



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 1154-1166

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Dakwah dan Bisnis Menggabungkan Nilai-Nilai Islam dengan Tujuan Bisnis

Amelia Nurseha^{1✉}, Andika Pratama², Sandi Setiawan³, M. Hafidz Pandya⁴

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Email: 231330025.amelia@uinbanten.ac.id[✉]

Abstrak

Integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik dakwah dan bisnis, dengan fokus pada bagaimana kedua aspek ini dapat saling mendukung untuk mencapai tujuan Islam. Dakwah, sebagai seruan kepada jalan Allah, tidak hanya berfungsi sebagai penyebaran pesan spiritual tetapi juga sebagai alat untuk mempromosikan etika bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah. Melalui pendekatan ini, bisnis dapat berperan sebagai sarana dakwah yang efektif, di mana pelaku usaha menerapkan nilai-nilai kejujuran, amanah, dan keadilan dalam transaksi mereka. Dalam konteks ini, forum-forum dakwah berperan penting dalam memberikan pelatihan keterampilan bisnis dan membangun jaringan yang mendukung pengusaha Muslim. Dengan demikian, transformasi bisnis yang berbasis syariah tidak hanya memperkuat komunitas tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan sosial. Artikel ini juga menyoroti tantangan yang dihadapi dalam menggabungkan dakwah dengan praktik bisnis di era modern, serta peluang yang ada untuk menciptakan ekosistem bisnis Islami yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *Dakwah, Bisnis Islami, Nilai-Nilai Islam, Transformasi Sosial*

Abstract

Integration of Islamic values in da'wah and business practices, with a focus on how these two aspects can support each other to achieve the goals of Islam. Da'wah, as a call to the path of Allah, not only serves as a dissemination of spiritual messages but also as a tool to promote business ethics in accordance with sharia principles. Through this approach, business can act as an effective means of da'wah, where business actors apply the values of honesty, trustworthiness, and justice in their transactions. In this context, da'wah forums play an important role in providing business skills training and building networks that support Muslim entrepreneurs. Thus, sharia-based business transformation not only strengthens communities but also contributes to social welfare. This article also highlights the challenges faced in combining da'wah with business practices in the modern era, as well as the opportunities that exist to create a sustainable Islamic business ecosystem.

Keywords: *Da'wah, Islamic Business, Islamic Values, Social Transformation*

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan aktivitas yang bertujuan untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, baik melalui lisan, tulisan, maupun tindakan nyata. Dalam perkembangannya, dakwah tidak hanya berfokus pada aspek spiritual, tetapi juga mulai merambah ke bidang ekonomi melalui kewirausahaan. Dakwah dan bisnis sendiri merupakan dua aspek yang saling terkait dalam konteks pengembangan masyarakat Muslim. Dakwah, sebagai upaya untuk menyebarkan ajaran Islam, bertujuan untuk mengajak individu dan komunitas menuju kebaikan dan ketaatan kepada Allah SWT. Aktivitas ini telah dicontohkan sejak zaman Nabi Muhammad SAW dan terus berlanjut hingga saat ini, dengan penekanan pada pentingnya menyampaikan nilai-nilai Islam dalam berbisnis.

Pentingnya dakwah dalam konteks bisnis telah mendapat perhatian yang semakin besar dalam beberapa tahun terakhir, dengan banyak penelitian yang menunjukkan bahwa bisnis yang berbasis pada prinsip-prinsip Islam dapat memberikan manfaat ganda. Selain memberikan keuntungan material, bisnis ini juga dapat memberikan berkah spiritual yang lebih luas. Hal ini diungkapkan oleh Nugraha (2020) yang menekankan bahwa dakwah dan kewirausahaan harus berjalan beriringan untuk memberdayakan umat sekaligus memperkuat ekonomi berbasis syariah. Dakwah yang dilakukan dalam bisnis, menurut Nugraha, memiliki peran strategis untuk pemberdayaan umat Islam melalui model kewirausahaan yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti koperasi syariah dan usaha sosial.

Integrasi antara dakwah dan bisnis tidak hanya bertujuan untuk mendukung operasional lembaga dakwah secara mandiri, tetapi juga untuk menyebarkan nilai-nilai

Islam melalui produk dan layanan yang dihasilkan. Model kewirausahaan berbasis dakwah, seperti koperasi syariah dan usaha sosial, menjadi contoh nyata bagaimana aktivitas bisnis dapat berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi umat sekaligus menjaga misi dakwah. Dalam era modern, integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis menjadi semakin relevan. Bisnis tidak hanya dipandang sebagai alat untuk memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga sebagai sarana untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Konsep bisnis Islami menekankan bahwa setiap transaksi harus selaras dengan ajaran Islam, sehingga tidak hanya memberikan manfaat material tetapi juga berkah spiritual.

Konsep ini sejalan dengan pandangan para ahli yang menyatakan bahwa bisnis berbasis syariah dapat menciptakan keseimbangan antara keuntungan duniawi dan ukhrawi. Menurut Setiawan (2021), bisnis Islami harus berfokus pada kesejahteraan masyarakat, dengan menghindari segala bentuk eksploitasi dan ketidakadilan. Hal ini juga ditegaskan oleh Fadli dan Mukhlis (2016), yang menambahkan bahwa etika bisnis dalam Islam harus dilandasi oleh prinsip moral yang tinggi, yakni ketulusan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Dalam hal ini, kewirausahaan berbasis dakwah berfungsi tidak hanya untuk mendatangkan keuntungan bagi individu atau perusahaan, tetapi juga untuk menciptakan dampak sosial yang positif dan berkelanjutan bagi umat.

Nilai-nilai yang terkandung dalam dakwah dapat diimplementasikan dalam dunia bisnis melalui etika yang bagus yang mencakup kepatuhan terhadap hukum syariah dan komitmen untuk berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, bisnis yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam diharapkan dapat menciptakan dampak positif yang lebih luas, termasuk pengembangan ekonomi yang berkelanjutan serta peningkatan kualitas hidup masyarakat. Menurut Priyatna (2022), penerapan nilai-nilai dakwah dalam dunia bisnis dapat mendorong terciptanya bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga memberikan manfaat sosial yang luas bagi masyarakat sekitar.

Dengan demikian, pengembangan bisnis dalam dakwah bukan hanya soal mencari keuntungan semata, melainkan juga tentang bagaimana menciptakan manfaat sosial dan spiritual yang lebih luas. Inovasi kewirausahaan berbasis syariah diharapkan mampu menjawab tantangan ekonomi modern sambil tetap menjaga nilai-nilai Islam sebagai landasan utama. Sebagai contoh, Spaltani (2023) mengungkapkan bahwa kewirausahaan berbasis dakwah tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi umat, tetapi juga

memperkuat kohesi sosial dengan menekankan prinsip berbagi dan solidaritas dalam komunitas Muslim.

Melalui artikel ini, akan dibahas lebih lanjut tentang bagaimana dakwah dapat berfungsi sebagai pendorong dalam praktik bisnis Islami dan sebaliknya, serta tantangan dan peluang yang dihadapi dalam menggabungkan kedua aspek tersebut untuk mencapai tujuan bersama dalam membangun masyarakat yang lebih baik dan berkeadilan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mengumpulkan dan mendeskripsikan data yang berkaitan dengan prinsip dasar dakwah dan bisnis. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Creswell (2014), yang menyatakan bahwa pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial yang kompleks melalui pengumpulan data dalam bentuk narasi, yang kemudian dianalisis secara mendalam untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang permasalahan yang diteliti. Creswell lebih lanjut menjelaskan bahwa pendekatan ini memberikan kesempatan untuk menggali perspektif individu yang terlibat dalam fenomena tersebut, serta konteks yang melingkupinya, yang dalam hal ini adalah integrasi antara dakwah dan bisnis dalam konteks nilai-nilai Islam.

Sugiyono (2018) juga mengungkapkan bahwa metode deskriptif dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk menggambarkan fenomena yang terjadi, tanpa melakukan intervensi terhadap objek yang diteliti. Hal ini sangat relevan dalam konteks penelitian ini, di mana peneliti bertujuan untuk menggambarkan bagaimana prinsip dasar dakwah dan bisnis dapat digabungkan dengan nilai-nilai Islam, serta bagaimana pengaruhnya terhadap pemberdayaan ekonomi umat dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini akan menggali berbagai faktor pendorong penggabungan antara bisnis dan dakwah, serta tantangan yang mungkin dihadapi dalam proses tersebut.

Sebagai langkah selanjutnya, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode studi kepustakaan. Nasution (2011) menyatakan bahwa studi kepustakaan adalah salah satu teknik pengumpulan data yang paling umum dalam penelitian kualitatif, yang mengandalkan sumber-sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, Al-Qur'an, Hadits, dan dokumen lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali teori-teori dan pandangan para ahli tentang konsep-konsep yang berkaitan dengan dakwah dan bisnis berbasis nilai Islam, serta menemukan solusi bagi tantangan yang ada dalam penggabungan keduanya.

Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber utama ajaran Islam menjadi referensi penting dalam memahami prinsip dasar dakwah yang dapat diterapkan dalam dunia bisnis. Sebagaimana dijelaskan oleh Ibrahim (2015), dakwah tidak hanya terbatas pada penyebaran agama, tetapi juga mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia bisnis, yang harus berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Al-Qur'an mengajarkan bahwa setiap aktivitas ekonomi, termasuk bisnis, harus dilaksanakan dengan mengedepankan nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.

Dengan memanfaatkan pendekatan kualitatif deskriptif yang didukung dengan studi kepustakaan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih baik mengenai bagaimana penggabungan dakwah dan bisnis dapat menciptakan masyarakat yang sejahtera secara ekonomi dan spiritual. Hal ini sejalan dengan pendapat Sulaiman (2017), yang menekankan pentingnya sinergi antara dakwah dan ekonomi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan umat, baik secara material maupun spiritual, di tengah tantangan ekonomi modern yang semakin kompleks.

Melalui pendekatan ini, diharapkan bahwa pembaca dapat memperoleh pemahaman yang mendalam tentang potensi bisnis dalam dakwah dan bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat diterapkan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis, untuk menciptakan kesejahteraan yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Bisnis Dan Dakwah

Kata "bisnis" dalam bahasa Arab adalah تِجَارَةٌ (tijarat) yang berarti "perdagangan" atau "perniagaan". Bentuk jamaknya adalah تِجَارَاتٌ (tijaratat). Bisnis, dalam konteks umum, merujuk pada kegiatan yang dilakukan untuk menghasilkan keuntungan melalui penjualan barang atau jasa. Namun, dalam perspektif Islam, definisi bisnis melampaui sekadar pencarian keuntungan finansial. Bisnis dalam Islam harus berlandaskan pada prinsip-prinsip etika yang kuat, yang mencakup kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Konsep ini menekankan bahwa setiap aktivitas bisnis harus dilakukan dengan niat yang baik dan tidak merugikan orang lain. Dalam Islam, bisnis dianggap sebagai salah satu bentuk ibadah jika dilakukan dengan cara yang benar. Hal ini berarti bahwa seorang pengusaha tidak hanya bertanggung jawab terhadap keuntungan yang diperoleh, tetapi juga terhadap dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnisnya. Oleh karena itu, bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam harus memperhatikan aspek halal dan haram, serta berupaya untuk memberikan manfaat bagi masyarakat (Muhamad, 2015).

Dakwah, dalam bahasa arab Dakwah menurut bahasa berasal dari bahasa Arab yakni *دعوة – يدعو – دعا* (da'a – yad'u – da'watan) arti secara harfiah, berarti mengajak atau menyeru. Dalam konteks Islam, dakwah adalah usaha untuk menyebarkan ajaran Islam dan mengajak orang lain untuk memahami serta mengamalkan nilai-nilai yang terkandung dalam agama. Dakwah dalam Islam adalah upaya menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia, baik melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan. Dakwah tidak terbatas pada mimbar masjid atau ceramah keagamaan, tetapi juga bisa diwujudkan melalui tindakan nyata yang mencerminkan prinsip-prinsip Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara, termasuk pendidikan, komunikasi, dan contoh perilaku. Dalam konteks bisnis, dakwah dapat terwujud melalui praktik bisnis yang etis dan berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Seorang pengusaha yang menerapkan prinsip-prinsip dakwah dalam bisnisnya tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga berusaha untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan (Al Qardawi, 2010).

Nilai-Nilai Islam Dalam Bisnis

Nilai-nilai Islami dalam bisnis merupakan prinsip moral dan etika yang bersumber dari ajaran Islam yang menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas ekonomi dan perdagangan. Dalam bahasa Arab, nilai disebut "al-Qiyām" (القيَم), yang berasal dari kata dasar "Qaama" (قام) yang berarti menegakkan atau menetapkan. Dengan demikian, secara etimologis, nilai Islami dapat dipahami sebagai prinsip yang menegakkan dan membimbing perilaku seorang Muslim dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam dunia usaha. Nilai ini tidak bersifat sekuler atau terpisah dari ajaran agama, melainkan terintegrasi sepenuhnya dengan prinsip-prinsip syariah, yakni hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Sunnah, ijma' dan qiyas.

Dalam Islam, tujuan bisnis bukan hanya sebatas mengejar keuntungan materi atau profit semata, tetapi juga mencakup dimensi spiritual dan sosial. Bisnis dipandang sebagai salah satu bentuk ibadah, selama dilakukan dengan niat yang benar dan dalam batas-batas syariah. Islam mendorong umatnya untuk berdagang, seperti yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW yang juga seorang pedagang, namun menekankan pentingnya kejujuran (ṣidq), amanah, keadilan ('adl), dan tidak mengambil keuntungan secara zalim. Tujuan utama bisnis dalam Islam adalah meraih ridha Allah SWT, memenuhi kebutuhan umat, menjaga keberlanjutan harta (ḥifẓ al-māl), dan mewujudkan kemaslahatan umum. Konsep ini sejalan dengan Maqāṣid al-Sharī'ah (tujuan-tujuan syariah) yang meliputi penjagaan

agama (*ḥifẓ al-dīn*), jiwa (*ḥifẓ al-nafs*), akal (*ḥifẓ al-'aql*), harta (*ḥifẓ al-māl*), dan keturunan (*ḥifẓ al-nasl*), yang semuanya harus dijaga dalam praktik bisnis (Liantoni, 2021).

Nilai-nilai Islami dalam bisnis menuntun pelakunya untuk menjalankan perdagangan dengan cara yang jujur, adil, dan memberi manfaat bagi sesama. Kejujuran (*ṣidq*) menjauhkan dari penipuan dalam transaksi. Amanah membuat pelaku usaha bertanggung jawab terhadap kepercayaan yang diberikan. Keadilan memastikan tidak ada pihak yang dirugikan. *Iḥsān*, yaitu berbuat baik secara optimal, mendorong pelaku bisnis untuk memberikan produk dan layanan terbaik, serta memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Selain itu, nilai syukur dan *tawakkal* mengajarkan agar pelaku bisnis tetap rendah hati terhadap hasil usaha dan menyerahkan hasil akhir kepada Allah setelah berikhtiar (Az Zahra, 2021).

Aktivitas bisnis dalam Islam harus sesuai dengan prinsip halal dan *tayyib*, yaitu tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga baik secara etika. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 282 tentang pentingnya kejelasan dalam transaksi, serta QS. Al-Mutaffifin ayat 1-3 yang mengutuk orang-orang yang curang dalam timbangan dan takaran. Selain itu, dalam hadits riwayat Al-Baihaqi, Rasulullah SAW bersabda bahwa “sebaik-baik usaha adalah usaha seorang pedagang yang jujur.” Hal ini menegaskan bahwa bisnis yang dijalankan berdasarkan nilai-nilai Islam akan mendatangkan keberkahan dan pahala akhirat, tidak hanya keuntungan dunia.

Dengan demikian, nilai-nilai Islami dalam bisnis menjadi fondasi yang mengarahkan tujuan bisnis tidak hanya untuk keuntungan semata, tetapi juga untuk menciptakan keadilan, kesejahteraan sosial, dan keberkahan. Bisnis yang dijalankan dalam bingkai nilai-nilai Islam akan melahirkan sistem ekonomi yang tidak eksploitatif, namun mendorong pertumbuhan, distribusi kekayaan yang adil, serta menjaga harmoni sosial. Dalam perspektif Islam, bisnis yang sukses bukan hanya yang menghasilkan laba besar, tetapi juga yang mampu menebar manfaat luas dan mendekatkan pelakunya kepada Allah SWT.

Tantangan Dalam Penggabungan Nilai Islam Dengan Tujuan Bisnis

Menggabungkan nilai-nilai Islami dengan tujuan bisnis bukanlah hal yang mudah, karena terdapat sejumlah tantangan yang dihadapi baik oleh individu Muslim maupun institusi bisnis yang ingin menerapkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten dalam praktik ekonomi modern. Salah satu tantangan utama adalah perbedaan paradigma antara sistem ekonomi konvensional dan ekonomi Islam. Sistem ekonomi konvensional cenderung berorientasi pada profit maksimal dan efisiensi produksi, seringkali tanpa

mempertimbangkan aspek etika, moral, atau dampak sosial secara mendalam. Sementara itu, sistem ekonomi Islam menekankan keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat, serta keterikatan kuat terhadap prinsip halal, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Ketidakseimbangan ini menjadikan penerapan nilai Islami dalam bisnis sering kali dianggap tidak kompetitif atau kurang efisien di pasar global yang liberal (Rahman, 2014).

Tantangan lain yang signifikan adalah minimnya pemahaman dan literasi terhadap nilai-nilai ekonomi Islam di kalangan pelaku bisnis. Banyak pengusaha Muslim yang secara identitas beragama Islam, namun belum memahami prinsip dasar seperti keharaman riba, kewajiban zakat dalam harta bisnis, larangan penipuan dalam muamalah, dan pentingnya keadilan dalam pembagian keuntungan. Hal ini diperburuk dengan kurangnya pendidikan kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islami, baik di lembaga pendidikan formal maupun pelatihan bisnis. Akibatnya, praktik bisnis Islam cenderung bersifat simbolik tanpa substansi, atau bahkan terjebak dalam kompromi yang mereduksi nilai-nilai utama syariah demi mengejar efisiensi atau pangsa pasar.

Selain itu, tantangan struktural dan regulasi juga menjadi hambatan, terutama di negara-negara mayoritas Muslim yang sistem ekonominya masih mengadopsi model kapitalistik. Banyak lembaga keuangan dan kebijakan ekonomi negara belum sepenuhnya mendukung praktik bisnis syariah secara menyeluruh. Misalnya, masih adanya hambatan perpajakan untuk bisnis syariah, sistem perbankan yang didominasi oleh bunga (riba), dan kurangnya dukungan hukum terhadap akad-akad syariah seperti musyarakah, mudharabah, atau murabahah. Di sisi lain, pengawasan terhadap pelaksanaan prinsip syariah dalam bisnis juga masih lemah, baik dari sisi otoritas pengawas syariah maupun komitmen internal perusahaan terhadap kepatuhan syariah (sharia compliance) (Amry, 2024).

Tantangan lain yang bersifat sosiokultural adalah konflik antara nilai Islam dan tekanan pasar global yang serba cepat dan kompetitif. Banyak bisnis menghadapi dilema antara menjaga prinsip etika Islam, seperti kejujuran dan transparansi, dengan keinginan untuk meraih keuntungan secara instan atau memenangkan persaingan. Misalnya, praktik pemasaran berlebihan, eksploitasi tenaga kerja, atau manipulasi data yang sering dianggap "lumrah" dalam bisnis konvensional, namun bertentangan dengan etika Islam. Pelaku usaha syariah harus berjuang keras untuk mempertahankan nilai-nilai seperti amanah, adil, dan ihsan dalam iklim pasar yang keras dan materialistik. Di samping itu, tantangan globalisasi budaya juga memengaruhi persepsi dan praktik bisnis Islami. Arus informasi, gaya hidup, dan model bisnis global seringkali tidak sejalan dengan etika Islam. Konsumen Muslim pun tidak selalu memilih produk yang sesuai syariah jika tidak memahami urgensinya. Oleh

karena itu, tantangan penting lainnya adalah membangun kesadaran masyarakat dan pelaku pasar terhadap pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam ekonomi sebagai bagian dari ibadah dan tanggung jawab sosial.

Solusi Dari Tantangan Penggabungan Nilai Islam Dengan Tujuan Bisnis

Dalam menghadapi kompleksitas tantangan dalam penggabungan nilai Islam dengan tujuan dakwah di era globalisasi dan sistem ekonomi liberal ini membutuhkan pendekatan yang sesuai dengan tantangan yang dihadapi dalam penggabungan nilai-nilai Islam dalam bisnis. Seperti pada perbedaan paradigma kemudian penerapan perdagangan syariah yang dinilai sulit serta kesalahpahaman pasar tentang produk haram yang hanya bisa dikonsumsi oleh umat muslim dan kebijakan regulasi yang belum memadai maka diperlukan beberapa hal berikut

a. Mengadakan Pendidikan dan pelatihan

Kurangnya pemahaman terhadap etika bisnis Islami sering menjadi akar permasalahan dalam integrasi dakwah dan bisnis. Oleh karena itu, diperlukan program pendidikan yang sistematis dan berkelanjutan, baik formal maupun non-formal, yang memperkenalkan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah (dapat dipercaya), keadilan, dan ihsan (berbuat baik secara optimal). Program ini dapat berupa workshop, pelatihan, seminar, hingga kurikulum kewirausahaan Islami di lembaga pendidikan. Selain itu, pelaku usaha juga perlu diarahkan untuk menginternalisasi nilai-nilai tersebut dalam setiap keputusan bisnis yang diambil, sehingga bisnis tidak hanya menjadi sarana mencari profit, tetapi juga menjadi wadah pengamalan nilai-nilai Islam.

dengan meningkatkan pendidikan dan pelatihan tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam di kalangan pengusaha dan profesional bisnis. Ini dapat dilakukan melalui program pelatihan, seminar, dan workshop yang fokus pada penerapan syariah dalam praktik bisnis. Dengan pemahaman yang lebih baik, para pelaku bisnis dapat lebih percaya diri dalam menerapkan nilai-nilai Islami (Suharto, 2015).

b. Memberikan Inovasi Produk dan Layanan, mengembangkan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah namun tetap kompetitif di pasar. Ini bisa melibatkan penelitian dan pengembangan untuk menciptakan solusi yang inovatif dan menarik bagi konsumen, baik Muslim maupun non-Muslim. Misalnya, produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan dapat menarik perhatian pasar yang lebih luas.

- c. Membangun Teknik Pemasaran yang Efektif, mengembangkan strategi pemasaran yang menekankan nilai-nilai etika dan sosial dari produk syariah. Edukasi pasar tentang manfaat produk halal dan nilai-nilai yang mendasarinya dapat membantu mengubah persepsi negatif dan meningkatkan permintaan. Kampanye pemasaran yang menyoroti keadilan sosial dan tanggung jawab dapat menarik konsumen yang peduli dengan etika.
- d. Melakukan Kerjasama dan Aliansi,
Keterpaduan antara pihak yang memahami ilmu agama (ulama dan dai) dengan pihak yang menguasai strategi bisnis (praktisi dan akademisi ekonomi) sangat dibutuhkan. Ulama berperan menjaga agar aktivitas bisnis tetap berada dalam koridor syariah, sementara para praktisi membantu merancang strategi bisnis yang profesional dan berdaya saing. Sinergi ini dapat difasilitasi melalui forum-forum dialog, asosiasi bisnis Islami, lembaga fatwa bisnis, dan pusat-pusat inkubasi wirausaha syariah. Kolaborasi ini juga memungkinkan munculnya inovasi dalam produk-produk Islami dan memperkuat ekosistem yang mendukung dakwah melalui jalur ekonomi Kerjasama ini dapat membantu dalam pengembangan kebijakan yang lebih baik dan menciptakan peluang pasar yang lebih luas (Husaini, 2017).
- e. Pengoptimalisasi Dakwah Digital dalam Bisnis
Dengan menggunakan media sosial dan platform digital sebagai sarana penyebaran nilai-nilai Islam dalam dunia usaha. Di era digital, media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan platform e-commerce menjadi kanal utama dalam berinteraksi dengan publik. Pelaku bisnis Muslim dapat memanfaatkan platform ini untuk menyisipkan nilai-nilai dakwah dalam strategi komunikasi dan branding mereka. Misalnya, konten promosi produk bisa disertai pesan-pesan etika Islam, video pendek edukatif tentang muamalah Islami, atau kampanye sosial yang mengangkat nilai keadilan, kepedulian, dan keberkahan. Dakwah digital bukan hanya menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga lebih efektif dalam membentuk persepsi publik terhadap bisnis Islami yang modern, profesional, dan religius (Rahmat, 2021).
- f. Pengembangan Ekonomi Syariah yang Inklusif
Mendorong pelaku bisnis terlibat aktif dalam sektor ekonomi syariah seperti perbankan syariah, pasar halal, zakat produktif, wakaf produktif, dan fintech syariah. Penguatan dakwah dalam bidang ekonomi tidak cukup hanya pada level mikro. Perlu ada ekosistem ekonomi syariah yang inklusif dan dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Hal ini mencakup integrasi antara sektor keuangan syariah (perbankan,

asuransi, fintech), sektor riil (usaha halal, industri kreatif Islami), dan sektor sosial (zakat, infak, wakaf, sedekah produktif). Bisnis yang terlibat dalam sistem ini bukan hanya mengedepankan keberlanjutan ekonomi, tetapi juga membawa dampak sosial yang besar. Inklusivitas ekonomi syariah juga akan mendorong partisipasi masyarakat luas dalam mendukung dakwah melalui kegiatan ekonomi yang berkelanjutan dan memberdayakan umat (Lubis, 2018).

- g. Mempertegas Advokasi Kebijakan, mengadvokasi untuk kebijakan yang mendukung perdagangan syariah dan memberikan insentif bagi bisnis yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Ini termasuk pengembangan regulasi yang jelas dan mendukung, serta pengakuan resmi terhadap produk dan layanan syariah di pasar.
- h. Membangun Penelitian dan Pengembangan, Mendorong penelitian lebih lanjut tentang ekonomi Islam dan dampaknya terhadap masyarakat. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mendukung argumen tentang manfaat ekonomi dari penerapan nilai-nilai Islami dalam bisnis, serta memberikan data yang dapat digunakan untuk mempengaruhi kebijakan.

Dengan menerapkan solusi-solusi ini, diharapkan tantangan dalam menggabungkan nilai-nilai Islam dengan tujuan bisnis dapat diatasi, sehingga menciptakan lingkungan bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan. atau di Indonesia sendiri Pendidikan dan Literasi Etika Bisnis Islami.

SIMPULAN

Penggabungan antara bisnis dan dakwah dalam perspektif Islam, yang menekankan pentingnya integrasi nilai-nilai Islami dalam praktik bisnis. Bisnis dalam Islam tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga sebagai bentuk ibadah yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan ihsan. Selain itu, dakwah dalam Islam berarti menyeru atau mengajak orang lain untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam, yang dapat diwujudkan melalui praktik bisnis yang etis dan memberikan manfaat bagi Masyarakat.

Nilai-nilai Islami dalam bisnis mencakup dimensi spiritual dan sosial yang bertujuan untuk meraih ridha Allah SWT, menjaga keseimbangan kepentingan individu dan masyarakat, serta menciptakan keberkahan. Prinsip-prinsip seperti halal dan tayyib menjadi pedoman utama dalam setiap aktivitas ekonomi. Namun, penggabungan nilai-nilai Islam dengan tujuan bisnis menghadapi berbagai tantangan, termasuk perbedaan paradigma dengan sistem ekonomi konvensional, minimnya literasi ekonomi Islam,

hambatan regulasi, serta tekanan pasar global. Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan beberapa solusi strategis, seperti meningkatkan pendidikan dan pelatihan tentang ekonomi Islam, inovasi produk dan layanan berbasis syariah, pengembangan teknik pemasaran yang efektif, kolaborasi antara ulama dan praktisi bisnis, pemanfaatan dakwah digital, penguatan ekosistem ekonomi syariah yang inklusif, advokasi kebijakan pendukung perdagangan syariah, serta penelitian lebih lanjut tentang dampak ekonomi Islam. Dengan penerapan solusi-solusi ini, diharapkan nilai-nilai Islam dapat terintegrasi secara konsisten dalam dunia bisnis. Hal ini akan menciptakan sistem ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata tetapi juga memperhatikan keberlanjutan sosial dan lingkungan. Bisnis Islami yang sukses adalah bisnis yang mampu memberikan manfaat luas bagi masyarakat sekaligus mendekatkan pelakunya kepada Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qardawi, M. (2010). *Dakwah konsep dan strategi*. Jakarta: Al-Mawardi.
- Amry, A. D., Mutia, T., Tania, L., Lestari, A., & Nabila, D. R. (2024). Tantangan dan peluang etika bisnis Islam dalam strategi pemasaran pengusaha Muslim Kota Jambi di era digitalisasi. *Maro*, 7(2), 196–202. <https://doi.org/10.31949/maro.v7i2.9675>
- Az Zahra, A., & Husna, A. N. (2021). Intensi berwirausaha pengusaha Muslim: Peran nilai-nilai keislaman dalam pendirian usaha. *Jurnal Psikologi Integratif*, 9(2), 194–208.
- Amry, A. D., Mutia, T., Tania, L., Lestari, A., & Nabila, D. R. (2024). Tantangan dan peluang etika bisnis Islam dalam strategi pemasaran pengusaha Muslim Kota Jambi di era digitalisasi. *Maro*, 7(2), 196–202. <https://doi.org/10.31949/maro.v7i2.9675>.
- Fadli, M., & Mukhlis, M. L. (2016). *Hukum dan kebijakan lingkungan*. Malang: UB Press.
- Fatah, A. (2019). Citizen lawsuit and environmental law. *Lentera Hukum*, 6(2).
- Husaini, I. (2017). Sinergi dakwah dan ekonomi Islam. *Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1, 60–75.
- Ibrahim, M. (2015). *Ekonomi Islam dalam perspektif dakwah dan bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Lubis, A. (2018). Integrasi dakwah dan ekonomi Islam dalam penguatan ekonomi umat. *Dakwah Tabligh*, 2(19), 101–113.
- Muhammad, M. (2015). *Bisnis dalam perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Nasution, S. (2011). *Metode penelitian naturalistik kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nugraha, I. (2020). Dakwah dan kewirausahaan: Penguatan ekonomi berbasis syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 12–20.

- Nugraha, I. (2020). Konsep dan strategi dakwah K.H. Fuad Affandi. *Komunikasi Islam*, 3(1), 39–50. <https://doi.org/10.24042/komunika.v3i1.6059>.
- Priyatna, I. (2022). Implementasi hukum lingkungan di Indonesia: Evaluasi terhadap peraturan dan pengawasan lingkungan hidup. *Jurnal Hukum dan Lingkungan*, 14(3), 65-83.
- Rahman, A. (2014). *Islamic economics: A short history*. Brill.
- Rahmat, M. (2021). Strategi dakwah digital dalam meningkatkan kesadaran bisnis syariah. *Komunikasi Islam*, 2(13), 89–102.
- Setiawan, D. (2021). *Prinsip-prinsip hukum lingkungan dan penerapannya dalam pengelolaan lingkungan hidup*. Jakarta: Penerbit Cerdas.
- Spaltani, B. G. (2023). Pengelolaan lingkungan hidup di era modern: Antara pencegahan dan penanganan pencemaran. *Jurnal Studi Hukum*, 22(4), 99-116.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, M. (2017). *Ekonomi dakwah: Integrasi antara dakwah dan kewirausahaan*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Press.
- Suharto, E. (2015). Etika bisnis Islam dalam perspektif dakwah. *Ilmu Dakwah*, 2, 155–169.
- Spaltani, R. (2023). Potential environmental damage as a legal standing qualification of environmental organizations in realizing environmental justice (A preliminary study). *AIP Conference Proceedings*, 2706(1).
- Setiawan, D. (2021). *Prinsip-prinsip hukum lingkungan dan penerapannya dalam pengelolaan lingkungan hidup*. Jakarta: Penerbit Cerdas.