

# Konsep paradigma ekonomi Islam: kultur fenomena paralel yang bermula dari sentimen agama menuju mode religius baru dalam skala global

Budiyono Santoso, dan Angga Eka Prasetya<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Riyadlul Jannah Mojokerto

\*  
budiyono.santoso@rijan.ac.id dan angga220485@gmail.com

## Abstract

*The purpose of this research is to present the concept of Islamic economic paradigm: parallel phenomena culture that starts from religious sentiment towards a new religious mode on a global scale. This study uses a qualitative descriptive-analytic approach. The data was collected by using literature study and documentation study. Data analysis using qualitative analysis approaches and techniques. The results of the study concluded: 1) Religion does govern business, offering a set of guiding principles and moral guidelines in business from a family scale to a global scale. 2) Faith is an Islamic business segmentation asset that provides the criteria and nature of prospects in business. 3) Religion is capable of being a vehicle for transformational social change in business. 4) Islamic economy has the structure and frame of reference for business culture by offering a new unit of analysis capable of demeaning the systems of capitalism and Marxism. 5) The contemporary approach of grounded Islamic economics is not a composite construction of capitalism through social interaction but a guide conferred in the name of rahmatan-lil-aalamiin*

**Keywords:** *Islamic economics, parallel phenomena, religious sentiments, religious modes on a global scale*

## A. Latar Belakang

Akhir abad ke-6, setelah kelahiran Yesus Kristus, manusia membuat kemajuan besar dalam berbagai lapisan masyarakat. Pada saat itu ada beberapa agama yang secara terang-terangan menyatakan bahwa agama tersebut dikhususkan untuk ras dan kelompok tertentu saja dan ada juga beberapa yang mengklaim universalitas (Moore, 2008:194) "Kebangkitan Islam mungkin merupakan peristiwa paling menakutkan dalam sejarah manusia. Berasal dari tanah dan orang-orang yang sebelumnya tidak berarti, Islam menyebar dalam satu abad lebih dari separuh bumi, menghancurkan kerajaan besar, menyingkirkan agama yang sudah lama berdiri, membentuk kembali jiwa ras dan membangun dunia baru yaitu Dunia Islam" ('Izzatī & Ezzati, 2002:1-2) dimana keragaman dan kompleksitas Islam sebagian besar melintas ke Utara dan Selatan, Timur dan Barat, dan tidak dapat diencerkan menjadi visi apa pun tentang 'Selatan global' (Salvatore, 2016:15).

Al-Qur'an mewujudkan dengan sendirinya prinsip-prinsip dasar kemajuan dan peradaban manusia yang tidak terbatas dan kebangkitan Islam yang fenomenal adalah karena ajarannya dan kepribadian Muhammad (Sharma & Sharma, 2004:122). Semua aspek keimanan dan praktik Islam dimulai dengan kitab suci, Al-Qur'an ("bacaan"), dipahami sebagai kata literal Tuhan yang diturunkan langsung kepada Muhammad dan, melalui Dia, kepada masyarakat (Renard, 1998:1). Islam (al-islâm), agama rahmat dalam segala variannya untuk keselamatan dunia akhirat (Bakri, 2006:68). Sementara kecenderungan pemikiran religius sebelumnya tumbuh sebagai tanggapan dan reaksi terhadap ideologi yang berlaku pada saat itu, terutama terhadap Marxisme, yang pada akhirnya muncul ideologi Islam, secara mengejutkan gerakan intelektual Islam berkembang sebagai tren tandingan terhadap mode yang berlaku dari ideologi Islam yaitu "memungkinkan menjadi Islami tanpa menjadi fundamentalis," ini "menciptakan

pandangan dunia akhir abad ke-20 yang komprehensif, otentik dan modern." (Jahanbakhsh, 2001:140).

Islam menginstruksikan umat Islam untuk selalu mengulurkan tangan persahabatan dan bekerja sama untuk menjadikan dunia ini tempat yang harmonis, damai dan adil untuk hidup bagi seluruh umat manusia, apapun agamanya (Liow, 2009:121). Melalui adopsi persepsi yang moderat dan toleran terhadap ajaran dan nilai-nilai Islam, agenda HAM OKI dapat secara positif melengkapi upaya HAM universal PBB dengan merefleksikan apa yang digambarkan Habermas sebagai "berwajah Janus," dengan satu sisi terkait dengan "Islam" dan sisi lain terkait dengan "universal" tetapi keduanya sejalan untuk realisasi efektif hak asasi manusia internasional dan perlindungan martabat yang melekat pada semua manusia tanpa diskriminasi di dunia Muslim. Persepsi ini mirip dengan presentasi Habermas tentang hukum dan moral sebagai konsep yang selaras dan bukan saingan (Habermas 1996; Flynn 2003 dalam Petersen & Kayaoglu, 2019:49). Sosiologi Islam mengeksplorasi cara pengetahuan dan kekuasaan berinteraksi untuk membentuk tradisi Islam dan transformasinya melalui pola bersosialisasi, sopan santun, dan kesopanan yang 'membentuk' menjadi sebagian besar bentuk kelembagaan yang dapat ditempa. Pola-pola ini dan bentuk-bentuk yang dihasilkannya dianalisis sebagai spesifik peradaban di satu sisi, tetapi juga sebagai kontribusi dan berbagi dalam peradaban global yang muncul, di sisi lain. Oleh karena itu, sosiologi Islam dapat dilihat sebagai sebuah sosiologi komparatif agama-kesopanan yang mengeksplorasi cara-cara membangun dan mendiami sosial-budaya dunia. Modus seperti itu ada di samping (dan karena itu tidak bertentangan tetapi sering diberi makan oleh) rasa transendensi yang kuat, yang tidak dapat disangkal merupakan salah satu ciri utama dari apa yang kita sebut agama. Pandangan kesopanan ini seharusnya membuat kita kebal dari pemikiran dalam istilah peradaban sebagai monolit budaya yang sepele. Peradaban adalah arena kontingen, berpotongan, dan bersaing dari proses peradaban, dimaksudkan sebagai transformasi yang melaluinya pola kesopanan (Salvatore, 2016).

Selama dua dekade terakhir, Islamisme telah menunjukkan pengaruh yang tumbuh pada politik di negara-negara Muslim dari Maroko hingga Malaysia. Dalam beberapa kasus, tren ini telah menyebabkan perubahan rezim seperti di Iran dan Sudan, tetapi lebih sering, hal itu telah menyembunyikan norma, simbol, dan retorika Islam di ruang publik, dan dalam prosesnya, itu memiliki dampak penting pada politik, kebijakan, pembuatan, hukum, dan hubungan sosial (Nasr, 2001:3). Kegiatan ekonomi masyarakat Muslim, yang dibentuk dan dikembangkan di bawah pendekatan holistik Islam, telah menjadi subjek studi ilmiah sejak periode awal sejarah Islam. Kegiatan-kegiatan ini, yang didasarkan pada wahyu Islam dalam hal asumsi dasar dan prinsip-prinsip vitalnya, telah menentukan mata pelajaran ekonomi di satu sisi dan memperluas peluang yang ditawarkan oleh landasan teoretis ekonomi di sisi lain. Akibatnya, umat Islam telah terlibat dalam kegiatan ekonomi dengan berbagai daerah dan budaya sejak masa awal Islam dengan rasa percaya diri yang tinggi (Kizilkaya, 2019). Sementara keuangan Islam telah berada di posisi terdepan dan hikalal telah menjadi kekuatan utama yang mendorong konsep paradigma ekonomi Islam, terlihat dari kisah Muhammad dan Khadijah bahwa ini lebih dari sekedar 'daging dan uang' (Wilson et al., 2013). 'Brand Islam' menggabungkan berbagai sektor, yang meliputi mode, kosmetik, hiburan, pariwisata, pendidikan, farmasi, layanan profesional, dan lainnya, di bawah satu narasi. Lebih jauh lagi, kemungkinan ini akan memainkan peran sentral dalam menghubungkan perempuan dengan alasan otentik mengapa mereka harus diberdayakan untuk memimpin, dan membentuk aliran baru feminisme Muslim (Riley et al., 2016:338). Asumsi Salah jika berasumsi bahwa keterlibatan berarti menjadi seorang Muslim, atau ini hanya tentang syariah (bahasa Arab untuk hukum Islam). Syariah 'juga bisa

diterjemahkan sebagai 'jalan yang dilalui dengan baik'. Jadi, sama seperti Anda tidak harus menjadi orang Jepang untuk berlatih seni bela diri, tetapi memiliki ketertarikan dan ketertarikan membantu: maka Pemasaran dan Branding Islam juga harus ditempatkan sebagai sub-disiplin budaya dan lintas budaya dari paradigma pemasaran global (Riley et al., 2016:338).

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Maxwell, 2005:75). Pendekatan kualitatif sangat relevan meneliti fenomena keagamaan (Ucan, 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-Induktif (Phillimore & Goodson, 2004:13; Anggito & Setiawan, 2018:189; Chandra & Shang, 2019) deskriptif analitis (Nurdin & Hartati, 2019:33). Data dikumpulkan dengan teknik studi literatur dan studi dokumentasi (Trygu, 2020:28), Metode deskriptif analitis digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis (Hootman, 1992). Sumber data sekunder yang digunakan (Bungin, 2017:132) adalah hasil penelitian dan literatur yang berkaitan dengan topik penelitian ini, fiturnya mencakup glosarium, referensi, situs web, catatan sumber, dan indeks (Hudd, 2020). Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik studi literatur dan studi dokumentasi (Madya et al., 2019:132). Kemudian, data dianalisis dengan menggunakan pendekatan dan teknik analisis data kualitatif (Bernard & Ryan, 2010; Miles, Huberman, & Saldana, 2014; Stacey, 2019:203).

## **C. Pembahasan**

Pada Forum Ekonomi Islam Dunia (WIEF) Kesembilan yang diadakan untuk pertama kalinya di luar dunia Muslim, di London, 29-31 Oktober 2013, Perdana Menteri Malaysia HE Dato 'Sri Mohd Najib Tun Abdul Razak, menceritakan kisah tentang Khadijah, orang pertama yang masuk Islam: "Dari semua pedagang di Mekah, dia adalah yang paling sukses; seorang pengusaha yang mengelola kerajaan perdagangan internasional (Ali, 2015:143). Suatu hari, dia menyewa seorang pemuda bernama Muhammad, yang pada akhirnya akan dinikahinya. Muhammad yang sama yang pada usia 25 menikah dengan Khadijah yang berusia 40 tahun; dan kemudian ketika seorang berusia 40 tahun menerima wahyu dari malaikat Jibril, dengan demikian mengurapi dia sebagai Nabi Islam (Riley, Singh, & Blankson, 2016:338). Semangat spiritualitas di era pasca 11/9. dalam upaya untuk mengklaim kembali agama mereka dan menantang persepsi negatif yang lebih luas (Ali, 2015:143). Pola perilaku serupa dapat ditemukan secara historis, mengikuti peristiwa sosial dan geopolitik yang mempengaruhi Jerman pasca-perang, Jepang dan gerakan hak-hak sipil Afrika-Amerika (Melewar & Alwi, 2017). Paralel dapat ditarik dengan sentimen yang diekspresikan selama Revolusi Industri, dan sebagian besar dikaitkan dengan pengusaha Kristen, kekayaan dan penciptaan nilai adalah tindakan moral - dan tindakan ibadah yang dimaksudkan untuk membuka jalan surga bagi umat beriman di bumi dan di akhirat (Riley et al., 2016:338).

Sentimen tersebut diidentifikasi sebagai berikut: *Pertama*, Agama memang memiliki tempat dalam bisnis, menawarkan seperangkat prinsip pedoman dan pedoman moral tambahan atau yang direvisi (Melewar & Alwi, 2017). Agama mendefinisikan nilai-nilai kita dan menetapkan belas kasihan moral kita. Nilai-nilai ini harus mengingatkan kita untuk meneladani kejujuran, kepercayaan, kesopanan. dan martabat dalam semua hubungan kita dan bahkan situasi sehari-hari. Etika agama yang berdasarkan Alkitab menyediakan landasan umum untuk menilai yang benar dari yang salah. Dalam bisnis. orang harus secara sadar memutuskan apa yang harus mereka lakukan dan prinsip etika mana yang harus diikuti. Banyak dari apa yang dicari oleh para profesional bisnis sebagai standar etika ditemukan dalam Torah, Alkitab, dan Alquran. Sebagai contoh. Sepuluh Perintah (Keluaran 20: 2-17: Qur'an 6: 152-155) memberikan dasar bagi banyak hukum yang mengatur bisnis termasuk kebenaran dalam transaksi. Sebuah

---

deklarasi antaragama tentang etika bisnis dikembangkan untuk menyusun 'nilai-nilai moral, etika, dan spiritual bersama dari agama Kristen, Islam, dan Yudaisme dalam rangka mengembangkan prinsip-prinsip pedoman bagi perilaku etis internasional (Deklarasi Antaragama, 1993: 2). Ini menghubungkan nilai-nilai agama seperti keadilan dan perwalian dengan pandangan pemangku kepentingan perusahaan (Wankel, 2011:56). Terlepas dari minat baru dalam hubungan antara spiritualitas dan pemikiran manajerial, literatur yang mencakup hubungan antara Islam dan manajemen masih jarang - terutama di bidang etika. Salah satu alasan potensial mungkin keragaman budaya dari hampir 1,3 miliar Muslim di seluruh dunia. Namun, satu elemen umum yang mengikat individu dan negara Muslim adalah Islam normatif dengan menggunakan keempat sumber ajaran agama ini memandu parameter model etika bisnis normatif Islam. Model etika ini berupaya menyeimbangkan kebutuhan berbagai pemangku kepentingan, dan membahas mekanisme penegakannya. Pendekatan Islam terhadap etika bisnis ini berpusat pada kriteria yang sama dengan teori pemangku kepentingan seperti keadilan dan keseimbangan, dan mencakup kriteria tambahan yang unik seperti kepercayaan dan kebajikan (Beekun & Badawi, 2005).

*Kedua*, Keyakinan agama adalah kriteria dan sifat segmentasi utama (Melewar & Alwi, 2017). Segmentasi menurut 'karakter sosial' atau psikografik sangat bergantung pada karya perintis Riesman et al. dan pembagian karakter sosial tiga segmen mereka: 1) Perilaku yang diarahkan pada tradisi - segala sesuatunya dilakukan 'seperti di masa lalu' - yaitu perilaku mudah diprediksi dan digunakan untuk tujuan segmentasi. 2) Pengarahan lain - individu berusaha menyesuaikan diri dengan cara saat ini dalam melakukan sesuatu seperti yang ditunjukkan dalam perilaku orang sezamannya atau kelompok sebaya, yaitu sukses berarti membaur dengan lingkungan. 3. Pengarahan dari dalam - seseorang tidak mementingkan perilaku rekan dan orang sezamannya - Bete Noire dari pemasar! (Baker, 2014:270). Aturan dasar yurisprudensi menyatakan bahwa ketidaksetaraan perlakuan harus menemukan pembenarannya dalam perbedaan keadaan. Kebiasaan populer untuk membandingkan kasus memiliki dasar ilmiah. Klasifikasi merupakan karakteristik dari proses penentuan hak partisipatif individu (Session, 1941:511). Mendefinisikan konstruk "gaya hidup" berdasarkan pendekatan aktivitas, minat dan opini. Menawarkan inovasi tambahan tertentu yang menarik minat ilmiah, tetapi juga penggunaan praktis untuk bisnis. Meskipun variabel ini bukan konsep baru, variabel ini masih diteliti secara aktif (Gonzalez & Bello, 2002). Suatu contoh konkrit sebagaimana disampaikan Wilson, (2014): 'Halal', kata Arab dari kitab suci Alquran Muslim, dapat diterjemahkan secara sederhana sebagai makna yang diperbolehkan, menurut ajaran Islam. Namun, seruan untuk mensertifikasi produk dan praktik secara formal, dan kemudian melabeli mereka, telah memunculkan fenomena budaya baru. Tuntutan untuk membawa label dan pesan yang terbuka, dan ekspektasi tentang apa itu halal dan seharusnya, meningkat di dalam dan di luar geografi Muslim di seluruh dunia. Untuk alasan ekonomi dan teknologi, hal ini juga semakin mengalihkan domain halal ke pelopor bisnis, yang bertentangan dengan kewajiban agama yang didorong oleh ulama. Lebih jauh lagi, lanskap industri halal saat ini telah tiba di persimpangan jalan, di mana perdebatan mempertimbangkan apakah halal menawarkan peluang untuk perluasan produk dan merek, menjadikannya sebagai pendekatan pemasaran khusus, atau jika sebenarnya hal itu menghadirkan peluang untuk menciptakan paradigma bisnis baru.

*Ketiga*, Bisnis dapat menjadi kendaraan untuk perubahan sosial transformasional yang terkait dengan agama (Melewar & Alwi, 2017). Perencanaan strategis partisipatif ToP dan prekursor ICA-nya (LENS, forum komunitas, dan konsultasi komunitas) tidak berasal dari metodologi perencanaan. Sebaliknya, mereka dikembangkan sebagai maksud dari staf ICA

untuk memicu kampanye "kebangkitan" dan "keterlibatan" di beberapa benua. Joseph Wesley Mathews mengadakan lusinan konferensi dan think tank di Chicago pada akhir 1960-an dan awal 1970-an dengan para aktivis sosial, praktisi pengembangan komunitas, dan pebisnis tentang cara menginspirasi massa untuk melibatkan diri dalam bentuk baru tanggung jawab sosial. Konteks Mathews untuk sebagian besar lembaga think tank ini adalah: ... munculnya kesadaran global dalam peradaban saat ini adalah konsekuensi yang lebih besar daripada revolusi industri abad kedelapan belas dan perkembangan masyarakat agraris di masa lalu. Setiap manusia memiliki potensi yang tidak terbatas untuk menciptakan kendaraan sosial baru dan mode religius baru dalam skala global (Staples, 2013:36). Melakukan bisnis dengan sukses menuntut perhatian pada praktik budaya, sosial, politik dan agama, di samping kegiatan teknis, bisnis, hukum dan keuangan. Komunikasi adalah kunci untuk masing-masing. Komunikasi nyata - bukan larangan dan larangan buku masak. Langkah pertama adalah berusaha semaksimal mungkin untuk mempelajari bahasa. Hampir semua orang memperhatikan upaya Anda untuk mempelajari bahasa mereka. Ini lebih dari sekedar simbolik. Bahasa menyandikan budaya, dan berusaha memahami kata-katanya mengarah pada upaya memahami cara berpikir orang. Mempelajari bahasa membantu memahami cara orang yang berbicara bahasa itu memandang dunia mereka. Selain sebagai kekuatan untuk menyampaikan informasi dan gagasan, bahasa juga menjadi wahana untuk mengkomunikasikan nilai, kepercayaan dan budaya (Oliver, 2004:222).

*Keempat*, Ekonomi Islam menawarkan unit analisis baru, selain nasional dan geografis, yang mendefinisikan ulang batas-batas dan cenderung ke arah kerangka acuan yang lebih budaya (Melewar & Alwi, 2017). Ini adalah kegagalan besar teori ekonomi Barat yang tidak memiliki konsep keluarga dan komunitas. Ini muncul karena komitmen mereka terhadap gagasan yang salah tentang "individualisme metodologis". Mereka percaya bahwa komunitas tidak lebih dari kumpulan individu dan mempelajari perilaku individu sudah cukup untuk tujuan ilmiah. Studi terbaru tentang teori sistem kompleks dan perilaku yang muncul menunjukkan bahwa "individualisme metodologis" membutuhkan terhadap interaksi kompleks antara individu yang menciptakan pola sosial. Ini tidak dapat dipahami dengan mempelajari individu secara terpisah. Beberapa ekonom Barat telah menyadari pentingnya komunitas, dan telah memulai beberapa studi tentang komponen sentral kehidupan sosial kita ini. Namun, sementara Barat berada pada tahap awal dalam studi ini, Islam memberi kita pendekatan yang dalam dan cangguh untuk membangun keluarga dan komunitas. Petunjuk tentang pendekatan Islam karena detailnya akan membutuhkan penanganan sepanjang jangkauan pikiran. Keluarga adalah unit dasar masyarakat Islam, dan konsep *Sila-Rahmy* (ikatan kekerabatan) mendapat penekanan ekstrim pada ajaran Islam. Di sinilah anak belajar mengatasi keegoisan dan keserakahan individualistik yang merupakan bagian dari sifat kita, dan ditekankan dalam mikroekonomi konvensional. Sebaliknya, mereka dilatih dalam sifat-sifat Islami yaitu kemurahan hati, cinta, kepercayaan, penghargaan, dan pengorbanan, yang merupakan keutamaan Islam yang muncul di atas *Nafs-e-Ammara* yang mengundang kejahatan. Pada tingkat kedua, ajaran Islam sangat menekankan pada lingkungan, dengan hak-hak tetangga, dan masjid untuk sering berhubungan dengan tetangga, untuk menciptakan komunitas yang kuat. Hak-hak tetangga mendapat penekanan kuat, dan pembangunan komunitas didorong oleh kode etik yang baik satu sama lain (Kizilkaya, 2019). Karakteristik lain yang mengidentifikasi ekonomi Islam adalah sistem redistribusi yang dikenal sebagai zakat dan sedekah, memberikan bagian tetap dari kekayaan pribadi kepada orang miskin. Zakat adalah motivasi positif terpenting. Sedekah seharusnya menjadi kegiatan sukarela oleh yang taat, tetapi dalam praktiknya itu menjadi pajak agama yang digunakan untuk tujuan redistribusi

---

pendapatan oleh pemerintah Islam. Sistem ini memungut pajak atas pengikut Islam yang cukup kaya untuk membiayai delapan asnaf, termasuk pertolongan yang buruk, emansipasi budak, dan bantuan kepada individu yang melayani Islam (Kuran 1995:159 dalam Marangos, 2013). Dalam formulasi aslinya, itu adalah pajak 2,5 persen (Rosser dan Rosser 2004:101). Pengikut Islam yang berperilaku dengan cara yang mereka anggap tidak Islami akan berusaha merehabilitasi diri dengan membawa agama ke dalam rutinitas sehari-hari mereka. Bagi pengikut yang diliputi rasa bersalah seperti itu, ekonomi Islam menawarkan sederet kesempatan untuk lega. Zakat memberikan bantuan seperti dalam berdonasi untuk tujuan Islam, bersama dengan memegang rekening bank Islami, berbelanja kapan pun memungkinkan di toko Islami, dan mengasumsikan identitas Islam untuk perusahaan mereka. Dengan cara ini, pengikut Islam dapat mencapai perasaan bahwa mereka melakukan yang terbaik untuk hidup dengan cara yang benar meskipun kondisi sosial tidak mendukung (Kuran 1995:168 dalam Marangos, 2013). Zakat dapat menjadi senjata yang lebih efektif untuk melawan kemiskinan dan ketimpangan daripada instrumen redistribusi konvensional yang digunakan oleh pemerintah. Karena signifikansi religiusnya, zakat harus dibayarkan dengan sukarela. Pengikut Islam yang menghindari kewajiban pajak mereka kepada pemerintah sekuler akan dengan senang hati membayar zakat kepada pemerintah Islam, bahkan tanpa adanya paksaan (Kuran 1995:159 dalam Marangos, 2013).

*Kelima*, Ekonomi Islam adalah pendekatan kontemporer dan membumi untuk menantang beberapa pandangan dunia Islam yang kontraproduktif saat ini, yang sering kali menampilkan Islam sebagai sebuah konstruksi yang digabungkan dari Barat, atau kapitalisme - melalui fokus pada interaksi sosial dan transaksi dalam arti yang paling luas (Melewar & Alwi, 2017). Dalam sejarah pemikiran ekonomi Islam ditemukan bahwa pada masa Nabi dan generasi selanjutnya, umat Islam telah berhasil menerapkan sistem keuangan negara maju. Negara pertama yang dibangun oleh satu generasi umat Islam ini memenuhi konsep negara kesejahteraan atau negara kesejahteraan, atau tepatnya negara kesejahteraan Islam (Muhammad Nejatullah Shiddiqi, 1998:82 dalam Gunawan, (2019:276). Welfare state merupakan suatu pendekatan ekonomi yang menegaskan adanya keterlibatan negara dalam memenuhi kebutuhan hidup keluarga seluruh rakyatnya (Ramesh Mishra, 2000: 120-121 dalam Gunawan, (2019:276). Potensi tinggi tetap untuk ekonomi Islam sebagai disiplin ilmu meta yang didasarkan pada landasan epistemologis Islam yang benar. Ada, yaitu, tafsir Al-Qur'an dan sunnah sehubungan dengan pandangan dunia metodologis tawhidi (tauhid, nurani, dan kesatuan pengetahuan). (Masudul C'houdhury, 2018:263 dalam Gunawan, (2019:276). Basis ekonomi Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits menjadi pedoman dalam setiap kegiatan ekonomi masyarakat. Hal inilah yang perlu dipahami masyarakat, sehingga tentunya dapat membedakan antara sumber ekonomi konvensional dan ekonomi Islam.

Khurshid Ahmad dan ekonom Muslim kontemporer lainnya akan mempertahankan bahwa nilai-nilai fundamental dan pesan Islam tidak berbeda dari sejak zaman Nabi Muhammad. Yang baru adalah pendekatan dan metode; pendekatan yang berbeda terlihat jelas dalam karya-karya Khurshid. Pendekatan yang lebih tradisional berkonsentrasi pada "ajaran ekonomi Islam". Ada upaya untuk mencari semua ayat Alquran yang memiliki implikasi ekonomi yang spesifik, hal ini didukung oleh penghimpunan hadits Nabi Muhammad yang serupa yang memiliki pesan ekonomi. Uraian rencana untuk sebuah konferensi. "Tempat Ekonomi dalam Islam," yang diadakan di New Jersey, pada tahun 1968. memberikan contoh pendekatan yang lebih tradisional. Perencana mengatakan akan ada "presentasi rahasia dari ayat-ayat yang relevan dari Alquran dan pilihan dari literatur Hadis tentang subjek tersebut." (Esposito, Esposito, Voll, & Voll, 2001:48)

#### **D. Kesimpulan**

hasil penelitian ini menyimpulkan kultur femonena paralel yang bermula dari sentimen agama menuju mode religius baru dalam skala global sebagai berikut:

1. Agama memang mengatur bisnis, menawarkan seperangkat prinsip pedoman dan pedoman moral dalam bisnis dari skala keluarga hingga skala global.
2. Keimanan adalah aset segmentasi bisnis Islam yang memberikan kriteria dan sifat prospek dalam bisnis.
3. Agama mampu menjadi kendaraan perubahan sosial transformasional dalam bisnis.
4. Ekonomi Islam memiliki struktur dan kerangka acuan budaya bisnis dengan menawarkan unit analisis baru yang mampu meruhtuhkan sistem kapitalisme dan marxisme.
5. Pendekatan kontemporer ekonomi Islam yang membumi bukan konstruksi yang digabung dari kapitalisme melalui interaksi sosial tetapi sebuah petunjuk yang dianugerahkan atas nama rahmatan-lil-aalamiin

#### **E. Daftar Pustaka**

- Ali, A. J. (2015). *Handbook of Research on Islamic Business Ethics*. Edward Elgar Publishing.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Baker, M. J. (2014). *Marketing Strategy and Management*. Palgrave Macmillan.
- Bakri, S. (2006). *Mukjizat Tasawuf Reiki*. Yogyakarta: Galangpress Group.
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2005). Balancing ethical responsibility among multiple organizational stakeholders: The Islamic perspective. *Journal of Business Ethics*, 60(2), 131-145.
- Bernard, H. R., & Ryan, G. W. (2010). *Analyzing Qualitative Data: Systematic Approaches*. SAGE Publications.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua* (9th ed.). Jakarta: Kencana.
- Chandra, Y., & Shang, L. (2019). *Qualitative Research Using R: A Systematic Approach*. Springer Singapore.
- Esposito, J. L., Esposito, P. R. I. A. F. D. P. A. B. T. C. M. C. U. J. L., Voll, J. O., & Voll, P. E. I. H. C. M. C. U. J. O. (2001). *Makers of Contemporary Islam*. Oxford University Press.
- Gonzalez, A. M., & Bello, L. (2002). The construct "lifestyle" in market segmentation. *European Journal of Marketing*.
- Gunawan, E. (2019). *PROSIDING THE 2ND INTERNATIONAL SEMINAR ON CONTEMPORARY ISLAMIC ISSUES: Contemporary Issues On Religion And Multiculturalism*. Manado: Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Manado.
- Hootman, R. C. (1992). *Manual on Descriptive Analysis Testing for Sensory Evaluation*. ASTM International.
- Hudd, E. (2020). *The Economic Impact of Covid-19*. ABDO Publishing Company.
- 'Izzatī, A. F., & Ezzati, A. (2002). *The Spread of Islam: The Contributing Factors*. Islamic College for Advanced Studies Press.
- Jahanbakhsh, F. (2001). *Islam, Democracy and Religious Modernism in Iran, 1953-2000: From Bāzargān to Soroush*. Brill.
- Kizilkaya, N. (2019). *Methodology of Islamic Economics: Problems and Solutions*. Taylor & Francis.
-

- Liow, J. C. (2009). *Islam, Education, and Reform in Southern Thailand: Tradition & Transformation*. Institute of Southeast Asian Studies.
- Madya, S., Renandya, W. A., Oda, M., Sukiyadi, D., Triastuti, A., Andriyanti, E., & P, N. H. P. S. (2019). *English Linguistics, Literature, and Language Teaching in a Changing Era: Proceedings of the 1st International Conference on English Linguistics, Literature, and Language Teaching (ICE3LT 2018), September 27-28, 2018, Yogyakarta, Indonesia*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=s5q4DwAAQBAJ>
- Marangos, J. (2013). *Consistency and Viability of Islamic Economic Systems and the Transition Process*. Palgrave Macmillan US.
- Maxwell, J. A. (2005). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. SAGE Publications.
- Melewar, T. C., & Alwi, S. F. S. (2017). *Islamic Marketing and Branding: Theory and Practice*. Taylor & Francis.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.
- Moore, K. (2008). *Freemasonry, Greek Philosophy, the Prince Hall Fraternity and the Egyptian (African) World Connection*. AuthorHouse.
- Nasr, S. V. R. (2001). *Islamic Leviathan: Islam and the Making of State Power*. Oxford University Press.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. MEDIA SAHABAT CENDEKIA.
- Oliver, S. (2004). *A Handbook of Corporate Communication and Public Relations*. Taylor & Francis.
- Petersen, M. J., & Kayaoglu, T. (2019). *The Organization of Islamic Cooperation and Human Rights*. University of Pennsylvania Press, Incorporated.
- Phillimore, J., & Goodson, L. (2004). *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies*. Routledge.
- Renard, J. (1998). *Windows on the House of Islam: Muslim Sources on Spirituality and Religious Life*. University of California Press.
- Riley, F. D. O., Singh, J., & Blankson, C. (2016). *The Routledge Companion to Contemporary Brand Management*. Taylor & Francis.
- Salvatore, A. (2016). *The Sociology of Islam: Knowledge, Power and Civility*. Wiley.
- Session, N. C. of S. W. (U. S. ). (1941). *Proceedings of the National Conference of Social Work at the ... Annual Session Held in ... The Conference*.
- Sharma, S. K., & Sharma, U. (2004). *Cultural and Religious Heritage of India: Islam*. Mittal Publications.
- Stacey, P. A. (2019). *ECRM 2019 18th European Conference on Research Methods in Business and Management*. Academic Conferences and Publishing Limited.
- Staples, B. (2013). *Transformational Strategy: Facilitation of Top Participatory Planning*. iUniverse.
- Trygu. (2020). *Studi Literatur Problem Based Learning untuk masalah Motivasi bagi siswa dalam Belajar Matematika*. Gunungsitoli: SPASI MEDIA.
- Ucan, A. D. (2019). *Improving the Pedagogy of Islamic Religious Education in Secondary Schools: The Role of Critical Religious Education and Variation Theory*. Taylor & Francis.
- Wankel, C. (2011). *Handbook of Research on Teaching Ethics in Business and Management Education*. Information Science Reference.
- Wilson, J. A. J. (2014). The halal phenomenon: an extension or a new paradigm? *Social Business*, 4(3), 255–271.