yusuf membahas secara mendalam sistem perpajakan, manajemen sumber daya, dan tanggung jawab

negara dalam menjamin kesejahteraan rakyat (Amelia & Fauzan, 2025). Fenomena praktik perpajakan yang tidak adil di masa itu mendorong Abu Yusuf merumuskan pendekatan yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis dan aplikatif, menjadikan karyanya sangat relevan dalam menanggapi tantangan ekonomi, baik di masa lalu maupun masa kini. Studi-studi kontemporer menunjukkan bahwa pemikiran ekonomi Abu Yusuf tetap relevan dalam menjawab tantangan ekonomi modern, khususnya dalam konteks keadilan fiskal dan distribusi kekayaan (Safitri *et al.*, 2025).

Akar pemikiran ekonomi Abu Yusuf tertanam kuat dalam nilai-nilai Islam yang berorientasi pada kemaslahatan publik. Ide-ide Abu Yusuf Bersama Abu Ubaid memiliki kontribusi besar terhadap pengembangan konsep keadilan ekonomi dan kebijakan fiskal (Khair *et al.*, 2024)

Prinsip-prinsip ekonominya, seperti keadilan, perlindungan konsumen, dan stabilitas ekonomi, bahkan terbukti masih relevan dalam praktik bisnis dan keuangan modern (Pratama *et al.*, 2023). Pendekatan kebijakan fiskal Abu Yusuf sejalan dengan konsep *al-maslahah al-'ammah*, sejalan dengan pandangan Al-Ghazali tentang manfaat duniawi dan spiritual. Seperti prinsip-prinsip perpajakannya diambil (berbasis) pada Al-Qur'an, hadis, dan praktik penguasa masa lalu telah membentuk fondasi aturan perpajakan Islam yang bersifat adil dan bertujuan untuk kepentingan umum.

Implementasi dari prinsip-prinsip ekonomi Abu Yusuf dapat dilihat secara konkret dalam proses reformasi administrasi fiskal Kekhalifahan Abbasiyah. Sebelum reformasi, birokrasi fiskal kerap diliputi praktik korupsi, penyalahgunaan kewenangan, dan ketidakjelasan sistem pelaporan (Agustiana & Rofiah, 2023).

Abu Yusuf, dengan pendekatan yang kritis dan berbasis syariah, menawarkan kerangka birokrasi fiskal yang lebih tertata dan menjunjung tinggi prinsip keadilan, efisiensi, dan akuntabilitas publik (Amelia & Fauzan, 2025). Ia menganjurkan pembentukan lembaga pengawasan pajak yang secara aktif memantau proses pemungutan dan penggunaan dana publik agar tidak disalahgunakan.

Dalam kerangka berpikirnya, pajak bukanlah sekadar alat penghimpun dana negara, tetapi merupakan amanah yang harus digunakan untuk kepentingan umat. Dana yang dikumpulkan dari pajak harus diarahkan pada pembangunan infrastruktur, pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan bantuan sosial kepada kelompok rentan seperti fakir miskin dan anak yatim (Khair et al., 2024).

Abu Yusuf juga menekankan pentingnya transparansi dalam pelaporan fiskal sebagai bagian dari pertanggungjawaban negara kepada rakyat. Studi pustaka terhadap dokumen-dokumen ekonomi dari masa Abbasiyah menunjukkan bahwa pemikiran ini benar-benar diimplementasikan oleh aparat negara. Hal ini menjadi bukti bahwa konsep ekonomi Abu Yusuf tidak hanya ideal secara teoretis, tetapi juga terbukti operasional dalam praktik tata kelola fiskal pemerintahan (Amani, 2023).

## **B. BEBERAPA TEMUAN RISET EKONOMI ISLAM**

### **1. Pemikiran Ekonomi Modern - Warisan Intelektual Muslim**

Penelitian literatur Jamil *et al.* (2024), menyatakan pemikiran ekonomi Islam dari Al-Ghazali, Nasiruddin Tusi, hingga Ibnu Khaldun memiliki relevansi yang kuat dengan tantangan ekonomi kontemporer. Mereka telah menyumbangkan gagasan-gagasan penting seperti pembagian kerja, prinsip nilai tenaga kerja, dan peran negara dalam perekonomian, yang masih relevan dalam konteks global saat ini. Kesimpulannya, warisan intelektual dari tokoh-tokoh tersebut merupakan sumber yang berharga untuk dipelajari dan diterapkan dalam pemikiran ekonomi modern.

Kekayaan intelektual dalam warisan ekonomi Islam adalah sebuah peninggalan berharga yang telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pemikiran ekonomi sepanjang sejarah. Tokoh-tokoh seperti Al-Ghazali, Nasiruddin Tusi, dan Ibnu Khaldun telah menghadirkan gagasan-gagasan yang relevan dan berharga untuk memahami dinamika ekonomi dalam konteks Islam.

*Al-Ghazali*, telah membawa gagasan-gagasan moral dan etika Islam ke dalam pemikiran ekonomi dengan menekankan pentingnya keadilan, kejujuran, dan kepatuhan terhadap hukum syariah dalam aktivitas ekonomi. Ia mengajarkan bahwa praktik ekonomi haruslah dilandaskan pada nilai-nilai Islam yang mengedepankan kesejahteraan bersama dan keadilan sosial.

Analisis Jamil *et al.* (2024), menyatakan Al-Ghazali menempatkan ilmu ekonomi sebagai bagian dari ilmu-ilmu *fardhu 'ain*, yang artinya wajib dipelajari oleh setiap Muslim yang bekerja (*kullu muslim muktasib*). Tujuan utama mempelajari ilmu ekonomi dalam pandangan Al-Ghazali adalah untuk menghindari kesulitan dalam bertransaksi dan untuk memahami larangan-larangan agama yang berkaitan dengan aspek ekonomi. Karena Ilmu ekonomi dalam pandangan Al-Ghazali bukanlah sekadar analisis transaksi dan kebijakan ekonomi, tetapi juga merupakan bagian integral dari upaya untuk mencapai kesempurnaan spiritual dan moral. Dengan menyatukan nalar syar'iyah, falsafiyah, dan sufiyah, Al-Ghazali mengajukan pandangan ekonomi yang kaya dan menyeluruh, yang mengakui kompleksitas manusia sebagai makhluk yang terhubung secara spiritual dan material.



**NASIRUDDIN TUSI** membawa kontribusi dalam pemikiran ekonomi melalui karyanya tentang teori kebijakan ekonomi negara (*siyasa al-madaniyya*) yang menyoroti peran pemerintah dalam

mengatur ekonomi untuk kesejahteraan umum. Ia mengemukakan bahwa negara memiliki tanggung jawab untuk memastikan distribusi kekayaan yang adil dan melindungi kepentingan rakyat.

Analisis Jamil *et al.* (2024), menyatakan *Nasiruddin Tusi* menekankan bahwa keadilan hukum memainkan peran penting dalam mengatur pertukaran produk barang-barang untuk memastikan ketersediaannya bagi semua orang. Dengan demikian, Tuhan mengatur perbedaan individu dan kecenderungan mereka sehingga mereka dapat bekerja secara berbeda-beda namun saling mendukung satu sama lain.

Konsep Tusi, menjadi landasan bagi struktur internasional dan sistem ekonomi umat manusia, yang kemudian memunculkan kerjasama timbal balik dan berbagai bentuk kontrak sosial. Jadi konsepnya, pendekatan analitisnya yang mencakup aspek-aspek sosial dan etis dalam pembentukan teori ekonomi menawarkan kontribusi yang berharga bagi pemikiran ekonomi Islam.



**IBNU KHALDUN** yang Bernama lengkap ‘Abd al-Rahman Abu Zaid Waliuddin ibn Khaldun, dianggap sebagai salah satu tokoh paling berpengaruh dalam sejarah ekonomi. Konsep-konsepnya tentang pembagian kerja, prinsip nilai tenaga kerja, dan peran negara dalam perekonomian telah menginspirasi banyak pemikir ekonomi selama berabad-abad.

Analisis Jamil *et al.* (2024), menyatakan Ibnu Khaldun, seorang cendekiawan asal Tunisia yang dianggap sebagai bapak ilmu sosial, memiliki pemahaman yang mendalam dalam bidang ekonomi meskipun fokus utamanya terletak pada ilmu sosial. Ia mengakui hubungan yang jelas antara ekonomi dan kesejahteraan manusia, yang didasarkan pada referensi filosofis terhadap “ketentuan akal dan etika”. Pemahaman ini membawanya pada kesimpulan bahwa ilmu ekonomi merupakan pengetahuan normatif dan positif, yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan massa dari pada kekayaan individu.

Menurutnya, individu merupakan bagian integral dari masyarakat, sehingga hukum ekonomi dan sosial berlaku bagi masyarakat secara keseluruhan daripada individu yang terpinggirkan. Selain itu, Ibnu Khaldun melihat adanya hubungan timbal balik antara faktor-faktor ekonomi, politik, sosial, etika, dan pendidikan. Ia mengemukakan gagasan-gagasan dasar dalam ilmu ekonomi, seperti pentingnya pembagian kerja, pengakuan terhadap sumbangan kerja terhadap teori nilai, teori pertumbuhan penduduk, pembentukan modal, perdagangan lintas batas, sistem harga, dan lain-lain.

Kontribusi intelektualnya sejajar dengan para ekonom klasik seperti Adam Smith, Ricardo, Malthus, dan ekonom neo-klasik seperti Keynes. Karya utamanya, “*al-Muqaddimah*,” secara ilmiah menyajikan prinsip-prinsip yang mengatur kenaikan dan penurunan dinasti, negara, atau peradaban yang erat kaitannya dengan kesejahteraan atau penderitaan rakyat. Analisis Ibnu Khaldun menegaskan bahwa keberhasilan atau kegagalan tidak hanya bergantung pada variabel-variabel ekonomi, tetapi juga pada faktor-faktor lain yang menentukan kualitas individu, masyarakat, pemerintahan, dan negara, serta saling berhubungan antar faktor-faktor agama, psikologi, politik, ekonomi, sosial, demografi, dan sejarah dalam kemajuan atau keruntuhan pemerintahan atau peradaban.

## 2. Potensi Ekonomi Islam (Syariah) di Indonesia

Penelitian Ariby *et al.*, (2024), menyatakan perkembangan ekonomi Islam di Indonesia dalam konteks ekonomi kontemporer menunjukkan kemajuan yang signifikan, meskipun masih menghadapi berbagai tantangan. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi syariah. Masyarakat semakin tertarik pada produk dan layanan berbasis syariah, terutama seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya etika dan tanggung jawab sosial dalam dunia bisnis. Ekonomi syariah menawarkan alternatif terhadap sistem ekonomi konvensional dengan prinsip-prinsip seperti larangan riba (bunga), keadilan sosial, dan tanggung jawab sosial. Konsep ini semakin relevan di tengah tantangan global seperti ketidakadilan ekonomi, krisis lingkungan, dan ketimpangan sosial.

Dengan fokus pada keadilan sosial, keberlanjutan, dan tanggung jawab moral, ekonomi Islam dapat membantu menciptakan sistem ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Beberapa rekomendasi untuk meningkatkan penerapan ekonomi Islam di Indonesia meliputi peningkatan pendidikan mengenai prinsip-prinsip ekonomi Islam agar masyarakat dapat lebih memahami konsep-konsep tersebut. Pengembangan produk keuangan syariah yang lebih menarik bagi generasi milenial juga perlu didorong. Selain itu, kolaborasi antara sektor publik dan swasta sangat penting untuk mendukung pengembangan ekonomi syariah secara menyeluruh. Dengan pendekatan ini, diharapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat diterima dan diterapkan lebih luas di kalangan generasi milenial Indonesia, sehingga memberikan dampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan.

Analisis Ariby *et al.*, (2024), bahwa pemikiran Monzer Kahf dan M. Umer Chapra tentang ekonomi Islam telah memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan ekonomi Islam di Indonesia. Monzer Kahf, sebagai seorang pakar ekonomi Islam, menekankan pentingnya prinsip keadilan dalam ekonomi Islam, yang bertujuan

untuk menghindari eksploitasi dan ketidaksetaraan sosial. Ia berpendapat bahwa ekonomi Islam bisa menciptakan distribusi kekayaan yang lebih merata dengan pengelolaan instrumen sosial seperti zakat dan wakaf secara lebih profesional.



Selain itu, Kahf melihat keuangan Islam sebagai alternatif yang lebih adil dibandingkan dengan sistem ekonomi konvensional yang berbasis bunga (*riba*). Dalam konteks Indonesia, ide-ide ini sangat relevan, khususnya dalam pengembangan lembaga keuangan syariah seperti bank syariah dan Baitul Maal wa Tamwil (BMT).

Chapra, menekankan ekonomi Islam, yang berfokus pada kesejahteraan sosial (*maslahah*), lebih efektif dalam menciptakan pemerataan pendapatan dan kesempatan bagi seluruh lapisan masyarakat. Ia juga menekankan pentingnya peran lembaga keuangan syariah yang beroperasi tanpa bunga untuk menciptakan kondisi ekonomi yang lebih adil. Selain itu, Chapra menyoroti perlunya pengembangan sumber daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan yang mengintegrasikan nilai-nilai moral dan etika Islam.

Di Indonesia, pemikiran Kahf dan Chapra telah memberikan dasar teoritis yang kuat bagi pengembangan ekonomi Islam, terutama dalam pengelolaan lembaga keuangan syariah. Bank-bank syariah seperti Bank Muamalat dan BNI Syariah telah menerapkan prinsip-prinsip yang diajarkan oleh Kahf dan Chapra, termasuk larangan *riba* dan pembiayaan proyek-proyek yang sesuai dengan

syariah. Selain itu, lembaga pengelola zakat dan wakaf seperti BAZNAS dan Dompot Dhuafa juga terus mengembangkan sistem manajerial yang lebih profesional dalam mengelola dana zakat, infak, dan wakaf.

Pemikiran kedua tokoh ini semakin memperkuat argumen bahwa ekonomi Islam di Indonesia dapat menciptakan sistem ekonomi yang lebih adil, berkelanjutan, serta mengutamakan kesejahteraan sosial dan distribusi kekayaan yang lebih merata.

### **3. Potensi Ekonomi Pajak - Membangun Moral**

Penelitian Safitri *et al.*, (2025), memaparkan konsep ekonomi Abu Yusuf, seorang ulama besar, ahli fikih mazhab Hanafi, dan *Qadhi al-Qudhat* (Hakim Agung) pertama dalam sejarah Islam pada masa Khalifah Harun Ar-Rasyid. Konsepnya merupakan fondasi penting dalam pembentukan sistem ekonomi Islam klasik yang menekankan pada keadilan, efisiensi, dan kesejahteraan masyarakat.

Dalam Kitab *al-Kharaj*, Abu Yusuf mengembangkan gagasan tentang perpajakan yang tidak hanya bersifat fiskal tetapi juga moral. Pajak tanah (*kharja*) harus dihitung berdasarkan produktivitas lahan dan bukan menjadi alat penindasan terhadap petani atau masyarakat lemah. Pandangan ini sangat menekankan prinsip keadilan distributif, yang relevan dengan kondisi perekonomian modern.

Abu Yusuf menolak model perpajakan yang eksploitatif dan menekankan perlunya keberpihakan negara kepada masyarakat bawah. Gagasan ini sejalan dengan pendekatan kontemporer terhadap sistem fiskal Islam, di mana nilai moral menjadi elemen utama dalam pengelolaan keuangan negara (Hendrianto & Yakin, 2023).

Abu Yusuf menempatkan konsep pajak dan administrasi fiskal sebagai elemen kunci dalam membangun tatanan ekonomi yang adil, seimbang, dan berkelanjutan. Ia menjabarkan prinsip-prinsip negara yang berlandaskan pada nilai-nilai keadilan syariah. Salah satu instrumen fiskal paling menonjol dalam pemikirannya adalah *kharaj*, yaitu pajak atas tanah yang dikenakan kepada pemilik atau

pengelola lahan pertanian, terutama di wilayah yang ditaklukkan oleh pemerintahan Islam.

Abu Yusuf memandang *kharaj* bukan semata sebagai sumber pemasukan negara, melainkan sebagai mekanisme yang dapat mengatur distribusi kekayaan dan menjaga stabilitas sosial dalam masyarakat (Amani, 2023, dalam Safitri *et al.*, 2025). Ia secara tegas menolak pendekatan represif dalam proses pemungutan pajak dan mendorong adanya prinsip keadilan dalam penetapan jumlah pajak yang harus dibayarkan. Oleh karena itu, besar kecilnya *kharaj* yang dibebankan harus mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kapasitas produksi lahan, letak geografis, serta kondisi sosial dan ekonomi para pengelolanya.

Hal ini menunjukkan sensitivitas Abu Yusuf terhadap konteks lokal dan prinsip *maslahat*. Dalam pendekatan kualitatif deskriptif ini, analisis terhadap teks Kitab al-Kharaj digunakan sebagai sumber primer untuk menelusuri konstruksi pemikiran fiskal Abu Yusuf, yang secara historis telah membentuk kerangka keuangan publik pada masa kekhilafahan Abbasiyah dan memberikan warisan penting bagi teori ekonomi Islam kontemporer.

Dinilai gagasan Abu Yusuf relevan dalam konteks tata kelola agraria modern. Dalam hal distribusi kekayaan, Abu Yusuf menunjukkan keberpihakan kepada keadilan sosial dengan menolak praktik monopoli dan penimbunan barang (*ihtikar*) serta menekankan pentingnya zakat sebagai instrumen distribusi ekonomi. Ia menegaskan bahwa negara bertanggung jawab penuh atas penyaluran zakat secara transparan agar manfaatnya tepat sasaran.

Peran negara menurut Abu Yusuf bukan hanya sebagai pengumpul pajak, tetapi juga sebagai pengelola distribusi dan pelindung kesejahteraan rakyat. Kontribusi Abu Yusuf dan para pemikir sezamannya telah membentuk kerangka institusional ekonomi Islam yang menjunjung tinggi prinsip keadilan, keterlibatan negara, dan nilai-nilai etika dalam kebijakan ekonomi.



# DAFTAR PUSTAKA

Abu Hamid al-Ghazali (1995), *Ihya' Ulum Al-Din*, Beirut: Dar al-Ma'rifah.

Abdullah, Amin. (2010). *Islamic Studies Di Perguruan Tinggi Pendekatan. Integratif-Interkonektif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Abdullah, Amin, Cet. V. (2011). *Studi Agama: Normativitas atau Historisitas?* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Abdul Aziz (2008). *Ekonomi Islam; Analisis Mikro dan Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Abdul Barri (2022). Aspek Hukum Ekonomi Islam dalam Al-Qur'an, <https://jabar.nu.or.id/syariah/aspek-hukum-ekonomi-islam-dalam-al-qur-an-tSVNT>

Abdul Kadir Riyadi, Ika Yunia Fauzia (2014). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Perspektif Maqashid Al-Syari'ah. Jakarta: Kencana.

Atik Abidah, Rohmah Maulidia, et al., (2025). *Jejak Intelektual Ekonomi Islam: Evolusi Pemikiran Dari Klasik Hingga Kontemporer Kajian Historis Atas Perkembangan Konsep, Tokoh, dan Paradigma Ekonomi Islam*, Penerbit Q-MEDIA, ISBN: 978-623-8380-32-9

- David K. Hurst, Crisis & Renewal (1955). *Meeting the challenge of organizational Change*, Harvard Business School Press.
- Hendri Hermawan Adinugraha (2013). Norma Dan Nilai Dalam Ilmu Ekonomi Islam, *Media Ekonomi & Teknologi Informasi* 21(1), 49 -59
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula (2006). *Syariah Marketing*. Mizan Pustaka.
- Holdcroft, Barbara (2006). What Is Religiosity? *A Journal of Inquiry and Practice*, 10(1) <https://quran.kemenag.go.id/sura/>
- Ibn Khaldun (2001), *Al-Muqaddimah*, Beirut: Dar al-Fikr.
- Kamaruddin, K., Soemitra, A., Rahmani, N. A. B., Bakti, I. G. M. Y., & Azhari, A. (2024). The Effect of Customer Satisfaction on Customer Loyalty Through Brand Religiosity Image as an Intervening Variable on Bank Aceh Syariah Customers. *Sosiohumaniora*, 26(2), 225-233.
- Khursid Ahmad (1980). *Studies in Islamic Economics*, Jeddah: Islamic Research and Training Institute.
- M. A. Mannan (1980). *Islamic Economics: Theory and Practice*, Cambridge: Hodder and Stoughton.
- Menouar, Yasemin dan Bertelsmann Stiftung (2014). The Five Dimensions of Muslim Religiosity. Results of an Empirical Study”, *Methods, Data, Analyses*, 8(1), DOI: 10.12758/mda.2014.003
- M Fahim Khan (1998). Time, Work, and Leisure in Islamic Economics,” *Review of Islamic Economics* 5(2): 22.
- Metwally, M.M (1995). *Teori dan Model Ekonomi Islam*, diterjemahkan oleh M. Husen Sawit, Jakarta: PT Bangkit Daya Insani
- Muhammad Baqir Al-Sadr (1982). *Iqtishaduna*, Tehran: World Organization for Islamic Services.
- M. Umer Chapra (1992). *Islam and the Economic Challenge*, Leicester: Islamic Foundation.

- Muhamad bin Abdullah Alhadi (2022). *Iqtishad Bukan Ekonomi Islam?* <https://cariustadz.id/artikel/detail/iqtishad-bukan-ekonomi-islam>
- Muhammad Yafiz, & M. Iqbal (2022). *Kaidah Fiqhiyah Dalam Ekonomi dan Bisnis Islam*, FEBI UIN-SU Press
- Nadvi, Muhammad Junaid Nadvi dan Muhammad Khalid Husain (2024). Understanding Mawdudi's Thought: A Review of Religious, Social, Economic and Political Dimensions." *Al-Basirah* 13(1), 29–46. <https://doi.org/10.52015/albasirah.v13i1.199>.
- Samir Abuznaid (2012). Addressing the Muslim Market" *مخاطبة السوق الإسلامي: التسويق الإسلامي* *An - Najah Univ. J. Res. (Humanities)*. Vol. 6)26)
- Wilson, J. A. J. (2012). Looking at Islamic marketing, branding and Muslim consumer behavior beyond the 7P's", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3.
- Abbas, S. (2018). *Paradigma Baru Hukum Syariah di Aceh* (M. Kurdi (ed.); Edisi 1, C). Naskah Aceh (NASA) & Pascasarjana UIN Ar-Raniry. [http://repository.arraniry.ac.id/22762/1/Syahrizal Abbas - Paradigma Baru Hukum Syariah di Aceh.pdf](http://repository.arraniry.ac.id/22762/1/Syahrizal%20Abbas%20-%20Paradigma%20Baru%20Hukum%20Syariah%20di%20Aceh.pdf)
- Abdul Rasyid (2018). *Perkembangan Lembaga Perbankan Dan Keuangan Syariah Di Indonesia*, diakses pada situs <https://business-law.binus.ac.id/2018/07/03/perkembangan-lembaga-perbankan-dan-keuangan-syariah-di-indonesia/>
- Antonio (2001). *Bank Syariah dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani Press
- Arsyadona, Saparuddin Siregar, Isnaini Harahap, Sugianto (2020). Manajemen Risiko Reputasi pada Bank Syariah, *Proseding Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)* ISBN: 978-602-52720-7-3 , Februari 2020
- Beerli, A. dan Martin, JD. dan Quintana, A. (2004). A Model of Customer Loyalty in The Retail Banking Market. *European*

*Journal of Marketing, MIT Sloan Management Review*, Vol. 43 No. 3, pp. 85-89.

- Dara Haspramudilla (2025). *Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia: Menuju Pusat Ekonomi Syariah Global* <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/perkembangan-ekonomi-syariah-di-indonesia-menuju-pusat-ekonomi-syariah-global>
- Donni Juni Priansa (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis. Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- El-Menouar, Yasemin and Bertelsmann Stitung. (2014). The Five Dimenions of Muslim Religiosity Results of an Empirical Study. *Journal of Methods, Data, Analysses*, 8(1), 53-78.
- Husein Umar, (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia
- Kotler, Philip. (2001). *Marketing Management* Millenium Edition, Tenth Edition, New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Maroun, Youssef Shaheed (2002). Liquidity Management and Trade Financing, dikutip dari Rifki Ismail, Instrumen Islamic Treasury Bill dan Pasar Uang Syariah, <http://www.pkesinteraktif.com>
- Muslimin H. Kara (2005). *Bank Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: UII Press
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Nurhayati & Fatmasaris Sukesti (2016). Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Dengan Variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Bank Syariah di Kota Semarang), *Jurnal economica*, Volume VII/Edisi 2/Oktober 2016.
- Nurul Huda (2014). Tinjauan Umum Instrumen Moneter dan Perbankan Islam, *Konferensi Internasional Pembangunan Islami (KIPI) Ke-1 atau The First International Conference on Islamic Development*

- Rasyid, A. (2017). Sekilas Tentang Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia. *Binus University*. <https://businesslaw.binus.ac.id/2017/03/31/sekilas-tentang-lembaga-keuangan-mikro-syariah-diindonesia/>
- Ryan Yusuf Pradana & Muhammad Roy Purwanto (2023). Dampak Penerapan Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Kesiapan Lembaga Keuangan Mikro Mahirah Muamalah, *at-Thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 5(1), 1209-1223, ISSN: 2685-8924. e-ISSN: 2685-8681
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.
- Tugi Anggraini, Yenni Samri J. Nasution, Sugianto (2015). *Lembaga Keuangan Syariah dan Dinamika Sosial* (Editor Muhammad Yafiz), Medan: Penerbit Febi UIN-SU Press.
- Zeithaml, dkk, (1996). *Services Marketing*, 1st edition, New York: Mc GrawHill.
- Abdul Wadud Nafis (2024). *Strategi Marketing Nabi Muhammad SAW*, <https://iaisyarifuddin.ac.id/strategi-marketing-nabi-muhammad-saw>
- Abuznaid, S. (2012). Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market. *An-Najah Univ. J. Res. (Humanities)*, Vol. 26 (6), 1473-1503.
- Alom, M. M., & Haque, M. S. (2011). Marketing: An Islamic Perspective. *World. Journal of Social Science*. 3 (1), 71-81.
- Amiroh Rona Zakiyah, Fika Lestari, Rohimin, & Ramedlon. (2025). Distribusi Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(5). <https://doi.org/10.30651/jms.v10i5.29403>
- A. M. Jum'ai (2020). Marketing Islam Di Berdasarkan Pada Hukum Islam, *Value Added, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Unimus*, 16(1), DOI: 10.26714/vameb.v16i1.7250

- Ashari, D., & Panorama, M. (2024). Etika Bisnis Dalam Ekonomi Mikro Islam. *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)*, 2(2), 271-284.
- Dwi Fidayanti, Philip Kotler, et al., (2010). *Marketing 3.0*, Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- David K. Hurst, Crisis & Renewal (1955). *Meeting the challenge of organizational Change*, Harvard Business School Press
- Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). Implementasi etika Islam dalam pemasaran produk bank syariah. *BALANCA*, 16-34.
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula (2006). *Syariah Marketing*. Mizan Pustaka.
- Jannah, A., & Syukri Iska. (2025). Aliran Pemikiran dalam Ekonomi Islam: Analisis Iqtishaduna, Mainstream, dan Alternatif Kritis. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(5). <https://doi.org/10.30651/jms.v10i5.29902>
- Kamilawati, A., Syaputra, A., Wn, R. A., & Malik, A. (2024). Analisis Strategi Pemasaran dalam Memperluas Pasar di Indonesia. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(6), 10049-10060.
- M. Ilham, Nanda Suryadi, & Raja Sakti Putra Harahap. (2025). Restorasi Etika Bisnis Global Melalui Nilai Tauhid dan Keadilan dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(5). <https://doi.org/10.30651/jms.v10i5.28851>
- Muhammad Yafiz, & M. Iqbal (2022). *Kaidah Fiqhiyah Dalam Ekonomi dan Bisnis Islam*, FEBI UIN-SU Press
- Murwanto Sigit (2018). Marketing syariah sebagai jiwa bisnis, *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMA)E) Proceeding*. Vol. 1, 2018, 146-152
- Okta Dwi Puspita, Muhammad Iqbal Fasa (2024). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Syariah, *JICN*, 1(5), 7624-7635, E-ISSN 3046-4560 <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Sareeha Tahlohding (2015). Pemasaran Dalam Ekonomi Islam Studi Integrasi Dan Komprehensif, *Hukum Islam*, 15(1), 230-243.

- Sirojul Munawwar. (2026). Reinterpretasi Teori Agency Dalam Perspektif Fiqh Ekonomi Islam: Prinsip Amanah, Akuntabilitas, Dan Keadilan Dalam Relasi Keagenan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v11i1.29554>
- Slamet Wiyonso (2005). *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah*, Jakarta: Gramedia.
- Syamsilasma Saleh, Ahmad Mardalis, Minhayati Saleh (2025). Marketing concept in sharia perspective: principles and implementation in modern business practices, *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 8(3), 2991-3003, e-ISSN 2597-5234.
- Wilson, J. A. J. (2012). Looking at Islamic marketing, branding and Muslim consumer behavior beyond the 7P's", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3.
- Wiratmuko, B., Masrokan, P., & Sujianto, A. E. (2023). Implementasi Competitive Strength, Competitive Area, Competitive Result dalam Peningkatan Daya Saing dan Pemasaran Jasa Pendidikan Islam. *Irsyaduna: Jurnal Studi Kemahasiswaan*, 3(2), 247-266.
- Yusuf Qardawi (1990). *Madkhal Li Dirasah Al-Syaria'ah Al-Islamiyyah*, Maktabah, Kairo.
- Zohar, Danah dan Ian Marshall. (2005). *Spiritual Capital (SC): Memberdayakan SQ di Dunia Bisnis*. Jakarta: Mizan
- Abdul Waid dan Niken Lestari (2020). Teori Maqashid Al-Syari'Ah Kontemporer Dalam Hukum Islam Dan Relevansinya Dengan Pembangunan Ekonomi Nasional, *Jurnal Labatila* 4(01), 94-110.
- Abidah, Atik et al., (2025). *Jejak Intelektual Ekonomi Islam: Evolusi Pemikiran Dari Klasik Hingga Kontemporer Kajian Historis Atas Perkembangan Konsep, Tokoh, Dan Paradigma Ekonomi Islam*, Penerbit Q-MEDIA ISBN: 978-623-8380-32-9
- Abu Hamid al-Ghazali (1995). *Ihya' Ulum Al-Din*, Beirut: Dar al-Ma'rifah,

- Ahmad Masyhadi (2018). Pengembangan Ekonomi Islam, *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics* 1(2), 54–63.
- Andi Soemitra (2023). *Pidato Pengukuhan 20 Guru Besar Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*, Medan: UINSU Press
- Hasan HA. (2021). Sumber Hukum dalam Sistem Ekonomi Islam. *Jurnal PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 12(2): 66-78.
- Lukman Hakim dan Muhammad Birusman Nuryadin (2024). Nilai-Nilai Islam dalam Kebijakan Ekonomi Modern: Pemikiran Umer Chapra, *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 7(2), 339–49.
- Misjayanti Ragilta Putri, Riska Maulidia Rahmawati, Shaffa Salsabila (2024). Peran Ekonomi Islam Dalam Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan, *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(3), 186-197, E-ISSN: 2963-7139
- Muhammad Yafiz, dan Ismail (2025). *Para Pemikir Ekonomi Islam: Dari Klasik Hingga Kontemporer*, Medan: penerbit Merdeka Kreasi.
- Muhammad Yafiz (2015). Internalisasi Maqâshid Al-Syarî'ah dalam Ekonomi Menurut M. Umer Chapra, *Ahkam: XV*(1), 103-110.
- Muhammad Zikri *et al.* (2022). Peran Maqashid Syariah dalam Pengembangan Sistem Ekonomi Islam, *Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0*, 1; 471–76.
- Naerul Edwin Kiky Aprianto (2016). Kebijakan Distribusi dalam Pembangunan Ekonomi Islam, *Jurnal Hukum Islam*, 14(2), 73-96
- Ahmad Kamil, M. Fauzan (2007). *Kitab Undang-Undang Hukum Perbankan dan Ekonomi Syari'ah*, Jakarta: Kencana.
- Agutianto (2008). Mengenal Konsep Pasar Modal Syari'ah, <http://agutianto.niriah.com/2008/04/30>
- Andi Soemitra (2023). *Pidato Pengukuhan 20 Guru Besar Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*, Medan: UINSU Press
- Anggi Setia Kurniawan, Eko Riyan Dalu, M Riyansah, Mardanita Zahra, Maisyah, Joni Hendra K6. (2025). Pasar Modal Syari'ah,

JETBUS *Journal of Education Transportation and Business* E-ISSN:  
3062-8121 P-ISSN: 3062-813X Vol. 2 No. 2

Aziz Budi Setiawan (2005). Perkembangan Pasar Modal Syariah,  
Surabaya: *Majalah Hidayatullah*

Fadlillah, Achmad Tarmidzi Anas, Badrut Ali, Badrus Sofi, Lukman,  
M. Samsul Arifin (2023). Saham Dan Pasar Modal Syariah:  
Konsep, Sejarah, Dan Perkembangannya, *The 4thICO EDUSHA  
2023 The Muslim Research Communityweb*: <https://prosiding.stainim.ac.id> Sidoarjo, December 27th–28th2023 Vol. 4. No. 1.  
E-ISSN : 2775-930X

Fingar, Peter, Harsha Kumar and Tarun Sharma (2000). *Enterprise  
E-Commerce*. Tampa, Florida: Meghan-Kiffer Press.

Hartman, Amir, and John Sifonis (2000). *Net Ready – Strategies for  
Success in the E-Conomy*. United States: McGraw-Hill.

Heru Cahyono (2020). Konsep Pasar Syariah Dalam Perspektif  
Etika Bisnis Islam, *Jurnal Perbankan Syariah Jurnal EcoBankers*,  
1(2), 14-27.

Huda, N. (2021). Peluang, Tantangan dan Dampak Digital Marketing  
di Era Society 5.0. *Jurnal Keislaman Terateks*, 6(2), 126–144

Kamaruddin, Win Konadi, et al. (225). *e-Commerce: Bisnis  
Entrepreneurship Era Society 5.0* Cetakan ke-1 (Juni 2025). Medan;  
Penerbit CV. Merdeka Kreasi

Kasmir (2004). *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja  
Grafindo. Persada.

Laudon Ken and Jane Laudon (2009). *Management Information  
Systems*: International Ed, 11/E. Pearson Higher Education.

Mahir Pradana (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis e-Commerce di  
Indonesia, *Jurnal Neo-bis* 9(2), 32-40.

Muhammad Yafiz (2008). Saham Dan Pasar Modal Syariah: Konsep,  
Sejarah dan Perkembangannya, *MIQOT* Vol. XXXII No. 2

- Prasetyo, R. B. (2023). Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(01), 1-11. DOI: <https://doi.org/10.59561/jmeh.v1i01.92>
- Rushdi Siddiqui (2004). Islamic Indexes: The DJIM Framework dalam Suhail Jaffer (ed.), *Islamic Asset Management* (UK: Euromoney books, 2004).
- Sudarsono, Heri (2007). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Ekonisia.
- Sholahuddin (2006). *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Islam*, Muhammadiyah University Press.
- Syed Othman Alhabshi (2005), Development of Capital Market under Islamic Principles, dalam <http://vlib.unitarklj1.edu.my/staff-publications/datuk/CAPMART.pdf>,
- Agustiana, L. A., & Rofiah, K. (2023). Mengupas Pemikiran Abu Yusuf pada Zaman Klasik dan Implementasinya Terhadap Ekonomi di Indonesia. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v3i2.253>
- Aisyah Khairani Lubis, Nabila Zahra, Ropiah Daulay, Ahmad Wahyudi Zein (2024). Imam Al-Ghazali's Islamic Economic Thought: Contribution and Its Relevance to The History of Islamic Economic Thought, *IIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(10), 7603-7611, <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Amani, F. (2023). Islamic Economic Concepts Perspective of Imam Abu Yusuf and Imam Al-Ghazali: A Comparative Study. *Journal of Economics Finance and Management Studies*, 6(03). <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i3-12>
- Amelia, A., & Fauzan, A. H. M. (2025). Pemikiran Ekonomi Abu Ubaid dan Abu Yusuf Serta Relevansinya Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Journal of Islamic Economic Studies*, 1(1), 49–61. <https://journal.hamfara.com/hamfara/>
- Aravik, H. (2021). From Islamic economic concepts to the urgency of prohibiting riba: Timur Kuran's critical perspective. *Islamic*

*Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(2), 215–232. <https://doi.org/https://doi.org/10.36908/isbank.v6i2.177>

Arif, M. N. R. (2018). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana

Athohiratul Jannah, Syukri Iska (2025). Aliran Pemikiran Dalam Ekonomi Islam: Analisis Iqtishaduna, Mainstream, dan Alternatif Kritis, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(5), 4097-4106, <https://doi.org/10.30651/jms.v10i5.29902>

Fahlevi, R. (2012). Pemikiran Ekonomi Al-Ghazali. *JURIS*, 11(1), 22-32.

Faizal, M. (2015). Studi Pemikiran Imam Al-Ghazali tentang Ekonomi Islam. *Islamic Banking*, 1(1), 49-57.

Gistriadi, N., et al. (2023). Pemikiran Ekonomi Al-Ghazali. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 209-218

Hendrianto, H., & Yakin, I. A. (2023). The diversity of contemporary Islamic economic thoughts of schools: Baqir As-Sadr, mainstream and alternative. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*, 8(1), 83–96.

Khair, H. S., Saragih, H. F., Ardiani, K., Farieza, J., & Irham, M. (2024). Menggali Pemikiran Ekonomi Abu Yusuf dan Abu Ubaid: Kontribusi Klasik untuk Tantangan Ekonomi Modern. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 25(2), 110–118. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v25i2.1408>

MuhammadJamil, Hajatina, Oki Prayogi (2024). Pemikiran Ekonomi Islam: Warisan Intelektual Dari Al-Ghazali, Nasiruddin Tusi, Hingga Ibnu Khaldun, *Jurnal syiar-syiar*, 4(1), 8-28 e-ISSN: 2655-6928.

Mulyana, R. A. (2018). Memahami Ekonomi Islam Sebagai Mazhab Bukan Ilmu Pengetahuan. *Naratas*, 2(1), 19–28

- Qoyum, A. *et al.* (2021). Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Sadr, M. B. al-. (1981). *Iqtisaduna*. Beirut: Dar al-Ta'aruf.
- Safitri, A., Amelia Putri, Annisa Riani Simbolon, Muhammad Farhan, Ika Salsabila, & Fitri Hayati. (2025). Kontribusi Pemikiran Ekonomi Abu Yusuf Terhadap Sistem Ekonomi Islam. *Advances in Management & Financial Reporting*, 3(2), 132–144. <https://doi.org/10.60079/amfr.v3i2.508>
- Sheila, A.D.P. (2020). Pemikiran Ekonomi Islam Menurut Imam Al-Ghazali. *Osf.io*, 1-10
- Sutikno, S., Kurniati, K., & Sultan, L. (2023). Konsep Maslahat dalam Pandangan Imam Malik, Al Ghazali, dan Al Tufiy. *Al-Mashlahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial*, 11(01), 43–60. <https://doi.org/10.30868/am.v11i01.3908>
- Wulan Ariby, Naila Deswita, Isma Awaliyah, Ahmad Wahyudi Zein (2024). Pemikiran Ekonomi Islam di Indonesia, *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 2(6), 247-257, <https://doi.org/10.61132/santri.v2i6.1073>
- Yefri Joni (2019). *Ekonomi Islam Menurut Pandangan Muhammad Baqir al-Shadr*, Penerbit WADE Publish.



# BIOGRAFI PENULIS DAN EDITOR

## **Dr. Kamaruddin, M.M., CRP, CFRM.**

Email: kamaruddinuniki@gmail.com



Kelahiran Bireuen-Aceh, 11 April 1983 adalah dosen Ekonomi Syariah pada program studi Manajemen Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Bireuen Aceh. Penulis memperoleh sarjana di bidang Pendidikan Akuntansi dan S2 Manajemen USK Banda Aceh dan Doktor Ekonomi Islam di UIN-SU Medan (2024). Juga menjabat

sebagai Wakil Rektor III di kampus UNIKI. Aktif menulis Buku dan jurnal nasional dan internasional, diantaranya buku yang telah diterbitkan, diantaranya:

1. Penduduk dan Pembangunan: Analisis Demografis dan Empiris, Penerbit CV. Merdeka Kreasi, Medan, 2025
2. E-Commerce Bisnis Entrepreneurship Era Society 5.0 Penerbit CV. Merdeka Kreasi, Medan, 2025.

3. Manajemen Pendidikan Sekolah: Perspektif Konsep, Aturan dan Fakta, Penerbit: Merdeka Kreasi Medan, 2024.
4. Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan Mixed Methods Dilengkapi Analisis Data dengan SPSS, Penerbit: Bandar Publishing, Banda Aceh, 2023.
5. Analisis Jalur dan Aplikasi SPSS Versi 25 ed. 2, Penerbit: Merdeka Kreasi, Medan, 2023.
6. Ekonomi Islam Suatu Pengantar, Penerbit: Merdeka Kreasi Medan, 2023.
7. Pengantar Manajemen, Yayasan Labuhanbatu Berbagi Gemilang, 2023.
8. Ushul Fiqih dan Kaedah Ekonomi Syariah (2021).

### **Dr. Azhari, S.E., M.Si., Ak., CA., Asean CPA.**

Email: [azharikuliah@gmail.com](mailto:azharikuliah@gmail.com)

---



Lahir di Takengon Aceh Tengah, 1981. Alumni USK Banda Aceh, bidang Akuntansi (S1 dan S2) dan Doktor Ilmu Ekonomi. Saat ini terdaftar sebagai dosen Magister Manajemen Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Aceh dan juga menjabat Kepala LPPM pada kampus tersebut. Telah menghasilkan beberapa buku referensi,

chapter dan monograf, diantaranya:

1. Ekonomi Koperasi, penerbit CV. Pustaka Inspirasi Minang, Padang, 2025.
2. E-Commerce Bisnis Entrepreneurship Era Society 5.0 penerbit CV. Merdeka Kreasi, Medan, 2025.
3. Penduduk Dan Pembangunan: Analisis Demografis Dan Empiris, penerbit CV. Merdeka Kreasi Group, Medan, 2025
4. Ekonomi Koperasi: Konsep dan Aplikasi, penerbit Yayasan Kita Menulis, Medan, 2025.

5. Optimalisasi dana desa untuk pembangunan berkelanjutan, penerbit Az-Zahra Media Society, Sumatera Utara, 2024
6. Ekonomi Pembangunan Perkotaan dan Perdesaan: Teori dan Pemikiran, penerbit Yayasan Kita Menulis, Medan, 2024.
7. Akuntansi Sektor Publik, penerbit Yayasan Drestanta Pelita Indonesia, Demak, 2024.
8. Analisis jalur dan aplikasi SPSS versi 25, penerbit Merdeka Kreasi, Medan, 2023.
9. Analisis Jalur dan Aplikasi SPSS Versi 25 ed. 2, Penerbit: Merdeka Kreasi, Medan, 2023.
10. Pertumbuhan ekonomi berbasis human capital, Unpri Press, 2021.
11. Efisiensi koperasi di Indonesia: bukti empiris dari data envelopment analysis, 2020.
12. Akuntansi Koperasi: praktek penyusunan laporan keuangan, 2021.

### **Dr. Mai Simahatie, S.E., M.M.**

Email: maisimahatie@gmail.com



Lahir di Takengon Aceh Tengah, 1986. Doktor bidang Ekonomi Islam alumni UIN SU Medan. Saat ini terdaftar sebagai dosen FEB Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Aceh dan juga menjabat Wakil Rektor I di kampus tersebut. Telah menghasilkan beberapa buku, diantaranya:

1. Pengembangan Sumber Daya Manusia pada Petani Pisang, penerbit PT. Mifandi Mandiri Digital, Medan, 2025.
2. Pembentukan dan pemanfaatan tanah, penerbit PT Mafi Media Literasi Indonesia, Aceh, 2025.
3. Outlook Ekonomi Syariah Indonesia 2025, Az Zahra Media Society, Medan, 2025.

4. Kewirausahaan Islami: Sinergi Iman, Inovasi, dan Digitalisasi, penerbit UMSU PRESS, Medan, 2025.
5. Islam, Politik, Hukum, dan Ekonomi, penerbit Az-Zahra Media Society, 2025.
6. Islamic economics and finance for more educate, equal & masalah, penerbit Az-Zahra Media Society, Medan, 2024.
7. Sistem Informasi Manajemen, Yayasan Drestanta Pelita Indonesia, 2024.
8. Hubungan Green Human Resource Management, Employees' Green Behavior dan Corporate Social Responsinility, penerbit Pt. Radja Intercontinental Publishing, 2024.
9. Geografi Pariwisata Berbasis Riset, penerbit PT. Radja Intercontinental Publishing, 2024 Lhokseumawe, Aceh.
10. Pengantar Manajemen penerbit, Yas Labuhanbatu Berbagi Gemilang, 2023.
11. Ekonomi Islam Suatu Pengantar, penerbit CV. Merdeka Kreasi Group, Medan, 2023.

### **Dr. Ir. Ibrahim, M.Si.**

Email: [ibrahimahmad@gmail.com](mailto:ibrahimahmad@gmail.com)



Lahir di Beureueh, pada 23 Desember 1964. Merupakan pensiunan PNS/ASN di Kabupaten Bireuen. Bekerja sejak tahun 1994, dan jabatan terakhir sebagai Sekda Kab. Bireuen – Aceh dengan pangkat Pembina Utama /IV-e. Doktor manajemen dari UNPRI Medan (2024), dan sebelumnya lulus S2 Ilmu Ekonomi Pembangunan dari

USK Banda Aceh (2004).

Beberapa karya ilmiahnya, dikemas dalam buku dan jurnal nasional, antara lain:

1. Buku E-Commerce Bisnis Entrepreneurship Era Society 5.0 penerbit CV. Merdeka Kreasi, 2025, Medan.

2. Jurnal: Analisis Faktor-Faktor Internal dalam Penguatan Kinerja Pegawai Sekretariat DPRK Pidie Jaya, *indOmera*, 6(11): hal.77-84 (2025).
3. Jurnal: Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Bimbingan Teknis terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus pada Kantor Camat Peusangan Selatan Kabupaten Bireuen), *Singkite - Management, Business and Entrepreneurship Journal*, 3(3): hal.31-37.
4. Analisis Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Budaya Sekolah dalam Peningkatan Kinerja Guru Dampaknya terhadap Disiplin Kerja Guru (Studi pada Guru SMA Negeri se-Kabupaten Pidie), *peusangan – Almuslim Journal of Education Management*, 2(2): hal.154-161 (2024).

### **Chairul Bariah, S.E., M.M.**

Email: chairulb06@gmail.com



Lahir di Aceh, Dosen Dpk Universitas Islam Kebangsaan Indonesia, berpangkat Lektor Bidang Manajemen. Pendidikan: (1) Sarjana Pendidikan Bahasa Inggris pada STKIP Serambi Mekah (2002) Banda Aceh, (2) Sarjana Ekonomi di STIM (2011) Banda Aceh, (3) Magister Manajemen USK (2011) Banda Aceh, (4) Lulus S1 Program Studi Hukum Universitas Islam Kebangsaan Indonesia lulus (2023). Penulis aktif menulis artikel berbagai media cetak dan online, menulis beberapa buku, diantaranya:

1. 60 Titik Wisata Aceh, Penulisan Bersama, 2022.
2. Buku Chapter Nasional, Antropologi Ramadhan, 2023.
3. Manajemen Pemasaran Syariah dan Konvensional, Tahun 2023.
4. Aku dan RSUD ZA, Penulis bersama.
5. Antropologi Ramadhan, 2024.
6. Ilmu Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, 2024.
7. Antropologi Lebaran, 2025.

## **Prof. Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag.**

(Editor)

---



Lahir di Tanjung Pura pada 23 April 1976. Beliau merupakan akademisi dan Guru Besar di bidang ekonomi Islam yang saat ini berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan jabatan fungsional Dosen. Riwayat pendidikan beliau: (1) SDN 050727 Tanjung Pura, 1988. (2) MTsN Tanjung Pura, 1991. (3) MAN 1 Tanjung Pura, tamat tahun 1994.

(4) S1 - Jurusan Muamalah IAIN Sumatera Utara Medan, tamat tahun 2000. (5) S2 - Ekonomi Islam di IAIN Sumatera Utara Medan, tamat tahun 2003. (6) S3 - Program Pengkajian Islam/Ekonomi Islam di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Pernah menjabat sebagai:

1. Sekretaris Program Studi D-III Manajemen Perbankan dan Keuangan Syariah Fakultas Syariah pada tahun 2006–2007.
2. Wakil Dekan III, Fakultas Syariah pada periode 2013–2015.
3. Wakil Dekan I, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara pada tahun 2015–2016 dan dilanjutkan pada periode 2016–2020.
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara periode 2020–2023.
5. Saat ini menjabat sebagai Ketua Lembaga Penjaminan Mutu (LPM) UIN Sumatera Utara Medan.
6. Dewan Pengawas Syariah pada BPRS Amanah Insan Cita sejak tahun 2010 hingga sekarang.
7. Asesor pada Lembaga Akreditasi Mandiri (LAM) Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi sejak tahun 2023.

Beberapa karya ilmiah, beliau telah menghasilkan berbagai buku dan publikasi ilmiah bereputasi:

1. Argumen Integrasi Islam dan Ekonomi (2015)
2. Bahasa Arab untuk Ekonomi (2020)

3. Kaidah Fiqhiyah dalam Ekonomi dan Bisnis Islam (2022)
4. Islamophobia Musuh Peradaban (2023)
5. Fikih Ekonomi dan Bisnis (2025).
6. Editor dalam karya 70 Tahun Prof. Dr. H.M. Yasir Nasution (2020)
7. Para Pemikir Ekonomi Islam (2025).

Dalam bidang organisasi, pernah menjabat sebagai:

1. Sekretaris Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Sumatera Utara periode 2017–2022.
2. Wakil Koordinator IAEI Wilayah Barat periode 2019–2023.
3. Saat ini menjabat sebagai Koordinator IAEI Wilayah Barat periode 2025–2030.
4. Dewan Pakar Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Sumatera Utara, Dewan Pakar AMKI Sumatera Utara.
5. Majelis Ulama Indonesia (MUI) Sumatera Utara sebagai Ketua Komisi pada periode 2024–2025 dan 2025–2030.
6. Sekretaris Ikatan Sarjana Melayu Indonesia (ISMI) Pengurus Besar periode 2025–2030 serta Sekretaris Bidang KAHMI Kota Medan.

### **Drs. Win Konadi, M.Si.**

(Editor)



Lahir di Lhokseumawe, 6 November 1964, merupakan Lektor Bidang Statistik Demografi pada Universitas Almuslim Bireuen Aceh. Sarjana di bidang Statistika Ekonomi (1989, di Unisba Bandung), dan Magister Statistik Demografi bidang Kajian Kependudukan (2000, UI Jakarta). Karir dosen telah dijalani sejak tahun 1998 – 2008 di FMIPA Unisba Bandung. Dilanjut ke FE Universitas Almuslim Bireuen - Aceh sampai saat ini. Aktif menulis buku dan jurnal,

dengan Sinta ID. 6145487 (score Sinta 528). Beberapa karya Buku yang sudah diterbitkan, antara lain:

1. Penduduk dan Pembangunan: Analisis Demografis dan Empiris, CV. Merdeka Kreasi 2025 ISBN 9786238699520.
2. Manajemen Pendidikan Sekolah: Perspektif Konsep, Aturan dan Fakta, Penerbit: Merdeka Kreasi Medan, 2024./
3. Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan *Mixed Methods* Dilengkapi Analisis Data dengan SPSS, Penerbit: Bandar Publishing, Banda Aceh, 2023.
4. Analisis Jalur dan Aplikasi SPSS Versi 25 ed. 2, Penerbit: Merdeka Kreasi Medan, 2023.
5. Analisis Jalur dan Aplikasi SPSS Versi 25 ed. 1, Penerbit: Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe 2019.

Menulis beberapa jurnal nasional terakreditasi, antara lain:

1. Measuring The Productivity Of Islamic Banks' Performance With Stochastic Frontier Measures: Empirical Evidence In Indonesia, *Sosiohumaniora* Vol 26, No 3 (2024):
2. Kepemimpinan Visioner Kepala Sekolah, Budaya Kerja dan Motivasi Berprestasi Guru Pengaruhnya Terhadap Kinerja Guru SD Penggerak di Kabupaten Aceh Barat, *jurnal indomera* 5(10), 2024
3. Pengaruh Servant Leadership, Disiplin Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Guru SD Negeri di Wilayah Peusangan Kabupaten Bireuen, *Jurnal indomera* 4(7), 2023
4. Pengaruh motivasi, budaya organisasi, lingkungan, dan kepuasan kerja terhadap kinerja guru SMA Kota Juang. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 9(1), 2021.





# *Sekilas* **EKONOMI ISLAM**

## **Tantangan di Era Society 5.0**

**B**uku ini hadir sebagai ikhtiar intelektual dalam menjelaskan bagaimana ekonomi Islam tidak hanya dipahami sebagai konsep normatif keagamaan, tetapi juga sebagai sistem ekonomi yang relevan dalam menghadapi perubahan sosial, teknologi, dan peradaban modern. Dengan pendekatan yang integratif, buku ini menguraikan hubungan antara nilai-nilai tauhid, keadilan, religiusitas, dan aktivitas ekonomi dalam kehidupan masyarakat kontemporer.

Melalui pembahasan yang sistematis, penulis menegaskan bahwa ekonomi Islam merupakan bagian integral dari ajaran Islam yang meliputi aspek moral, sosial, politik, hingga ekonomi. Konsep muamalah, keadilan distributif, larangan riba, etika bisnis, dan tanggung jawab sosial dipaparkan secara mendalam dengan merujuk pada Al-Qur'an, Hadis, serta pemikiran para tokoh ekonomi Islam klasik dan modern seperti Ibnu Khaldun, Al-Ghazali, dan Umer Chapra.

Buku ini juga mengangkat dinamika perkembangan industri keuangan syariah, potensi ekonomi halal, serta tantangan penguatan lembaga keuangan syariah di Indonesia pada era digital dan Society 5.0. Penulis menunjukkan bahwa ekonomi syariah bukan hanya milik komunitas Muslim, tetapi sebuah sistem universal yang menawarkan prinsip keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan bersama. Dan juga buku ini layak menjadi referensi bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, maupun masyarakat umum yang ingin memahami ekonomi Islam secara lebih komprehensif.



**Penerbit Merdeka Kreasi**

Jl. Gagak Hitam, Komplek Bumi Seroja  
Permai Villa No 18, Medan Sunggal  
Email : Merdekakreasi2019@gmail.com

ISBN:978-634-7388-74-2

