

Nilai-Nilai Kewirausahaan dalam Islam dan Relevansinya di Era Modern

Septi Revalina Nurul Azmi¹, Resti Kusmiati², Moh. Azmie Maulidie Suherlan³, Mursidin⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Juni 21, 2026

Revised Juni 23, 2026

Accepted Juni 23, 2026

Kata Kunci:

Kewirausahaan Islam,
Nilai Syariah,
Tantangan Bisnis,
Etika Bisnis,
Strategi Digital

Keywords:

*Islamic Entrepreneurship,
Sharia Values,
Business Challenges,
Business Ethics,
Digital Strategy*

ABSTRAK

Perkembangan era modern dan digital menuntut integrasi antara nilai ekonomi dan etika dalam praktik kewirausahaan, sehingga diperlukan landasan nilai-nilai kewirausahaan dalam Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep kewirausahaan dalam perspektif Islam, karakteristik wirausaha ideal, relevansi nilai-nilai tersebut di era modern, serta tantangan dan strategi penguatannya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis studi kepustakaan (library research) melalui pendekatan Narrative Literature Review. Data diperoleh dari Al-Qur'an, hadis, dan berbagai literatur ilmiah yang dipilih berdasarkan kriteria relevansi kajian, kemudian dianalisis secara deskriptif-naratif melalui proses reduksi data, pengelompokan tema, dan sintesis hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan Islam berlandaskan pada nilai kejujuran (shiddiq), amanah, tabligh, dan fathanah, serta prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, dan maysir. Nilai-nilai tersebut relevan dalam menghadapi dinamika ekonomi modern, namun implementasinya menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan global, praktik bisnis tidak etis, dan pengaruh sistem ekonomi konvensional. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan melalui internalisasi nilai Islami, inovasi berbasis syariah, serta pemanfaatan teknologi digital secara etis. Dengan demikian, kewirausahaan Islam dapat menjadi solusi dalam membangun sistem bisnis yang berkelanjutan, berkeadilan, dan bermoral.

ABSTRACT

The development of the modern and digital era demands the integration of economic and ethical values in entrepreneurial practices, thus requiring a foundation of entrepreneurial values in Islam. This study aims to examine the concept of entrepreneurship from an Islamic perspective, the characteristics of ideal entrepreneurs, the relevance of these values in the modern era, as well as the challenges and strategies for strengthening them. The method used is a qualitative approach with a type of library research through a Narrative Literature Review approach. Data were obtained from the Qur'an, hadith, and various scientific literature selected based on the criteria of study relevance, then analyzed descriptively-narratively through a process of data reduction, grouping themes, and synthesis of previous research results. The results of the study indicate that Islamic entrepreneurship is based on the values of honesty (shiddiq), amanah, tabligh, and fathanah, as well as sharia principles such as the prohibition of usury, gharar, and maysir. These values are relevant in facing the dynamics of the modern economy, but their implementation faces various challenges such as global competition, unethical business practices, and the influence of the conventional economic system. Therefore, a strengthening strategy is needed through the internalization of Islamic values, sharia-based innovation, and the ethical use of digital technology. Thus, Islamic entrepreneurship can be a solution in building a sustainable, just and moral business system.



Corresponding Author:

Septi Revalina Nurul Azmi
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati
Bandung, Indonesia
Email: septireval2@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global yang ditandai oleh kemajuan teknologi, digitalisasi, dan persaingan pasar yang semakin terbuka telah melahirkan berbagai peluang sekaligus tantangan dalam dunia usaha. Kewirausahaan tidak lagi dipahami sekadar sebagai aktivitas ekonomi untuk memperoleh keuntungan, melainkan juga sebagai sarana menciptakan inovasi, membuka lapangan pekerjaan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dalam konteks ini, keberhasilan seorang wirausahawan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan manajerial dan kreativitas, tetapi juga oleh landasan etika yang kokoh. Fenomena maraknya praktik penipuan, manipulasi, monopoli, hingga eksploitasi tenaga kerja menunjukkan bahwa dunia bisnis modern membutuhkan paradigma kewirausahaan yang tidak semata-mata berorientasi pada profit, tetapi juga menjunjung tinggi nilai moral dan tanggung jawab sosial [1].

Islam sebagai agama yang komprehensif memberikan pedoman yang jelas dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan kewirausahaan. Dalam perspektif Islam, berwirausaha merupakan bagian dari ikhtiar manusia untuk mencari rezeki yang halal sekaligus mewujudkan kemaslahatan bagi sesama. Kegiatan usaha tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga bernilai ibadah apabila dilaksanakan sesuai prinsip-prinsip syariah. Nabi Muhammad saw. sendiri merupakan teladan utama dalam dunia bisnis, dengan karakter jujur (shiddiq), amanah, komunikatif (tabligh), dan cerdas (fathanah). Karakter tersebut menjadi fondasi penting bagi terbentuknya wirausahawan Muslim yang profesional, berintegritas, dan bertanggung jawab [2].

Di era modern, nilai-nilai kewirausahaan Islam semakin relevan untuk diterapkan. Transformasi digital telah mengubah pola transaksi, pemasaran, dan interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen. Kehadiran marketplace, media sosial, dan financial technology membuka akses pasar yang lebih luas, namun sekaligus memunculkan persoalan etika baru, seperti manipulasi informasi, penyalahgunaan data konsumen, serta praktik bisnis yang tidak transparan. Dalam situasi tersebut, prinsip-prinsip Islam seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab sosial berperan sebagai kompas moral yang mampu menjaga arah perkembangan bisnis agar tetap berkelanjutan dan berkeadilan.

Meskipun demikian, implementasi nilai-nilai kewirausahaan Islam di tengah arus modernisasi tidaklah tanpa hambatan. Dominasi budaya materialisme, kompleksitas model bisnis digital, rendahnya literasi kewirausahaan syariah, serta persaingan pasar yang sangat kompetitif sering kali menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha Muslim. Tidak sedikit pelaku usaha yang masih memandang bisnis syariah sebatas label, tanpa memahami substansi nilai dan prinsip yang mendasarinya [3]. Kondisi ini menuntut adanya kajian yang lebih mendalam mengenai relevansi, tantangan, dan strategi penguatan nilai-nilai kewirausahaan Islam agar tetap adaptif terhadap perkembangan zaman.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengulas konsep kewirausahaan Islam, namun sebagian besar masih berfokus pada aspek teoritis atau implementasi pada sektor tertentu. Kajian yang secara komprehensif membahas hubungan antara nilai-nilai kewirausahaan Islam, relevansinya di era digital, tantangan aktual, serta strategi penguatannya masih relatif terbatas. Oleh karena itu, artikel ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis konsep kewirausahaan dalam perspektif Islam, karakteristik wirausaha ideal, relevansi nilai-nilai Islam dalam menghadapi dinamika ekonomi modern,

serta tantangan dan strategi pengembangannya di era digital. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual sekaligus praktis bagi pengembangan kewirausahaan Islami yang berdaya saing, berintegritas, dan berkelanjutan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan *literature review* berjenis *Narrative Literature Review*. Metode *Narrative Literature Review* digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menyusun kembali hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik kajian sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai suatu fenomena penelitian [4]. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mengkaji dan mensintesis berbagai literatur mengenai nilai-nilai kewirausahaan dalam perspektif Islam serta relevansinya dalam menghadapi perkembangan bisnis modern.

Sumber data penelitian diperoleh dari berbagai literatur ilmiah yang berkaitan dengan kewirausahaan Islam, etika bisnis Islam, ekonomi syariah, dan perkembangan bisnis digital. Literatur diperoleh melalui penelusuran sumber akademik seperti Google Scholar serta berbagai publikasi ilmiah yang relevan. Pemilihan literatur dilakukan berdasarkan beberapa kriteria inklusi, yaitu: (1) literatur membahas topik yang berkaitan dengan kewirausahaan Islam atau prinsip bisnis Islam; (2) literatur diterbitkan dalam rentang tahun 2018-2025; (3) tersedia dalam bentuk teks lengkap dan (4) memiliki keterkaitan langsung dengan fokus penelitian. Kriteria tersebut digunakan agar sumber yang dianalisis sesuai dengan tujuan kajian penelitian.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama yaitu menentukan fokus kajian dan kata kunci pencarian yang sesuai dengan topik penelitian. Tahap kedua yaitu melakukan penelusuran literatur melalui database akademik. Tahap ketiga yaitu melakukan seleksi sumber dengan membaca bagian abstrak dan isi artikel untuk memastikan kesesuaiannya dengan fokus penelitian. Tahap keempat yaitu melakukan analisis dokumen terhadap literatur yang telah dipilih. Tahapan tersebut mengacu pada proses penelitian *Narrative Literature Review* yang meliputi pencarian sumber, seleksi literatur, pembacaan artikel, dan penyusunan hasil kajian secara naratif [4].

Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui proses reduksi data, yaitu memilih informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian dan mengelompokkan temuan berdasarkan tema utama. Tema yang dianalisis meliputi konsep kewirausahaan dalam Islam, karakteristik wirausahawan Muslim, relevansi nilai kewirausahaan Islam di era modern, tantangan implementasi, serta strategi penguatan kewirausahaan Islami.

Selanjutnya, dilakukan proses sintesis dengan membandingkan hasil penelitian terdahulu untuk menemukan persamaan, perbedaan, serta hubungan antar-temuan. Analisis ini dilakukan secara deskriptif-naratif untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islam dalam menghadapi perubahan bisnis modern. Metode *Narrative Literature Review* memungkinkan peneliti mengintegrasikan berbagai hasil kajian terdahulu dan menemukan pola maupun celah penelitian yang masih perlu dikembangkan [5].

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai literatur yang digunakan. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan kajian yang sistematis dan mendalam mengenai kontribusi nilai-nilai kewirausahaan Islam dalam membangun praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Konsep Kewirausahaan dalam Perspektif Islam

Kewirausahaan adalah sikap, semangat, dan kemampuan seseorang dalam menciptakan hal baru yang memiliki nilai tinggi serta bermanfaat, baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Dalam hal ini, kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan usaha, tetapi juga menyangkut pola pikir dan semangat

untuk terus berkembang. Menurut Kementerian Pendidikan Nasional, kewirausahaan merupakan sikap mental yang aktif, kreatif, dan penuh daya cipta, serta diwujudkan melalui usaha yang bertujuan meningkatkan pendapatan. Seseorang yang memiliki jiwa wirausaha umumnya tidak mudah merasa puas dengan pencapaian yang sudah diraih, sehingga selalu terdorong untuk mencari peluang baru [6].

Istilah “wirausaha” berasal dari dua kata, yaitu “wira” yang berarti pahlawan atau laki-laki, dan “usaha” yang mengacu pada aktivitas yang melibatkan tenaga serta pikiran untuk mencapai suatu tujuan. Dari pengertian tersebut, wirausaha dapat dimaknai sebagai individu yang berupaya mencapai tujuan tertentu dengan memanfaatkan kemampuan yang dimilikinya.

Seiring perkembangannya, konsep wirausaha kemudian meluas menjadi “kewirausahaan” yang merupakan padanan dari istilah *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris. Istilah ini sendiri berasal dari bahasa Perancis, yaitu *entreprendre*, yang berarti petualang, pencipta, sekaligus pengelola usaha. Makna tersebut mencerminkan karakter seseorang yang berani mengambil risiko serta memiliki kemampuan memimpin dalam menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha melalui inovasi dan kreativitas.

Selain itu, melihat kewirausahaan dari sudut pandang Islam berarti melihat kewirausahaan dari sudut pandang sejarah nabi Muhammad SAW, yang merupakan figur nabi yang terkenal dengan nilai-nilai dan perilaku kewirausahaan. Ini sangat layak untuk dijadikan acuan karena banyak ahli menyatakan bahwa Islam adalah agama yang ditujukan untuk kaum pedagang dan menyebar ke seluruh dunia pedagang [7]. Keberhasilan Nabi Muhammad SAW dalam perdagangan tidak hanya menunjukkan kemampuannya dalam berbisnis, tetapi juga mencerminkan kebijaksanaan, kepemimpinan yang visioner, serta kecerdasan dalam menyusun strategi, baik dalam dakwah maupun kehidupan sosial. Sejak usia muda, beliau sudah terlibat dalam aktivitas perdagangan, dimulai pada usia 12 tahun dengan mengikuti pamannya, Abu Thalib, ke Syam.

Memasuki usia 17 tahun, beliau mulai dipercaya untuk mengelola usaha secara mandiri dan memperluas jaringan dagangnya ke berbagai wilayah seperti Yaman, Irak, dan Syam. Puncak kesuksesannya terjadi pada usia 20-25 tahun, di mana integritas dan profesionalismenya membuat beliau dikenal sebagai sosok yang terpercaya dengan gelar Al-Amin [8].

Ada banyak bisnis yang dapat dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup di dunia dan dalam rangka beribadah kepada Allah Subhanahuwata'ala. Dalam konteks ini, salah satu bisnis yang dianjurkan dalam Islam adalah perniagaan atau berdagang. Bisnis ini dianggap sebagai profesi yang sangat mulia dan utama ketika kita melakukannya dengan jujur dan sesuai dengan aturan serta tidak melanggar batas-batas syariat yang telah ditetapkan oleh Allah dan Rasul-Nya di dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah Ash-Shahihah. Dalilnya sebagai berikut.

Dari Abu Sa'id Al-Khudri radhiyallahu 'anhu, Nabi shallallahu alaihi wasallam bersabda:

التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء

“Pedagang yang senantiasa jujur lagi amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang selalu jujur dan orang-orang yang mati syahid.” (HR. Tirmidzi, Kitab Al-Buyu' Bab Ma Ja-a Fit Tijaroti no. 1130)

Dari dalil tersebut dapat dipahami bahwa Islam sangat mendorong umatnya untuk berwirausaha dengan tetap mengutamakan akhlak yang mulia. Dalam pandangan Islam, kegiatan bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi semata, tetapi juga harus diiringi dengan peningkatan keimanan serta pemahaman ilmu syari'ah, khususnya dalam bidang fikih muamalah. Hal ini penting agar seorang pengusaha dapat menjalankan usahanya secara benar dan terhindar dari praktik yang diharamkan. Selain itu, seorang pengusaha hendaknya memiliki karakter Islami seperti kejujuran, kedermawanan, amanah, dan kasih sayang, sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam. Dalam menjalankan usahanya, niat yang baik dan ikhlas karena Allah perlu menjadi landasan utama, sehingga aktivitas bisnis yang dilakukan tidak hanya bernilai duniawi, tetapi juga bernilai ibadah dan mendapatkan ridha-Nya.

3.2 Karakteristik Wirausaha Ideal Menurut Islam

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), karakteristik merupakan sifat atau ciri khas yang melekat pada seseorang atau suatu objek, yang terbentuk dari berbagai faktor yang memengaruhinya. Karakteristik wirausaha dapat dipahami sebagai pola sikap atau perilaku yang memungkinkan seseorang mengelola sumber daya seperti keuangan, bahan baku, dan tenaga kerja secara kreatif dan inovatif, serta berani mengambil risiko pada tingkat tertentu demi meraih peluang usaha [9]. Sejalan dengan itu, Nurhuri menyatakan bahwa karakteristik wirausaha merupakan pola sikap atau perilaku yang mendorong seseorang dalam memanfaatkan berbagai sumber daya secara kreatif dan inovatif [10].

Untuk menjadi seorang wirausaha tidak serta merta mencari kekayaan materinya saja, namun juga harus dilandasi dengan sikap dan juga etika. Jika kita berwirausaha hanya berorientasi kepada kekayaan materi saja, maka ini akan berdampak kepada kehancuran bisnis karena kita pasti akan melakukan segala cara agar bisa memperkaya diri sendiri. Oleh karena itu diperlukannya sebuah pedoman dalam karakteristik berwirausaha dalam membangun usaha yang baik. Dalam pandangan Islam, karakter yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan adalah sebagai berikut [11].

1. Jujur

Kejujuran adalah keputusan seseorang untuk menyampaikan apa yang dirasakan, diucapkan, dan dilakukan secara apa adanya tanpa kebohongan ataupun manipulasi demi kepentingan pribadi. Dari pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa jujur merupakan perilaku terpuji karena selaras antara hati, ucapan, dan tindakan.

Kejujuran memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun sering dianggap sulit, jika seseorang memiliki kesadaran dan kemauan untuk membiasakan diri bersikap jujur, maka hal tersebut akan menjadi lebih mudah dilakukan, termasuk dalam kegiatan berwirausaha. Dalam praktiknya, kejujuran dalam bisnis dapat diwujudkan dengan tidak mengurangi timbangan, tidak menggunakan bahan berbahaya, tidak menjual barang cacat, serta menghindari segala bentuk penipuan, baik dalam barang maupun jasa.

2. Produktivitas (Produktif)

Produktivitas adalah nilai yang menunjukkan bagaimana suatu sumber daya dikelola dan dimanfaatkan secara optimal untuk mencapai hasil terbaik. Produktivitas juga mencerminkan sikap mental yang selalu berupaya menjadikan hari ini lebih baik daripada hari sebelumnya.

Seorang wirausahawan perlu memiliki sikap produktif, mengingat tingginya persaingan di era sekarang, baik dalam aspek duniawi maupun ukhrawi. Tanpa sikap ini, seseorang akan sulit menilai kualitas dirinya, meningkatkan peluang keuntungan atau karier, serta mengembangkan efisiensi kerja. Individu yang produktif tidak menyia-nyiaikan waktu dan terus berusaha memaksimalkan sumber daya yang diberikan Allah Swt. untuk menghasilkan karya yang bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain.

3. Berani Mengambil Risiko

Dalam menjalankan usaha, seorang muslim dituntut untuk memiliki keberanian dalam menghadapi risiko. Sikap ini mencakup keberanian dalam mengambil keputusan, menghadapi tantangan, serta menerima kemungkinan kerugian ketika mengalami kegagalan. Dengan berani mengambil risiko, seseorang dapat mengetahui perkembangan diri dan usahanya. Meski demikian, setiap risiko tetap harus dipertimbangkan secara matang dengan memperhatikan hasil serta manfaat yang akan diperoleh.

4. Komitmen

Komitmen adalah kondisi di mana seseorang terikat dan bertanggung jawab terhadap tindakan yang telah dipilihnya. Seorang wirausahawan perlu memiliki komitmen yang kuat agar mampu bersabar, tekun, dan bekerja keras dalam mengembangkan usahanya, serta memiliki ketahanan dalam menghadapi berbagai tantangan.

Komitmen dalam berwirausaha dapat diwujudkan melalui pelayanan yang optimal kepada konsumen, peningkatan kualitas produk dengan harga yang terjangkau, serta kemampuan dalam menyelesaikan berbagai permasalahan yang berkaitan dengan produk maupun jasa yang ditawarkan.

5. Kreatif dan Inovatif

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang berbeda dan baru. Selain itu, sikap inovatif juga sangat dibutuhkan dalam berwirausaha. Melalui inovasi, seorang wirausahawan dapat menciptakan sumber daya baru atau meningkatkan nilai guna dari sumber daya yang sudah ada, sehingga memiliki nilai tambah yang lebih tinggi.

3.3 Relevansi Nilai-Nilai Kewirausahaan Islam di Era Modern

3.3.1 Menjawab Krisis Etika dalam Dunia Bisnis

Perkembangan ekonomi modern membawa persaingan yang sangat ketat di berbagai sektor usaha. Di satu sisi, kondisi ini mendorong lahirnya inovasi dan kreativitas. Namun, di sisi lain, persaingan yang tidak sehat juga memicu berbagai pelanggaran etika, seperti penipuan, manipulasi informasi, monopoli, hingga eksploitasi tenaga kerja. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa dunia bisnis modern tidak hanya membutuhkan kecerdasan manajerial, tetapi juga landasan moral yang kuat. Nilai-nilai kewirausahaan Islam menawarkan solusi konkret terhadap persoalan tersebut. Prinsip kejujuran (*sidq*) menuntut pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk secara apa adanya, tanpa melebih-lebihkan kualitas atau menyembunyikan kekurangan. Amanah mengajarkan pentingnya menjaga kepercayaan konsumen, mitra, maupun karyawan. Sementara itu, prinsip keadilan menekankan perlakuan yang setara terhadap seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha.

Penerapan nilai-nilai tersebut mampu menciptakan iklim bisnis yang sehat, transparan, dan berintegritas. Dalam jangka panjang, perusahaan yang berlandaskan etika cenderung memiliki reputasi lebih baik, tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi, serta ketahanan usaha yang lebih kuat dibandingkan bisnis yang hanya berorientasi pada keuntungan semata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada UMKM melalui prinsip kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan tauhid berkontribusi dalam membangun kepercayaan serta loyalitas pelanggan [12]. Temuan tersebut menunjukkan bahwa etika bisnis Islam tidak hanya memiliki fungsi normatif, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap keberlangsungan usaha. Hasil penelitian ini diperkuat dengan temuan bahwa nilai *shidq*, amanah, keadilan, dan transparansi mampu meningkatkan kepuasan, kepercayaan, serta pembelian ulang konsumen pada UMKM digital [13]. Namun demikian, kedua penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis perlu didukung oleh kualitas pelayanan dan pengelolaan usaha yang baik agar mampu memberikan dampak yang optimal terhadap kinerja bisnis. Dengan demikian, nilai-nilai kewirausahaan Islam tidak cukup dipahami sebagai kewajiban moral semata, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang dapat meningkatkan daya saing usaha.

3.3.2 Membangun Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen

Dalam era digital, konsumen memiliki akses luas terhadap berbagai informasi dan pilihan produk. Mereka tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kredibilitas pelaku usaha. Sekali kepercayaan hilang, reputasi bisnis dapat runtuh dalam waktu singkat, terutama melalui penyebaran ulasan negatif di media sosial.

Nilai amanah menjadi fondasi utama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Wirausahawan Muslim dituntut untuk selalu menepati janji, baik terkait kualitas produk, waktu pengiriman, maupun layanan purna jual. Kejujuran dalam promosi juga menjadi faktor penting agar konsumen tidak merasa dirugikan setelah melakukan pembelian.

Ketika konsumen merasa diperlakukan dengan adil dan profesional, mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk kepada orang lain. Dengan demikian, nilai-nilai Islam tidak hanya memiliki dimensi spiritual, tetapi juga memberikan manfaat strategis bagi keberlangsungan usaha.

3.3.3 Relevan dengan Perkembangan Ekonomi Digital

Transformasi digital telah mengubah wajah dunia usaha secara fundamental. Aktivitas perdagangan kini banyak dilakukan melalui marketplace, media sosial, aplikasi, dan berbagai platform daring lainnya. Perubahan ini membuka peluang pasar yang sangat luas, tetapi juga menghadirkan tantangan baru, seperti maraknya penipuan, manipulasi ulasan, dan penyalahgunaan data konsumen. Dalam konteks ini, nilai-nilai kewirausahaan Islam berfungsi sebagai kompas moral. Prinsip kejujuran mengharuskan pelaku usaha memberikan deskripsi produk yang sesuai dengan kondisi sebenarnya. Prinsip amanah menuntut perlindungan terhadap data pribadi pelanggan. Selain itu, etika Islam melarang praktik promosi yang menyesatkan, penggunaan testimoni palsu, maupun manipulasi algoritma untuk merugikan pesaing.

Penerapan prinsip-prinsip tersebut akan membantu wirausahawan Muslim beradaptasi dengan teknologi tanpa kehilangan integritas. Justru di tengah dunia digital yang serba cepat, nilai-nilai etis menjadi pembeda utama yang meningkatkan daya saing usaha. Perkembangan ekonomi digital memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar melalui berbagai platform daring. Penerapan nilai kewirausahaan Islam dalam bisnis modern tidak hanya berkaitan dengan aspek moral, tetapi juga memiliki pengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Teknologi digital berperan sebagai faktor yang memperkuat pengaruh orientasi kewirausahaan, literasi keuangan, dan akses permodalan terhadap kinerja UMKM [14]. Temuan tersebut menunjukkan bahwa nilai kewirausahaan perlu berjalan seiring dengan kemampuan adaptasi teknologi agar pelaku usaha mampu meningkatkan daya saing. Keberhasilan usaha pada era digital tidak hanya ditentukan oleh penerapan nilai-nilai etika, tetapi juga kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi secara efektif.

Di sisi lain, meningkatnya aktivitas perdagangan melalui e-commerce juga menghadirkan tantangan baru, seperti risiko penipuan transaksi, manipulasi informasi produk, dan pelanggaran terhadap hak konsumen [15]. Perbandingan kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki dua sisi, yaitu sebagai peluang untuk mengembangkan usaha sekaligus tantangan yang membutuhkan penguatan nilai etika dalam praktik bisnis. Oleh karena itu, nilai-nilai kewirausahaan Islam berfungsi sebagai mekanisme pengendalian moral agar pemanfaatan teknologi tetap berjalan sesuai prinsip kejujuran, transparansi, dan keadilan.

3.3.4 Mendorong Pembangunan Ekonomi yang Berkeadilan

Salah satu keunggulan kewirausahaan Islam adalah orientasinya yang tidak semata-mata berfokus pada akumulasi keuntungan. Islam mengajarkan bahwa harta memiliki fungsi sosial dan harus memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

Wirausahawan Muslim didorong untuk menciptakan lapangan pekerjaan, memberdayakan masyarakat sekitar, serta berkontribusi dalam pengurangan kemiskinan. Melalui zakat, infak, sedekah, dan program tanggung jawab sosial, aktivitas bisnis dapat menjadi instrumen pemerataan kesejahteraan.

Pendekatan ini sangat relevan di era modern, ketika kesenjangan ekonomi masih menjadi persoalan serius. Kewirausahaan Islam mampu menghadirkan model bisnis yang tidak hanya produktif secara ekonomi, tetapi juga adil secara sosial.

3.3.5 Membentuk Karakter Wirausahawan yang Tangguh

Keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh modal finansial dan kemampuan teknis, tetapi juga oleh karakter pelaku usaha. Tantangan dunia bisnis modern menuntut ketangguhan mental, konsistensi, serta kemampuan beradaptasi.

Nilai-nilai Islam membentuk karakter entrepreneur yang disiplin, pekerja keras, sabar, dan optimis. Konsep tawakal mengajarkan keseimbangan antara ikhtiar maksimal dan penyerahan hasil kepada Allah Swt. Sikap ini membantu pelaku usaha menghadapi risiko, kegagalan, dan ketidakpastian pasar dengan lebih tenang.

Karakter yang kuat menjadi modal penting untuk mempertahankan eksistensi usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, pembentukan kepribadian Islami merupakan salah satu kontribusi terbesar kewirausahaan Islam di era modern.

3.4. Tantangan Implementasi Nilai-Nilai Kewirausahaan Islam di Era Modern

3.4.1 Dominasi Budaya Materialisme

Globalisasi membawa pola pikir yang cenderung menilai keberhasilan berdasarkan kekayaan, popularitas, dan pertumbuhan finansial semata. Akibatnya, sebagian pelaku usaha lebih mengutamakan keuntungan jangka pendek daripada keberkahan dan keberlanjutan usaha. Budaya materialistik ini dapat mendorong praktik-praktik yang bertentangan dengan nilai Islam, seperti manipulasi harga, pengurangan kualitas produk, atau eksploitasi pekerja. Ketika keuntungan menjadi tujuan tunggal, aspek moral sering kali terabaikan. Tantangan terbesar bagi wirausahawan Muslim adalah menjaga keseimbangan antara pencapaian ekonomi dan komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah.

Fenomena ini menunjukkan adanya ketegangan antara orientasi keuntungan jangka pendek dan tujuan kewirausahaan Islam yang menekankan keberkahan serta kemaslahatan. Dalam praktiknya, tekanan untuk mencapai target ekonomi sering kali mendorong pelaku usaha mengabaikan aspek etika yang seharusnya menjadi landasan bisnis. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa internalisasi nilai-nilai kewirausahaan Islam masih menghadapi tantangan yang besar di tengah budaya bisnis modern yang cenderung materialistik dan kompetitif.

3.4.2 Kompleksitas Transaksi di Era Digital

Perkembangan teknologi menghadirkan berbagai model bisnis baru, seperti dropshipping, affiliate marketing, cryptocurrency, dan perdagangan lintas negara. Meskipun menawarkan peluang besar, model-model tersebut sering kali memunculkan persoalan hukum dan etika dalam perspektif Islam.

Contohnya, ketidakjelasan kepemilikan barang, unsur gharar, hingga potensi penipuan dalam transaksi daring. Selain itu, keamanan data pelanggan juga menjadi isu yang semakin krusial. Wirausahawan Muslim dituntut untuk memahami perkembangan teknologi sekaligus menguasai prinsip-prinsip fikih muamalah agar dapat menjalankan usaha sesuai syariat. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital berlangsung lebih cepat dibandingkan kemampuan sebagian pelaku usaha dalam memahami aspek hukum dan etika bisnis syariah. Akibatnya, berbagai model bisnis digital berpotensi menimbulkan praktik yang tidak sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah, baik karena ketidaktahuan maupun kurangnya pengawasan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap fikih muamalah menjadi semakin penting agar inovasi digital dapat berjalan seiring dengan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam.

3.4.3 Rendahnya Literasi Kewirausahaan Syariah

Masih banyak pelaku usaha yang menganggap bisnis syariah hanya sebatas penggunaan label halal atau produk Islami. Padahal, kewirausahaan Islam mencakup aspek yang jauh lebih luas, termasuk etika, akad, pengelolaan keuangan, dan tanggung jawab sosial. Kurangnya pemahaman ini menyebabkan implementasi nilai-nilai Islam sering kali bersifat parsial. Beberapa pelaku usaha menerapkan simbol-simbol keislaman, tetapi belum sepenuhnya menjalankan prinsip syariah dalam operasional bisnis. Oleh sebab itu, peningkatan literasi melalui pendidikan, pelatihan, seminar, dan pendampingan menjadi kebutuhan mendesak.

Rendahnya literasi kewirausahaan syariah menunjukkan adanya kesenjangan antara meningkatnya minat masyarakat terhadap bisnis Islami dan pemahaman yang memadai mengenai prinsip-prinsip syariah. Banyak pelaku usaha yang telah menggunakan identitas atau label Islami, tetapi belum sepenuhnya menerapkan prinsip syariah dalam pengelolaan usaha dan transaksi bisnisnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa implementasi kewirausahaan Islam masih cenderung bersifat simbolik daripada substantif, sehingga diperlukan upaya edukasi yang lebih intensif agar nilai-nilai Islam tidak hanya menjadi identitas, tetapi juga menjadi pedoman dalam praktik usaha.

3.4.4 Persaingan Pasar yang Sangat Ketat

Pasar modern menuntut inovasi, efisiensi, dan kecepatan. Dalam kondisi seperti ini, sebagian pelaku usaha tergoda untuk mengambil jalan pintas demi mempertahankan daya saing. Praktik seperti perang harga tidak sehat, promosi berlebihan, atau peniruan produk kompetitor sering kali menjadi pilihan instan. Situasi ini dapat menguji komitmen wirausahawan terhadap nilai-nilai Islam. Konsistensi moral menjadi kunci utama agar pelaku usaha tetap kompetitif tanpa harus mengorbankan prinsip-prinsip syariah. Persaingan pasar yang semakin ketat sering kali menempatkan pelaku usaha pada dilema antara mempertahankan prinsip-prinsip syariah dan memenuhi tuntutan pasar yang kompetitif. Dalam situasi tertentu, tekanan untuk memperoleh keuntungan dan mempertahankan eksistensi usaha dapat mendorong munculnya praktik-praktik yang kurang sesuai dengan nilai Islam. Oleh karena itu, konsistensi dalam menjaga etika bisnis menjadi tantangan yang tidak kalah penting dibandingkan kemampuan dalam mengembangkan usaha itu sendiri.

3.4.5 Keterbatasan Ekosistem Pendukung

Implementasi kewirausahaan Islam membutuhkan dukungan dari berbagai pihak, termasuk lembaga keuangan syariah, pemerintah, institusi pendidikan, dan komunitas bisnis. Sayangnya, akses terhadap pembiayaan syariah, inkubator bisnis Islami, serta mentor berpengalaman masih terbatas di banyak daerah. Hal ini menjadi hambatan bagi wirausahawan Muslim, terutama pemula. Penguatan ekosistem menjadi langkah strategis agar nilai-nilai kewirausahaan Islam dapat diterapkan secara lebih luas dan berkelanjutan.

Keterbatasan ekosistem pendukung menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi kewirausahaan Islam tidak hanya bergantung pada kualitas individu pelaku usaha, tetapi juga dipengaruhi oleh dukungan lingkungan yang memadai. Tanpa akses terhadap pembiayaan syariah, pendampingan usaha, serta kebijakan yang mendukung, pelaku usaha akan mengalami kesulitan dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah secara optimal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa penguatan kewirausahaan Islam memerlukan sinergi antara pelaku usaha, lembaga keuangan, institusi pendidikan, dan pemerintah agar dapat berkembang secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, berbagai tantangan tersebut menunjukkan bahwa implementasi nilai-nilai kewirausahaan Islam di era modern tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, tetapi juga oleh perkembangan teknologi, dinamika pasar, tingkat literasi, dan dukungan ekosistem bisnis. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif agar nilai-nilai syariah tidak hanya dipahami secara konseptual, tetapi juga dapat diterapkan secara konsisten dalam praktik kewirausahaan modern.

3.5 Solusi dan Strategi Penguatan Kewirausahaan Islami di Era Digital

Penguatan kewirausahaan Islami di era digital memerlukan strategi yang tidak hanya berorientasi pada perkembangan teknologi, tetapi juga tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Hal ini penting karena perkembangan ekonomi digital yang pesat sering kali berpotensi menimbulkan penyimpangan etika, seperti praktik riba, gharar, dan manipulasi informasi dalam transaksi online [16]. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah strategis yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan inovasi digital.

Salah satu strategi utama adalah internalisasi nilai-nilai syariah dalam praktik bisnis digital. Pelaku usaha perlu memastikan bahwa setiap aktivitas bisnis, baik dalam pemasaran, transaksi, maupun distribusi, sesuai dengan prinsip kejujuran (shiddiq), amanah, dan keadilan. Bisnis digital dalam perspektif Islam dinyatakan sah selama memenuhi rukun dan syarat jual beli serta terbebas dari unsur riba, maysir, dan gharar. Dengan demikian, nilai-nilai tersebut harus menjadi fondasi utama dalam setiap inovasi bisnis.

Selain itu, pemanfaatan teknologi digital secara optimal menjadi strategi penting dalam memperkuat kewirausahaan Islami. Transformasi digital memberikan peluang besar dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, serta memperkuat transparansi transaksi. Penggunaan teknologi seperti e-commerce, fintech syariah, dan platform digital lainnya mampu meningkatkan inklusi keuangan dan akses pasar global bagi pelaku usaha Muslim [17]. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi bukan hanya alat, tetapi juga sarana untuk memperkuat praktik bisnis yang sesuai dengan syariah.

Strategi berikutnya adalah pengembangan inovasi produk dan layanan berbasis syariah. Pelaku usaha perlu menciptakan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga sesuai dengan standar halal dan etika Islam. Inovasi ini penting agar kewirausahaan Islami mampu bersaing di pasar modern sekaligus mempertahankan identitasnya. Selain itu, strategi pemasaran yang etis dan transparan juga harus diterapkan untuk membangun kepercayaan konsumen.

Selanjutnya, penguatan literasi dan pendidikan kewirausahaan Islami menjadi faktor kunci. Edukasi mengenai prinsip ekonomi syariah, etika bisnis Islam, serta pemanfaatan teknologi digital perlu ditingkatkan, baik melalui lembaga pendidikan, pelatihan, maupun komunitas bisnis. Penguatan literasi ini akan membentuk wirausahawan yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga memiliki integritas moral yang tinggi dalam menjalankan usaha [18].

Di sisi lain, dukungan regulasi dan kebijakan pemerintah juga sangat diperlukan. Pemerintah dapat berperan melalui penyediaan regulasi yang mendukung perkembangan bisnis syariah, fasilitas pembiayaan berbasis syariah, serta program pendampingan bagi pelaku usaha, khususnya UMKM. Pendampingan ini penting untuk memastikan bahwa praktik bisnis tetap sesuai dengan prinsip syariah sekaligus mampu berkembang secara berkelanjutan [19].

Terakhir, strategi yang tidak kalah penting adalah penguatan ekosistem bisnis Islami berbasis kolaborasi. Kolaborasi antara pelaku usaha, lembaga keuangan syariah, akademisi, dan pemerintah dapat menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan Islami. Dengan adanya sinergi tersebut, inovasi bisnis dapat berkembang lebih cepat dan mampu menjawab tantangan global secara efektif.

Dengan demikian, penguatan kewirausahaan Islami di era digital dapat dilakukan melalui integrasi nilai-nilai syariah, pemanfaatan teknologi, inovasi produk, peningkatan literasi, dukungan kebijakan, serta kolaborasi berbagai pihak. Strategi ini diharapkan mampu menciptakan sistem bisnis yang tidak hanya kompetitif secara ekonomi, tetapi juga berlandaskan nilai moral, keadilan, dan keberkahan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan dalam perspektif Islam merupakan konsep yang mengintegrasikan tujuan ekonomi dengan nilai-nilai spiritual dan etika. Nilai-nilai seperti kejujuran (shiddiq), amanah, tabligh, dan fathanah tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga memiliki relevansi dalam menjawab berbagai tantangan bisnis modern, khususnya di era digital. Temuan dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai tersebut berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan konsumen, loyalitas pelanggan, serta keberlanjutan usaha. Namun demikian, efektivitas implementasinya masih dipengaruhi oleh tingkat literasi kewirausahaan syariah, kemampuan adaptasi teknologi, serta dukungan ekosistem bisnis yang memadai.

Secara teoretis, kajian ini memperkuat pandangan bahwa kewirausahaan Islam tidak hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi yang berorientasi pada keuntungan, tetapi juga sebagai sistem nilai yang mampu menjadi landasan dalam membangun praktik bisnis yang etis, berkelanjutan, dan berkeadilan. Selain itu, kajian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai kewirausahaan Islam tetap relevan untuk diterapkan dalam konteks ekonomi digital yang ditandai oleh perkembangan teknologi dan perubahan pola transaksi yang semakin kompleks.

Secara praktis, hasil kajian ini memberikan implikasi bagi pelaku usaha, lembaga pendidikan, pemerintah, dan lembaga keuangan syariah untuk memperkuat literasi kewirausahaan syariah, mengembangkan inovasi berbasis teknologi yang sesuai dengan prinsip syariah, serta membangun ekosistem bisnis yang mendukung penerapan nilai-nilai Islam secara konsisten. Upaya tersebut penting agar transformasi digital tidak hanya menghasilkan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mampu menjaga prinsip keadilan, transparansi, dan kemaslahatan sosial.

Adapun penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji implementasi nilai-nilai kewirausahaan Islam secara empiris pada berbagai sektor usaha dan platform digital yang berbeda. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif maupun studi kasus juga diperlukan untuk mengukur secara lebih spesifik pengaruh nilai-nilai kewirausahaan Islam terhadap kinerja usaha, loyalitas konsumen, serta keberlanjutan bisnis di era digital.

REFERENSI

- [1] Lutfi, M. (2024). Transformasi Bisnis Di Era Digital Melalui Literasi Entrepreneur Sebagai Pendekatan Islami Dalam Pendidikan Agama Islam. *Mumtaz Pendidikan Agama Islam*, 2, 306–312. <https://doi.org/https://doi.org/10.69552/mumtaz.v4i1.289>
- [2] Kamaluddin. (2019). Kewirausahaan dalam Pandangan Islam. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 302–310. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3632>
- [3] Rizadiliyawati, R., Aryani, N., & Agustiar, A. (2025). “Manajemen Kewirausahaan Islam: Integrasi Nilai Syariah dalam Bisnis Modern.” *Jurnal Bening*, 12(1), 191-197. <https://doi.org/10.33373/bening.v12i1.7738>
- [4] Putri, Kurnia, S., Rukmana, Nursanti, E., & Saepudin, E. (2022). *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi dan Komunikasi Kepustakawanan A Narrative Literature Review Of Digital Library Research As A Source Of Learning During Covid-19 In The Google Scholar Database Narrative Literature Review Digital*. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi dan Komunikasi Kepustakawanan*, 12(2), 90–101.
- [5] Nahdiyin, N. A. (2023). Penelitian Kinerja Pustakawan Di Perpustakaan Melalui Database Google Scholar: Narrative Literature Review. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 7(2), 227. <https://doi.org/10.17977/um008v7i22023p227-239>
- [6] Nasional, K. P. (2010). *Konsep Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Informal dan Nonformal.
- [7] H.M, M. A. (2014). *Pengantar Kewirausahaan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- [8] Anwar, R. (2020). *Rahasia Bisnis Laris Maris Ala Rasulullah*. Yogyakarta: Araska Publisher.
- [9] Bahasa, B. P. dan P. (2023). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring*.
- [10] Nur Huri Mustofa, A. T. N. A. (2021). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 8(02), 82-98. Retrieved from <https://doi.org/10.35891/jsb.v9i1.3159>
- [11] Azzahra, F. Y., Astuti, S., & Murbaningrum, T. (2023). Konsep Kewirausahaan dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(5), 40-51. Retrieved from <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/index>
- [12] Yosi Apriliani, & Mira, M. P. S. (2024). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Di Telukjambe Kabupaten Karawang. *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah*, 104–112. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46512>

- [13] Rahman, F., Abrory, L., & Azizah, S. N. (2025). Service Excellence dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Era Digital Perspektif Etika Bisnis Syariah pada Era Digital Perspektif Etika Bisnis Syariah. *JIESP: Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 139-149. <https://doi.org/https://doi.org/10.54180/jiesp.2025.4.2.139-149>
- [14] Chitra Indah Sari, Rizal, N. F. (2025). Kinerja UMKM di Era Ekonomi Digital: Kajian Literasi Keuangan, Orientasi Kewirausahaan dan Akses Permodalan Dengan Moderasi Teknologi Digital. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, (2020), 94-105. <https://doi.org/https://doi.org/10.31958/mabis.v5i2.16046>
- [15] Rosandy, A. B. (2024). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM Digital: Studi Kasus Transparansi dan Kejujuran di Platform E-Commerce UMKM Fashion. *TSARWAH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(2), 126-136. <https://doi.org/https://doi.org/10.32678/tsarwah.v9i2.12478>
- [16] Nur Isra' Ahmad, & Supriadi. (2025). Etika Bisnis Digital dalam Perspektif Islam: Prinsip dan Implementasinya. *QAZI: Journal of Islamic Studies*, 2(2), 448-460. <https://doi.org/10.61104/qz.v2i2.464>
- [17] Farah Qalbia, & M. Reza Saputra. (2023). Transformasi Digital dan Kewirausahaan Syariah di Era Modernitas: Peluang dan Tantangan dalam Ekonomi Syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(2), 389-406. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i2.2665>
- [18] Saputri, J. (2025). Tinjauan Literatur: Peran Bisnis Syariah dalam Membentuk Jiwa Kewirausahaan Islami. *Journal Of Social Science Research*, 5, 5159-5171.
- [19] Dewi Khayyirah, Nanda Puspitasari, Chairunisa Indri Rahmatika, Herlina Yustati, & Andi Andi. (2025). Peran Kewirausahaan Syariah dalam Meningkatkan Ekonomi di Era Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 2(2), 167-180. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v2i2.535>