

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

INTERNALISASI NILAI-NILAI EKONOMI ISLAMI DALAM QS. ADZ-DZARIYAT AYAT 15–19 SERTA IMPLIKASINYA DALAM PEMBENTUKAN MOTIVASI DAN PERILAKU EKONOMI MASYARAKAT MUSLIM

Rissa Ajeng Nur Della¹, Ni'matul Izzah², Hidayatul Maulidia³ Churin In⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Wiranegara, Kota Pasuruan, Indonesia,

e-mail : rissaaajengnurdella@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis internalisasi nilai-nilai ekonomi Islami dalam QS. Adz-Dzariyat ayat 15–19 serta implikasinya terhadap pembentukan motivasi dan perilaku ekonomi masyarakat Muslim. Melalui pendekatan studi literatur, penelitian ini menganalisis makna ayat tersebut yang menekankan keseimbangan antara spiritualitas dan tanggung jawab sosial dalam kegiatan ekonomi. Nilai-nilai seperti keikhlasan, keadilan, dan kepedulian terhadap sesama menjadi fondasi dalam membentuk perilaku ekonomi yang beretika dan berkeadilan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa internalisasi nilai-nilai ekonomi Islami mampu mendorong masyarakat untuk berperilaku ekonomi secara berkelanjutan, berorientasi pada keberkahan, serta menjauhi praktik ekonomi yang merugikan pihak lain. Dengan demikian, nilai-nilai ekonomi yang terkandung dalam QS. Adz-Dzariyat ayat 15–19 tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif dalam membangun sistem ekonomi Islam yang berkeadilan dan humanis.

Kata Kunci: Motivasi ekonomi Islami, Ekonomi Islam, Nilai-nilai ekonomi Islami

ABSTRACT

This research aims to analyze the internalization of Islamic economic values in QS. Adz-Dzariyat verses 15–19 and its implications for the formation of motivation and economic behavior in Muslim society. Through a literature study approach, this research analyzes the meaning of the verses, which emphasize the balance between spirituality and social responsibility in economic activities. Values such as sincerity, justice, and concern for others serve as the foundation for forming ethical and just economic behavior. The results indicate that the internalization of Islamic economic values can encourage people to behave economically in a sustainable manner, oriented toward blessings, and to avoid economic practices that harm others. Thus, the economic values contained in QS. Adz-Dzariyat verses 15–19 are not only normative but also applicable in building a just and humanistic Islamic economic system.

Keywords: Islamic economic motivation, Islamic economics, Islamic economic values

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

1. PENDAHULUAN

Dalam dinamika ekonomi modern saat ini, masyarakat Muslim menghadapi tantangan serius dalam mengintegrasikan nilai-nilai spiritual ke dalam aktivitas ekonomi yang semakin dikuasai oleh sistem kapitalistik. Fenomena yang tampak adalah lemahnya penerapan nilai-nilai ekonomi Islami dalam perilaku ekonomi sehari-hari. Banyak umat Islam yang secara identitas beragama, namun praktik ekonominya masih cenderung konsumtif, individualistis, dan berorientasi pada keuntungan semata. Padahal, Al-Qur'an telah memberikan pedoman yang jelas mengenai perilaku ekonomi yang berkeadilan, jujur, dan berlandaskan kepedulian sosial. QS. Adz-Dzariyat ayat 15–19, misalnya, menegaskan pentingnya keikhlasan, kemurahan hati, serta tanggung jawab sosial sebagai wujud nyata ketakwaan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya jarak antara nilai-nilai ideal yang diajarkan Islam dengan realitas perilaku ekonomi masyarakat Muslim dewasa ini.

Kajian terdahulu mengenai ekonomi Islam umumnya masih berfokus pada konsep-konsep teoretis seperti keadilan, larangan riba, etika bisnis, dan distribusi kekayaan. Meskipun penting, penelitian-penelitian tersebut belum banyak mengulas bagaimana nilai-nilai Qur'ani benar-benar diinternalisasikan serta memengaruhi pola pikir dan motivasi ekonomi masyarakat Muslim secara praktis. Kajian yang secara eksplisit mengaitkan QS. Adz-Dzariyat ayat 15–19 dengan pembentukan perilaku dan motivasi ekonomi pun masih sangat terbatas. Kesenjangan ini menandakan perlunya penelitian yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga analitis dan aplikatif agar ajaran Al-Qur'an dapat dijadikan pedoman nyata dalam kehidupan ekonomi umat.

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah nilai-nilai ekonomi Islami yang terkandung dalam QS. Adz-Dzariyat ayat 15–19 serta menggambarkan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat dihayati dan diterapkan dalam kehidupan ekonomi masyarakat Muslim. Selain itu, penelitian ini berusaha menjelaskan implikasi dari internalisasi nilai-nilai tersebut terhadap pembentukan motivasi, etos kerja, dan perilaku ekonomi yang berlandaskan keadilan, tanggung jawab, serta spiritualitas Islam. Melalui pemahaman yang mendalam terhadap ayat-ayat tersebut, diharapkan muncul kesadaran bahwa kegiatan ekonomi tidak sekadar berkaitan dengan kepentingan duniawi, tetapi juga merupakan bagian dari pengabdian dan ibadah kepada Allah SWT.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang ekonomi Islam, khususnya terkait integrasi antara tafsir Al-Qur'an dan perilaku ekonomi. Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi masyarakat Muslim, lembaga pendidikan, serta pembuat kebijakan dalam mengimplementasikan nilai-nilai ekonomi Islami secara nyata dalam kehidupan sosial. Sementara secara sosial, penelitian ini diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran kolektif bahwa keseimbangan antara spiritualitas dan aktivitas ekonomi merupakan fondasi penting dalam mewujudkan kesejahteraan dan keadilan umat.

2. TELAAH TEORITIS

2.1 INTERNALISASI NILAI-NILAI EKONOMI ISLAM

Internalisasi nilai-nilai ekonomi Islami menjadi aspek penting dalam membentuk perilaku ekonomi masyarakat yang berkeadilan, beretika, dan berorientasi pada kemaslahatan umat. Nilai-nilai dasar seperti kejujuran (*shidq*), keadilan (*'adl*), amanah, larangan riba, dan tanggung jawab sosial merupakan fondasi utama dalam sistem ekonomi Islam (Heriyanto, 2024). Prinsip-prinsip tersebut tidak hanya dimaknai sebagai konsep normatif, tetapi perlu diinternalisasi agar menjadi bagian dari sikap dan tindakan dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Menurut Zainol Fata (2024), prinsip etika produksi dalam Islam menempatkan manusia sebagai khalifah yang bertanggung jawab untuk memaksimalkan manfaat dan menghindari bahaya dalam kegiatan ekonomi. Artinya, nilai-nilai tersebut bukan sekadar ajaran moral, melainkan sistem yang menuntun pada keseimbangan antara kepentingan duniawi dan ukhrawi.

Proses internalisasi nilai ekonomi Islami dipahami sebagai upaya menanamkan nilai-nilai Islam ke dalam sistem berpikir, motivasi, dan perilaku ekonomi individu maupun lembaga. Puji Lestari Ningsih dan Nafis Irkhani (2024) menegaskan bahwa etos kerja Islami sering kali belum menyatu secara nyata dalam praktik ekonomi, karena sebagian besar masyarakat masih memisahkan antara ibadah dan aktivitas ekonomi. Dalam konteks krisis ekonomi, Muqoffi dan Jamilul Islam (2021) juga membahas pentingnya internalisasi nilai-nilai Islam sebagai dasar untuk menjaga stabilitas ekonomi. Mereka menekankan bahwa ketika nilai-nilai seperti keadilan dan kepedulian sosial dihayati, maka krisis ekonomi dapat dihadapi dengan sikap saling menolong dan tanggung jawab moral terhadap sesama.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

Tantangan terbesar dalam internalisasi nilai-nilai ekonomi Islami adalah lemahnya kesadaran dan literasi ekonomi syariah di masyarakat. Budaya materialistik dan sistem ekonomi konvensional yang masih dominan membuat penerapan nilai-nilai Islami seringkali terpinggirkan. Imam Fachruddin dan Luthfi Pratama (2024) melalui kajiannya menyebutkan bahwa teori nilai dalam ekonomi Islam harus direkonstruksi berdasarkan prinsip *maqāsid asy-syarī'ah*, yaitu keadilan, kemaslahatan, dan keseimbangan, agar tidak hanya tunduk pada logika pasar semata. Sejalan dengan itu, Amaliatushalihah dan Ayuniyyah (2024) menjelaskan bahwa penerapan nilai-nilai seperti profesionalisme, amanah, dan transparansi dalam mekanisme pasar dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap sistem ekonomi syariah.

Untuk memperkuat internalisasi nilai-nilai ekonomi Islami, berbagai penelitian menekankan pentingnya pendidikan nilai, pelatihan etika bisnis Islami, serta penguatan regulasi dan kelembagaan syariah. Ishma Nurhasanah dan Malahayatie (2024) menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai syariah dalam etika bisnis Islam mampu meningkatkan motivasi kerja dan tanggung jawab sosial pelaku usaha. Dengan demikian, internalisasi nilai-nilai ekonomi Islami tidak hanya berimplikasi pada pembentukan moral individu, tetapi juga berdampak positif terhadap kinerja ekonomi, terutama pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Apabila nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan amanah terimplementasi secara konsisten, maka sistem ekonomi syariah di Indonesia dapat berkembang lebih berkelanjutan dan berkeadilan sosial.

2.2 QS. Adz-Dzariyat Ayat 15–19 dan Implikasinya

QS. Adz-Dzariyat ayat 15–19 mengandung nilai-nilai teologis serta sosial-ekonomi yang mendalam dalam pembentukan perilaku dan motivasi ekonomi masyarakat Muslim. Ayat 15 menyatakan: “*Sesungguhnya orang-orang yang bertakwa berada dalam taman-taman (surga) dan mata air.*” Ayat ini menggambarkan balasan bagi mereka yang menjaga ketakwaan sebagai bentuk kesadaran spiritual dan etika dalam kehidupan (Kementerian Agama RI, 2016). Nilai ketakwaan tersebut menjadi dasar moral bahwa perilaku ekonomi seorang Muslim tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi, tetapi juga diarahkan kepada keberkahan dan kebahagiaan akhirat. Ketakwaan di sini tidak hanya bermakna ibadah ritual, melainkan juga kesadaran dalam menjalankan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan syariah dan berkeadilan sosial.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

Selanjutnya, ayat 16 menjelaskan bahwa mereka yang mendapat balasan itu *“sebelumnya telah berbuat kebaikan,”* menunjukkan adanya hubungan langsung antara amal saleh dan kesejahteraan spiritual. Dalam konteks ekonomi Islam, hal ini mengajarkan bahwa kerja keras, kejujuran, dan tanggung jawab sosial merupakan bentuk amal baik yang memiliki nilai ibadah (Tafsir Al-Qur’an, 2021). Nilai-nilai ini menjadi dasar bagi pengembangan etika bisnis syariah yang menekankan prinsip keadilan dan kejujuran. Dengan demikian, perilaku ekonomi masyarakat Muslim hendaknya berorientasi pada kebermanfaatannya, bukan hanya pada akumulasi kekayaan pribadi.

Ayat 17–18 menyoroiti aspek spiritual berupa kedisiplinan dan kesadaran diri: *“Mereka sedikit sekali tidur pada waktu malam, dan di akhir malam mereka memohon ampun.”* Ayat ini menggambarkan karakter orang bertakwa yang memiliki kontrol diri dan kesadaran spiritual tinggi (Learn-Quran Tafsir, 2024). Nilai ini dapat diinternalisasi dalam dunia ekonomi modern sebagai bentuk etos kerja, tanggung jawab, dan refleksi diri. Seorang pelaku usaha yang memiliki disiplin spiritual cenderung lebih jujur, tekun, dan tidak mudah tergoda oleh praktik ekonomi yang menyimpang. Dalam konteks ekonomi Islam, spiritualitas bukan hanya terkait ibadah ritual, tetapi juga menjadi energi moral dalam menjaga integritas dan profesionalisme.

Ayat 19 menegaskan prinsip sosial-ekonomi inti dalam ekonomi Islam: *“Dan pada harta mereka terdapat hak untuk orang yang meminta dan orang yang tidak meminta.”* Prinsip ini menegaskan bahwa dalam harta seseorang terdapat hak sosial yang wajib ditunaikan, seperti zakat, infak, dan sedekah (Quran NU Online, 2025). Ayat ini menjadi dasar konseptual bagi distribusi kekayaan dan keadilan sosial dalam sistem ekonomi Islam. Penerapan nilai ini sangat relevan dalam konteks modern, khususnya dalam pengembangan literasi bisnis syariah, di mana pelaku ekonomi diharapkan tidak hanya fokus pada laba, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan kesejahteraan umat. Dengan demikian, QS. Adz-Dzariyat ayat 15–19 memberikan fondasi spiritual, moral, dan sosial dalam membentuk perilaku ekonomi masyarakat Muslim yang berorientasi pada keberkahan dan keadilan.

2.3 Pembentukan Motivasi dan Perilaku Ekonomi Masyarakat Muslim

Motivasi ekonomi dalam perspektif Islam tidak hanya bersumber dari dorongan material, tetapi juga dari nilai-nilai spiritual dan moral yang menjadi dasar perilaku manusia.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

Menurut Syauqi, Anshori, dan Mawardi (2023), faktor religiositas, pemahaman zakat, serta kebijakan pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap semangat masyarakat Muslim dalam melaksanakan aktivitas ekonomi sesuai prinsip syariah. Dalam hal ini, motivasi berfungsi sebagai kekuatan internal yang mengarahkan individu untuk bertindak sesuai nilai-nilai ekonomi Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Tingginya tingkat religiositas dan pemahaman terhadap ajaran ekonomi Islam akan memperkuat dorongan seseorang untuk beraktivitas ekonomi yang bernilai ibadah.

Perilaku ekonomi masyarakat Muslim merupakan wujud nyata dari motivasi yang dimiliki. Perilaku ini tampak pada cara individu membuat keputusan dalam hal konsumsi, investasi, dan pengelolaan keuangan dengan mempertimbangkan aspek halal, keberkahan, dan manfaat sosial. Penelitian oleh Rezky dan Kafabih (2025) menunjukkan bahwa promosi di platform e-commerce dapat memicu perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Muslim, namun nilai-nilai keislaman seperti sedekah mampu mengendalikan perilaku impulsif tersebut. Temuan ini menggambarkan bahwa perilaku ekonomi umat Islam tidak hanya ditentukan oleh rasionalitas ekonomi, tetapi juga oleh landasan moral dan spiritual yang membentuk kesadaran ekonomi berbasis nilai.

Selain faktor religiositas, literasi ekonomi Islam juga berperan penting dalam membentuk perilaku ekonomi masyarakat Muslim. Menurut Muninggar, Taqiyyuddin, dan Haq (2025), tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi dapat memperkuat sikap dan norma sosial yang berpengaruh terhadap perilaku ekonomi sesuai syariat. Pemahaman terhadap sistem keuangan Islam mampu mendorong individu untuk mengatur keuangan secara bijak demi mencapai tujuan *maqāṣid asy-syarī'ah*, yaitu kemaslahatan hidup. Penelitian lain oleh Novia, Noor, dan Ekawaty (2024) menegaskan bahwa pendapatan dan motivasi ekonomi memiliki pengaruh besar terhadap perilaku pedagang dalam menunaikan zakat perdagangan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku ekonomi masyarakat Muslim merupakan hasil sinergi antara dorongan spiritual dan kondisi ekonomi yang bersifat praktis.

Hidayat, Ramadhani, dan Huda (2023) juga menekankan bahwa perilaku ekonomi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari aspek etika dan spiritualitas. Ekonomi Islam tidak mengenal konsep “manusia ekonomi” yang hanya mengejar keuntungan pribadi, melainkan menempatkan manusia sebagai makhluk sosial yang bertanggung jawab terhadap kesejahteraan bersama. Oleh sebab itu, perilaku ekonomi masyarakat Muslim seharusnya

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

mencerminkan nilai tauhid, keadilan, serta keseimbangan antara kepentingan dunia dan akhirat. Dalam kerangka ini, kegiatan ekonomi tidak hanya dipandang sebagai aktivitas duniawi semata, tetapi juga sebagai bentuk ibadah sosial yang mengandung nilai moral dan kemanusiaan.

Dari berbagai hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pembentukan motivasi dan perilaku ekonomi masyarakat Muslim merupakan hasil interaksi antara faktor internal, seperti religiositas, niat, dan pengetahuan, dengan faktor eksternal seperti lingkungan sosial, kebijakan pemerintah, dan kondisi ekonomi. Meskipun sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan religiositas dan literasi terhadap perilaku ekonomi, namun masih terdapat kekosongan kajian yang membahas aspek motivasional secara mendalam, terutama di kalangan masyarakat Muslim secara umum. Selain itu, penelitian jangka panjang mengenai perubahan motivasi dan perilaku ekonomi dari waktu ke waktu juga masih terbatas. Oleh karena itu, kajian mengenai pembentukan motivasi dan perilaku ekonomi masyarakat Muslim menjadi penting untuk memahami dinamika ekonomi berbasis nilai spiritual dan sosial dalam kehidupan modern.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur (*library research*), yaitu dengan mengumpulkan, menganalisis, dan mensintesis berbagai sumber tertulis yang relevan seperti buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, serta literatur lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap konsep-konsep utama, teori, serta temuan empiris yang berhubungan dengan ekonomi Islam, khususnya dalam konteks pembentukan motivasi dan perilaku ekonomi masyarakat Muslim.

Menurut Sugiyono (2020), studi literatur berfungsi untuk menemukan landasan teori yang kuat serta mengidentifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*) yang dapat dijadikan dasar analisis. Dengan demikian, metode ini membantu peneliti membangun argumentasi ilmiah yang sistematis dan komprehensif berdasarkan hasil kajian dari berbagai sumber akademik terbaru.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian terhadap berbagai literatur menunjukkan bahwa internalisasi nilai-nilai ekonomi Islami memiliki peranan penting dalam membentuk pola pikir, motivasi, dan perilaku ekonomi masyarakat Muslim yang berkeadilan dan berorientasi pada kemaslahatan sosial. Proses internalisasi ini berjalan melalui tiga aspek utama, yaitu pengetahuan, kesadaran, dan implementasi. Pada aspek pengetahuan, masyarakat mulai mengenal prinsip-prinsip ekonomi Islam seperti kejujuran (*shidq*), keadilan (*'adl*), amanah, larangan riba, serta tanggung jawab sosial. Namun, penelitian terbaru menunjukkan bahwa pengenalan nilai-nilai tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan penghayatan yang mendalam. Nafiah (2022) menjelaskan bahwa internalisasi nilai ekonomi Islam di Indonesia masih berada pada tahap konseptual, di mana masyarakat memahami nilai-nilainya secara normatif tetapi belum sepenuhnya menjadikannya pedoman dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Artinya, terdapat kesenjangan antara kesadaran ideal dan perilaku aktual dalam konteks ekonomi syariah. Pada aspek kesadaran, proses internalisasi sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:

4.1 Faktor Religiusitas

Religiusitas merupakan faktor penting yang memengaruhi perilaku ekonomi seseorang, khususnya dalam konteks ekonomi syariah. Religiusitas dapat diartikan sebagai tingkat keimanan dan pengamalan seseorang terhadap ajaran agama yang diyakininya. Dalam konteks ekonomi Islam, religiusitas mendorong individu untuk menjalankan aktivitas ekonomi sesuai dengan prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, dan larangan riba. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar pula kecenderungannya untuk berperilaku ekonomi sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti memilih produk keuangan syariah atau menghindari transaksi yang tidak halal (Huda & Nasution, 2021). Nilai-nilai religius ini berperan sebagai kontrol internal yang membentuk etika dan motivasi dalam aktivitas ekonomi, sehingga menciptakan keseimbangan antara tujuan material dan spiritual (Suryani & Hidayat, 2022).

4.2 Faktor literasi ekonomi syariah

Literasi ekonomi syariah merupakan faktor yang tidak kalah penting dalam mendukung praktik ekonomi Islam di masyarakat. Literasi ekonomi syariah mencakup

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

pemahaman individu terhadap prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam, produk keuangan syariah, serta kemampuan dalam mengelola keuangan berdasarkan nilai-nilai syariah (Rahmawati & Lubis, 2023). Individu dengan tingkat literasi ekonomi syariah yang tinggi akan lebih mudah memahami manfaat sistem ekonomi Islam, seperti bagi hasil, zakat, dan larangan riba, serta mampu menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari (Alfiana, 2021). Literasi yang baik juga menjadi fondasi bagi peningkatan kesadaran ekonomi umat dan pengembangan sektor keuangan syariah secara berkelanjutan (Putri & Kurniawan, 2024).

Semakin tinggi tingkat religiositas individu, semakin besar pula dorongan moral untuk berperilaku sesuai nilai-nilai Islam dalam ekonomi. Penelitian Muningsar, Taqiyuddin, dan Haq (2025) menunjukkan bahwa literasi ekonomi syariah memiliki korelasi positif dengan perilaku ekonomi yang sesuai syariat. Individu yang memahami mekanisme keuangan syariah cenderung lebih berhati-hati dalam memilih sumber pendapatan, pola konsumsi, serta cara mengelola harta agar tidak bertentangan dengan prinsip halal dan keadilan. Namun, hasil penelitian yang sama juga mengungkap bahwa tingkat literasi syariah masyarakat Indonesia masih rendah, terutama pada sektor UMKM, sehingga penerapan nilai-nilai ekonomi Islami sering kali terhambat oleh keterbatasan pengetahuan dan pemahaman praktis terhadap sistem keuangan Islam.

Dalam konteks implementasi, internalisasi nilai ekonomi Islami menuntut keterlibatan aktif antara individu, lembaga, dan sistem sosial. Penelitian Mubarak dan Al Ghifari (2025) menekankan pentingnya integrasi nilai-nilai syariah ke dalam kurikulum pendidikan ekonomi agar pembentukan etika bisnis Islam tidak berhenti pada tataran teori. Pendidikan yang menanamkan nilai seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial sejak dini terbukti dapat membentuk etos kerja Islami yang berorientasi pada keberkahan dan keadilan. Dalam tataran institusional, ada beberapa hal yang berperan penting dalam membangun ekosistem ekonomi yang mendorong penerapan nilai-nilai Islam, diantaranya:

4.3 Lembaga keuangan syariah

Lembaga keuangan syariah (LKS) memiliki peran strategis sebagai penggerak utama dalam membangun ekosistem ekonomi Islam yang berkeadilan dan beretika. Melalui penerapan prinsip-prinsip syariah seperti *bagi hasil (mudharabah dan musyarakah)*, akad jual beli (*murabahah*), dan larangan riba, LKS tidak hanya berfungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan, tetapi juga menjadi instrumen dalam pemerataan kesejahteraan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

masyarakat. Menurut Huda dan Rahayu (2022), lembaga keuangan syariah berkontribusi dalam menciptakan stabilitas ekonomi dan mendorong kegiatan produktif yang sesuai dengan nilai-nilai keadilan sosial serta etika bisnis Islam. Selain itu, LKS juga berperan dalam meningkatkan literasi keuangan syariah melalui edukasi masyarakat tentang pentingnya transaksi halal dan transparan, sehingga memperkuat kesadaran ekonomi umat (Fathoni & Hidayat, 2021).

4.4 Pelaku bisnis berbasis syariah

Pelaku bisnis berbasis syariah berperan sebagai implementator nilai-nilai Islam dalam sektor riil. Mereka menjadi bagian penting dalam memastikan aktivitas ekonomi berjalan sesuai prinsip *halal*, *thayyib*, dan berkeadilan. Bisnis syariah tidak hanya mengejar keuntungan (*profit-oriented*), tetapi juga mengedepankan tanggung jawab sosial (*social-oriented*) dan keberlanjutan (*sustainability*). Menurut Ramadhan dan Yusuf (2023), pelaku bisnis syariah memiliki tanggung jawab moral untuk menjaga kehalalan produk, kejujuran dalam transaksi, serta kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar. Dengan demikian, sinergi antara lembaga keuangan syariah dan pelaku bisnis berbasis syariah membentuk ekosistem ekonomi Islam yang inklusif, adil, dan berkelanjutan, yang pada akhirnya mampu memperkuat struktur ekonomi nasional berbasis nilai-nilai Islam. Ishma Nurhasanah dan Malahayatie (2024) menunjukkan bahwa pelaku usaha yang menerapkan prinsip syariah seperti transparansi dan profesionalisme memiliki tingkat kepercayaan publik lebih tinggi dan kinerja ekonomi yang lebih stabil dibanding pelaku usaha konvensional. Hal ini membuktikan bahwa internalisasi nilai Islami tidak hanya berimplikasi pada aspek moral, tetapi juga berdampak positif terhadap produktivitas dan keberlanjutan usaha.

Namun, dalam implementasinya, masih terdapat hambatan struktural dan kultural. Budaya materialistik serta orientasi ekonomi konvensional yang menekankan pada akumulasi laba sering kali menjadi tantangan utama. Sebagian masyarakat masih memisahkan antara urusan ibadah dan aktivitas ekonomi, sehingga nilai-nilai spiritual seperti amanah dan keadilan belum sepenuhnya dihayati dalam pengambilan keputusan ekonomi. Menurut Imam Fachruddin dan Luthfi Pratama (2024), sistem ekonomi Islam harus direkonstruksi berdasarkan prinsip *maqashid syariah* yakni keadilan, kemaslahatan, dan keseimbangan agar tidak terjebak pada logika pasar semata. Jika nilai tersebut

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

diterapkan, maka orientasi ekonomi tidak hanya mengejar pertumbuhan finansial, tetapi juga menciptakan kesejahteraan sosial dan keberkahan bagi seluruh umat.

Implikasi dari keberhasilan internalisasi nilai-nilai ekonomi Islami terhadap motivasi dan perilaku ekonomi masyarakat Muslim sangat signifikan. Ketika nilai spiritual seperti ketakwaan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial tertanam kuat, motivasi ekonomi tidak lagi semata didorong oleh keuntungan material, melainkan juga oleh dorongan ibadah dan kemaslahatan umat. Hal ini sejalan dengan temuan Syauqi, Anshori, dan Mawardi (2023) yang menegaskan bahwa faktor religiositas dan pemahaman zakat berpengaruh terhadap semangat masyarakat dalam menjalankan aktivitas ekonomi syariah.

Perilaku ekonomi masyarakat Muslim pun cenderung mencerminkan keseimbangan antara kepentingan individu dan sosial, sebagaimana nilai-nilai dalam QS. Adz-Dzariyat ayat 15–19 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي جَنَّاتٍ وَعُيُونٍ ﴿١٥﴾ اخذِينَ مَا اتَّهَمُوا رَبَّهُمْ إِنْهُمْ كَانُوا قَبْلَ ذَلِكَ مُحْسِنِينَ ﴿١٦﴾ كَانُوا قَلِيلًا مِّنَ الْآلِ مَا يَهْجَعُونَ ﴿١٧﴾ وَبِالْأَسْحَارِ هُمْ يَسْتَعْفِفُونَ ﴿١٨﴾ وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ ﴿١٩﴾

Ayat diatas menekankan pentingnya amal shaleh, tanggung jawab sosial, dan kesadaran spiritual dalam kehidupan ekonomi. Nilai dalam ayat 19, “Dan pada harta mereka terdapat hak untuk orang yang meminta dan orang yang tidak meminta,” menjadi dasar konseptual bagi munculnya perilaku ekonomi yang inklusif, adil, dan berorientasi sosial.

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin kuat internalisasi nilai ekonomi Islami, semakin tinggi pula tingkat integritas, profesionalisme, dan etos kerja dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Sebaliknya, lemahnya internalisasi berakibat pada perilaku ekonomi yang pragmatis dan konsumtif. Oleh karena itu, strategi internalisasi harus diperkuat melalui pendidikan nilai, pembinaan lembaga ekonomi syariah, dan regulasi pemerintah yang mendukung penerapan prinsip-prinsip Islam dalam sistem ekonomi nasional. Menerapkan langkah-langkah tersebut, menjadikan sistem ekonomi Islam di Indonesia memiliki potensi berkembang menjadi tatanan yang berkeadilan, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan umat.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

5. SIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa internalisasi nilai-nilai ekonomi Islami merupakan fondasi utama dalam membentuk motivasi, etos kerja, dan perilaku ekonomi masyarakat Muslim yang berkeadilan, beretika, serta berorientasi pada kemaslahatan sosial. Nilai-nilai dasar seperti kejujuran (*shidq*), keadilan (*'adl*), amanah, larangan riba, dan tanggung jawab sosial bukan sekadar konsep normatif, tetapi harus dihayati dan diterapkan dalam setiap aspek kegiatan ekonomi. QS. Adz-Dzariyat ayat 15–19 menjadi pedoman spiritual yang menekankan pentingnya ketakwaan, keikhlasan, amal saleh, dan kepedulian terhadap sesama sebagai prinsip dasar dalam membangun perilaku ekonomi yang bernilai ibadah dan berorientasi sosial.

Hasil kajian menunjukkan bahwa dua faktor utama yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan internalisasi nilai-nilai ekonomi Islam adalah religiositas dan literasi ekonomi syariah. Religiusitas membentuk kesadaran moral dan spiritual dalam aktivitas ekonomi, sedangkan literasi ekonomi syariah meningkatkan kemampuan masyarakat memahami dan menerapkan prinsip-prinsip keuangan Islam secara praktis. Keduanya saling melengkapi dalam membangun perilaku ekonomi yang selaras dengan *maqashid syariah* yaitu keadilan, kemaslahatan, dan keseimbangan antara kepentingan duniawi dan ukhrawi.

Selain faktor individu, lembaga keuangan syariah dan pelaku bisnis berbasis syariah memiliki peran strategis dalam memperkuat ekosistem ekonomi Islam. Melalui penerapan akad-akad syariah, transparansi, serta tanggung jawab sosial, kedua pihak tersebut tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, tetapi juga menanamkan nilai spiritual dalam praktik bisnis modern. Namun demikian, masih terdapat tantangan berupa rendahnya literasi syariah, dominasi sistem ekonomi konvensional, serta budaya materialistik yang memisahkan antara ibadah dan kegiatan ekonomi.

Dengan demikian, untuk membangun sistem ekonomi Islam yang kokoh dan berkeadilan, diperlukan strategi penguatan internalisasi nilai melalui pendidikan karakter ekonomi Islami, regulasi pemerintah yang berpihak pada ekonomi syariah, dan kolaborasi lintas sektor. Ketika nilai-nilai spiritual benar-benar tertanam dalam kesadaran ekonomi umat, maka kegiatan ekonomi tidak lagi sekadar alat mencapai keuntungan, melainkan menjadi bentuk ibadah sosial yang menciptakan keberkahan, kesejahteraan, dan keadilan bagi seluruh masyarakat.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

6. DAFTAR PUSTAKA

- Alfi, C. F., Syed Yusuf, S. N., & et al. (2022). Religiosity and saving behavior: A preliminary investigation among Muslim students in Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 8(1), 25–48.
- Alfiana, N. (2021). Analisis pengaruh religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 115–126.
- Amaliatushalihah, L., & Ayuniyyah, Q. (2024). Mekanisme pasar dalam Islam. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 4(3), 285–296. <https://doi.org/10.32832/djip-uika.v4i3.16774>
- Fachruddin, I., & Pratama, L. (2024). Rekonstruksi teori nilai dalam ekonomi Islam berbasis maqashid syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 6(1), 45–58.
- Fata, Z. (2024). Analisis etika produksi Islami: Tinjauan prinsip-prinsip dan praktik produksi berdasarkan nilai-nilai Islami. *Islamic Economics And Finance Journal*, 2(2), 75-86. <https://doi.org/10.62005/iseco.v2i2.90>
- Hidayat, M. R., Ramadhani, I., & Huda, N. (2023). Konstruksi teori dan etika konsumsi Islami sebagai manifestasi pemikiran ekonomi Monzer Kahf. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2461–2469.
- Huda, N., & Rahayu, S. (2022). Lembaga keuangan syariah dan pembangunan ekonomi berkeadilan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 9(1), 12–25.
- Learn-Quran Tafsir. (2024). *Tafsir Surat Adz-Dzariyat Ayat 16–18*. Diakses dari <https://tafsir.learn-quran.co.id>
- Lestari Ningsih, P., & Irkhani, N. (2024). Internalisasi etos kerja Islam: Perspektif aktualisasi iman. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Muninggar, S., Taqiyyuddin, M., & Haq, F. (2025). Literasi keuangan syariah dan pengaruhnya terhadap perilaku ekonomi Muslim. *Jurnal Ekonomi Islam Kontemporer*, 3(2), 101–114.
- Nafiah, N. (2022). Internalisasi nilai ekonomi Islam sebagai ekosistem ekonomi yang adil di Indonesia. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 4(1), 15–28.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>

- Novia, N., Noor, I., & Ekawaty, M. (2024). An analysis on traders' income and economic motivation toward their behavior in paying zakat commercial. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 16(1).
- Nurhasanah, I., & Malahayatie. (2024). Integrasi nilai-nilai syariah dalam etika bisnis Islam. *Al Hisab: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2). <https://doi.org/10.59755/alhisab.v5i2.390>
- Putri, A., & Kurniawan, R. (2024). Peran literasi ekonomi syariah dalam penguatan perilaku konsumen Muslim di era digital. *Jurnal Keuangan Syariah*, 12(1), 55–67.
- Quran NU Online. (2025). *Tafsir Surat Adz-Dzariyat Ayat 15–19*. Diakses dari <https://quran.nu.or.id>
- Rezky, R., & Kafabih, A. (2025). The moderating role of Islamic values on impulse buying in e-commerce promotions: Case of Muslim students in Semarang. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syauqi, M., Anshori, M., & Mawardi, I. (2023). Motivation to paying zakat: The role of religiosity, zakat literacy, and government regulations. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 6(2), 232–246.
- Tafsir Al-Qur'an. (2021). *Tafsir Surat Adz-Dzariyat Ayat 17–19: Amalan orang yang bertakwa*. Diakses dari <https://tafsiralquran.id>