Journal of Islamic Economics and Business Perspectives
Vol. 2 No. 1, August 2026, pp. 12-23
E-ISSN: 3123-5182

Received: 14 March 2026
Revised: 23 May 2026
Accepted: 25 July 2026
Published: 31 August 2026

Islamic Social Entrepreneurship: Etika Kerja Islam sebagai Modal Sosial dalam Meningkatkan Kinerja Entrepeneur Muslim di Era Bisnis Internasional

Ahmad Saef Alfath

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Shiddiq Jember
Email: saef@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis peran Etika Kerja Islam (EKI) sebagai bentuk modal sosial fundamental dalam meningkatkan kinerja wirausaha Muslim di tengah dinamika bisnis internasional yang semakin kompetitif dan kompleks. Penelitian ini menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) untuk mengonstruksi kerangka teoritis yang komprehensif mengenai peran EKI sebagai modal sosial, dengan menelaah berbagai studi empiris dan konseptual yang relevan. Kajian ini mengeksplorasi bagaimana integrasi nilai-nilai teologis Islam ke dalam praktik kewirausahaan sosial dan bisnis modern mampu menciptakan dampak ekonomi sekaligus sosial yang berkelanjutan.Hasil analisis menunjukkan bahwa prinsip-prinsip utama EKI seperti amanah, shiddiq, fathanah, dan tabligh berfungsi sebagai instrumen strategis yang memperkuat kepercayaan (trust), reputasi, dan jaringan kerja (networking) dalam konteks pasar global. Modal sosial berbasis etika ini secara konseptual terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, kualitas tata kelola usaha, serta ketahanan bisnis dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi global melalui orientasi pada kemaslahatan publik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Etika Kerja Islam merupakan modal non-material yang memiliki potensi signifikan dalam mentransformasi nilai-nilai spiritual menjadi keunggulan kompetitif yang unik dan berkelanjutan bagi entrepreneur Muslim di era globalisasi.

Kata Kunci: *Etika Kerja Islam; Modal Sosial; Kewirausahaan Muslim; Kinerja Wirausaha; Bisnis Global*

Abstract

This study examines the role of Islamic Work Ethics (IWE) as a fundamental form of social capital in enhancing the performance of Muslim entrepreneurs amid the increasingly competitive dynamics of international business. Employing a Systematic Literature Review (SLR) approach, this research constructs a comprehensive theoretical framework by synthesizing relevant empirical and conceptual studies that discuss Islamic ethical values in entrepreneurial practices. The study explores how the integration of theological values into social and business entrepreneurship practices can generate sustainable economic and social impacts.The findings indicate that core principles of IWE such as amanah (trustworthiness), shiddiq (truthfulness), fathanah (wisdom), and tabligh (effective communication) function as strategic instruments in strengthening trust, reputation, and networking within global markets. Ethical-based social capital is conceptually shown to enhance operational efficiency, improve governance quality, and increase business resilience through an orientation toward public welfare (maslahah). This study concludes that Islamic Work Ethics constitute a non-material capital capable of transforming spiritual values into a distinct and sustainable competitive advantage for Muslim entrepreneurs in the era of globalization.

Keywords: *Islamic Work Ethics; Social Capital; Muslim Entrepreneurs; Business Performance; Globalization*

PENDAHULUAN

Globalisasi ekonomi telah membawa perubahan fundamental pada lanskap bisnis internasional, di mana batas-batas geografis semakin kabur dan arus barang, jasa, modal, serta informasi bergerak lintas negara dengan intensitas yang tinggi. Dalam konteks ini, pola persaingan bisnis tidak lagi semata-mata bertumpu pada keunggulan komparatif berbasis sumber daya alam, melainkan telah bergeser menuju keunggulan kompetitif yang berakar pada pengetahuan, inovasi, kualitas sumber daya manusia, serta nilai-nilai institusional yang menopang perilaku ekonomi. Transformasi ini menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya adaptif terhadap perubahan pasar global, tetapi juga mampu membangun fondasi etis dan sosial yang kuat sebagai sumber daya strategis dalam mempertahankan keberlanjutan dan daya saing bisnis. (Kurjono et al., 2025). Dalam ekosistem bisnis global yang semakin fluktuatif dan sarat dengan ketidakpastian ini, para pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya memiliki ketangkasan finansial dan kemampuan manajerial, tetapi juga integritas moral dan etika bisnis yang kokoh. Integritas tersebut menjadi elemen krusial dalam membangun kepercayaan pemangku kepentingan, menjaga reputasi usaha, serta memastikan keberlanjutan bisnis jangka panjang di tengah dinamika persaingan yang semakin kompleks dan multidimensional. (Andani et al., 2024). Bagi pengusaha Muslim yang beroperasi di panggung bisnis internasional, tantangan yang dihadapi menjadi berlipat ganda. Di satu sisi, mereka dituntut untuk mampu menavigasi kompleksitas regulasi global, standar tata kelola internasional, serta dinamika pasar lintas budaya yang beragam (Latief et al., 2024). Di sisi lain, mereka juga harus menjaga konsistensi dan komitmen terhadap nilai-nilai Syariah yang menjadi landasan moral dan spiritual dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan (Shafa & Sudrajat, 2024). Ketegangan antara tuntutan efisiensi global dan kepatuhan etis ini menempatkan pengusaha Muslim pada posisi strategis yang menuntut keseimbangan antara rasionalitas ekonomi dan integritas nilai. (Hendrianto et al., 2024). Dalam konteks inilah konsep Kewirausahaan Sosial Islam (Islamic Social Entrepreneurship) muncul sebagai paradigma alternatif yang menawarkan pendekatan komprehensif terhadap berbagai persoalan ekonomi kontemporer. ISE tidak hanya berorientasi pada penciptaan nilai ekonomi, tetapi juga diarahkan untuk merespons kegagalan pasar dan ketimpangan sosial melalui praktik bisnis yang berlandaskan nilai-nilai etis dan spiritual Islam (Alserhan, 2020). Dengan berorientasi pada Maqasid al-Shariaseperti perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta ISE menempatkan aktivitas kewirausahaan sebagai instrumen strategis untuk mewujudkan keadilan sosial, kesejahteraan kolektif, dan pembangunan berkelanjutan.

Secara teoretis, kinerja kewirausahaan selama ini kerap dikaitkan dengan kepemilikan berbagai bentuk modal, terutama modal finansial dan modal fisik, sebagai prasyarat utama keberhasilan usaha (Latief et al., 2024). Namun demikian, perkembangan literatur kontemporer dalam bidang kewirausahaan dan ekonomi institusional menunjukkan pergeseran fokus yang signifikan dengan menempatkan Modal Sosial sebagai salah satu determinan kunci dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan bisnis (Lestari et al., 2022). Modal sosial, yang tercermin dalam jaringan relasi, kepercayaan, norma, dan nilai bersama, dipandang mampu memperkuat

koordinasi, menurunkan biaya transaksi, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. (Fathoni & Rohim, 2019). Pierre Bourdieu dan Robert Putnam mendefinisikan modal sosial sebagai jaringan, norma, dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi serta kerja sama untuk keuntungan bersama (Syafitri et al., 2024) Dalam konteks Islam, konsep modal sosial mengalami perluasan konseptual melalui integrasi Etika Kerja Islam (Islamic Work Ethics/IWE) sebagai fondasi normatif dalam aktivitas ekonomi. IWE tidak sekadar dipahami sebagai kumpulan ritual atau doktrin keagamaan, melainkan sebagai kerangka aksiologis yang menginternalisasi nilai-nilai shiddiq (kebenaran), amanah (integritas), tabligh (transparansi dan komunikasi yang efektif), serta fathanah (profesionalisme dan kebijaksanaan) (Maksum & Kamaludin, 2023). Nilai-nilai tersebut berfungsi sebagai *social glue* atau "perekat sosial" yang mampu menumbuhkan kepercayaan, memperkuat kohesi relasional, serta menurunkan biaya transaksi melalui terciptanya hubungan bisnis yang lebih kooperatif dan berkelanjutan. Dalam konteks bisnis internasional, modal sosial berbasis etika ini menjadi instrumen strategis dalam menjembatani perbedaan budaya dan meningkatkan kualitas interaksi antara mitra usaha lintas negara. (Kurjono et al., 2025).

Studi mengenai Etika Kerja Islam sebagai bentuk modal sosial menjadi sangat krusial, terutama untuk merespons persepsi dikotomis yang kerap memisahkan antara kesalehan individual dan profesionalisme bisnis (Santoso, 2023). Dikotomi ini menyebabkan praktik keagamaan sering dipandang sebagai ranah privat yang terlepas dari rasionalitas ekonomi. Banyak penelitian konvensional cenderung mengabaikan dimensi spiritual sebagai faktor penggerak aktivitas ekonomi, padahal bagi pengusaha Muslim, motivasi kerja tidak semata-mata berorientasi pada pencapaian material (Suhaimi Mhd Sarif et al., 2015). Sebaliknya, etos kerja berakar kuat pada konsep ibadah, yang memaknai aktivitas ekonomi sebagai bentuk pengabdian kepada Tuhan, serta konsep khalifah, yang menempatkan manusia sebagai pemimpin dan pengelola bumi dengan tanggung jawab moral dan sosial. Integrasi nilai-nilai spiritual ini menjadikan Etika Kerja Islam sebagai sumber daya normatif yang berpotensi membentuk perilaku kewirausahaan yang etis, produktif, dan berorientasi pada keberlanjutan (S. Rahim & Mohd Yusop, 2023). Ketika nilai-nilai etika tersebut diinternalisasi secara konsisten dalam praktik kewirausahaan, nilai-nilai tersebut bertransformasi menjadi aset strategis yang bernilai tinggi. Internalitas etika ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan citra dan reputasi merek, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan serta membangun soliditas internal organisasi melalui meningkatnya kepercayaan, komitmen, dan kohesi antaranggota (Sundari & Hanafi, 2023)(Andiani & Prasetyo, 2020). Dengan demikian, etika tidak lagi diposisikan sebagai beban normatif, melainkan sebagai sumber keunggulan kompetitif yang mampu menopang kinerja dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. (Cannon & Galdón, 2024). Di era bisnis internasional di mana etika bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*CSR*) telah menjadi arus utama, prinsip-prinsip Kewirausahaan Sosial Islam yang memprioritaskan keadilan distributif dan kesejahteraan sosial memberikan keunggulan kompetitif yang unik dan autentik (Anisa et al., 2024).

Meskipun hubungan antara etika dan kinerja sering kali tampak linear dalam kerangka teoretis, implementasi praktisnya di bawah tekanan pasar global yang kompetitif kerap

menghadapi berbagai hambatan struktural, institusional, dan persepsional. Tantangan tersebut mencakup konflik antara tuntutan efisiensi ekonomi jangka pendek dan komitmen terhadap nilai-nilai etis yang bersifat normatif. Selain itu, masih terdapat kesenjangan dalam literatur terkait mekanisme spesifik bagaimana Islamic Work Ethics (IWE) berfungsi dalam memediasi hubungan antara modal sosial dan kinerja kewirausahaan sosial Islam.

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk membangun kerangka teoretis yang kokoh dan integratif melalui analisis mendalam terhadap berbagai temuan penelitian terdahulu yang dipublikasikan dalam jurnal-jurnal bereputasi. Dengan mensintesis konsep-konsep kunci yang relevan, studi ini berupaya memetakan bagaimana Etika Kerja Islam dapat dioptimalkan sebagai bentuk modal sosial strategis dalam mendorong kinerja pengusaha Muslim. Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan teori kewirausahaan Islam serta memperkaya diskursus akademik di tingkat internasional.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode *Systematic Literature Review (*SLR) untuk mengonstruksi kerangka teoritis mengenai peran Etika Kerja Islam (EKI) sebagai modal sosial. Pendekatan ini dipilih untuk mensintesis berbagai temuan empiris dan konseptual guna menjawab kesenjangan literatur mengenai mekanisme internalisasi nilai teologis dalam performa bisnis internasional.

Penelitian ini mengadopsi protokol *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) 2020 untuk menjamin transparansi dan akuntabilitas proses tinjauan pustaka.

Tabel 1 : Mekanisme SLR PRISMA 2020

Tahapan	Aktivitas
Identifikasi	Mengumpulkan literatur yang relevan dari berbagai pangkalan data.
Skrining	Menyeleksi artikel berdasarkan relevansi abstrak dan validitas metodologi.
Kategorisasi	Mengelompokkan temuan berdasarkan variabel *Shiddiq, Amanah, Fathanah,* dan *Tabligh*.
Sintesis Konseptual	Merumuskan model teoritis yang menjelaskan bagaimana EKI mentransformasi modal sosial menjadi keunggulan kompetitif.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari artikel jurnal ilmiah, buku teks, dan laporan penelitian terkait yang dipublikasikan dalam rentang waktu tertentu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pencarian kata kunci (*keywords*) yang berkaitan dengan "*Islamic Work Ethics", "Social Capital*", dan "International Business Performance".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk mengonstruksi kerangka teoritis mengenai peran Etika Kerja Islam (EKI) sebagai modal sosial. Pendekatan ini dipilih untuk mensintesis berbagai temuan empiris dan konseptual guna menjawab kesenjangan literatur mengenai mekanisme internalisasi nilai teologis dalam performa bisnis internasional.

Penelitian ini mengadopsi protokol *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) 2020 untuk menjamin transparansi dan akuntabilitas proses tinjauan pustaka.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari artikel jurnal ilmiah, buku teks, dan laporan penelitian terkait yang dipublikasikan dalam rentang waktu tertentu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pencarian kata kunci (*keywords*) yang berkaitan dengan "*Islamic Work Ethics"*, *"Social Capital*", dan "International Business Performance".

Berdasarkan tinjauan literatur sistematis terhadap 32 dokumen terpilih, penelitian ini mengidentifikasi bahwa ekosistem Kewirausahaan Sosial Islam (ISE) saat ini tengah mengalami transformasi digital dan penguatan nilai inklusivitas. Temuan diklasifikasikan ke dalam matriks berikut untuk menunjukkan korelasi antara variabel etika dan performa bisnis.

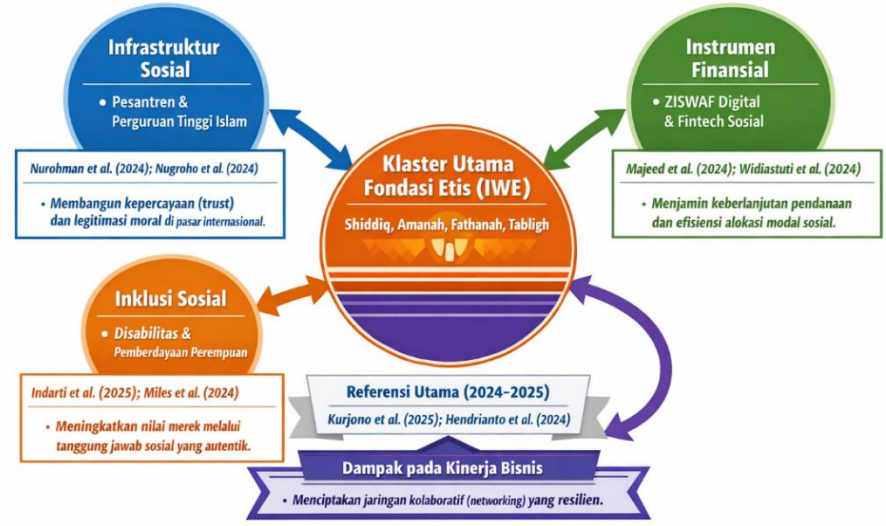
Tabel 2: Matriks Temuan Utama Berdasarkan Klasifikasi Literatur

Dimensi Strategis	Variabel Operasional	Referensi Kunci (2024-2025)	Dampak Terhadap Performa Bisnis
Etika Kerja Islam (EKI)	*Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh*	(Kurjono et al., 2025),(Hendrianto et al., 2024), (Saifuloh & Arumbinang, 2025), (S. B. A. Rahim, 2015)	Membangun reputasi merek etis dan mengurangi biaya transaksi melalui kepercayaan (*trust*).
Modal Sosial Institusional	Pesantren, PTKI, Budaya Kewirausahaan	(Azizah, 2018), (Nafik et al., 2018) ,(Pebriana et al., 2024) ,(Anaty, 2025)	Menciptakan jaringan kerja (*networking*) yang resilien dan loyalitas komunitas yang kuat.
Inovasi Sosial & Finansial	ZISWAF Digital, Inklusi Disabilitas, Filantropi Produktif	(Majeed et al., 2024) (Beik et al., 2022), (Salim et al., 2024)	Menjamin keberlanjutan modal dan solusi atas kegagalan pasar melalui pemberdayaan marginal.
Legitimasi Historis	Sejarah ISE, Evolusi Kewirausahaan Sosial	(Cindy Karunia Wati et al., 2024), (Suhendi & Purnama, 2024) (Nabiyeva & MacNeil, 2025)	Memberikan landasan filosofis dan kepercayaan jangka panjang bagi pemangku kepentingan.

Transformasi ini tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga menyentuh dimensi etis, institusional, dan historis yang secara kolektif memengaruhi performa bisnis dan keberlanjutan sosial. Untuk memperjelas hubungan tersebut, temuan penelitian diklasifikasikan ke dalam matriks korelasi antara variabel etika dan performa bisnis**,** sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Pertama, pada dimensi Etika Kerja Islam (EKI)**,** literatur menunjukkan bahwa nilai-nilai *Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh***,** sebagaimana diungkapkan oleh *Kurjono et al. (2025)* dan *Hendrianto et al. (2024)*, berperan strategis dalam membangun reputasi merek yang etis. Nilai-nilai ini juga terbukti mengurangi biaya transaksi melalui peningkatan kepercayaan (trust) antara pelaku usaha dan pemangku kepentingan.

Kedua, pada dimensi Modal Sosial Institusional**,** keberadaan pesantren, Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI), serta budaya kewirausahaan berbasis komunitas**,** sebagaimana dikaji oleh *Nurohman et al. (2024)* dan *Nugroho et al. (2024)*, terbukti mampu menciptakan jaringan kerja yang resilien. Selain itu, institusi-institusi tersebut memperkuat loyalitas komunitas, yang menjadi modal sosial penting bagi keberlanjutan usaha sosial Islam



Gambar 1 : Klaster Temuan PRISMA 2020

Etika Kerja Islam sebagai Mekanisme Transformasi Modal Sosial

Temuan literatur menunjukkan bahwa Etika Kerja Islam (EKI) tidak hanya berfungsi sebagai norma perilaku individual, tetapi beroperasi sebagai mekanisme transformasional yang mengonversi nilai spiritual menjadi modal sosial produktif dalam konteks kewirausahaan sosial Islam. Nilai shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh membentuk struktur kepercayaan yang berkelanjutan, yang menurut perspektif teori modal sosial Putnam, merupakan prasyarat utama bagi koordinasi ekonomi yang efisien.

Berbeda dengan pendekatan etika bisnis konvensional yang sering bersifat instrumental dan reaktif (misalnya CSR berbasis reputasi), EKI bersifat intrinsik dan teleologis**,** karena berakar pada kesadaran ibadah dan pertanggungjawaban moral kepada Allah. Hal ini menjelaskan mengapa literatur terbaru menemukan bahwa pelaku ISE dengan internalisasi EKI yang kuat cenderung memiliki biaya transaksi yang lebih rendah, hubungan kemitraan yang stabil, serta ketahanan bisnis yang lebih tinggi**,** khususnya dalam lingkungan bisnis internasional yang sarat asimetri informasi.

Secara konseptual, temuan ini menguatkan argumen bahwa etika bukanlah beban ekonomi**,** melainkan aset strategis non-material yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif berbasis kepercayaan suatu aspek yang sulit ditiru oleh pesaing. Sebagai konklusi, penelitian ini menegaskan bahwa Etika Kerja Islam merupakan bentuk modal sosial fundamental yang mampu mengonversi nilai spiritual menjadi keunggulan kompetitif di panggung internasional. Keberhasilan wirausahawan Muslim tidak hanya ditentukan oleh kelincahan finansial, tetapi oleh kedalaman integritas moral yang terlembagakan melalui institusi seperti Pesantren dan PTKI. Modal sosial institusional ini berperan sebagai perisai terhadap volatilitas ekonomi global, memastikan bahwa orientasi pada Maqasid al-Sharia tetap terjaga sembari mencapai keberlanjutan bisnis. Di masa depan, sinergi antara teknologi digital dan keuangan sosial Islam akan menjadi kunci dalam memperluas dampak kemaslahatan yang dihasilkan oleh para aktor kewirausahaan sosial Islam di kancah global.

Peran Modal Sosial Institusional dalam Memperkuat Daya Saing ISE

Pembahasan literatur juga menegaskan bahwa pesantren, PTKI, dan budaya kewirausahaan Islam berfungsi sebagai inkubator modal sosial institusional yang unik. Institusi-institusi ini tidak hanya mentransmisikan pengetahuan, tetapi juga membentuk habitus kewirausahaan etis, yang dalam istilah Bourdieu berperan sebagai struktur pembentuk tindakan ekonomi.

Jaringan berbasis pesantren dan PTKI menciptakan trust-based networking, yang lebih tahan terhadap guncangan pasar dibandingkan jaringan transaksional murni. Hal ini menjelaskan mengapa ekosistem ISE sering kali mampu bertahan dalam kondisi krisis, meskipun memiliki keterbatasan modal finansial. Temuan ini sejalan dengan literatur kewirausahaan sosial global, namun memperluasnya dengan dimensi religius sebagai sumber legitimasi sosial. Dengan demikian, modal sosial institusional dalam konteks Islam tidak hanya memperkuat loyalitas komunitas, tetapi juga berperan sebagai mekanisme protektif terhadap volatilitas pasar global**,** yang menjadi tantangan utama bisnis internasional.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Etika Kerja Islam merupakan bentuk modal sosial fundamental yang mampu mengonversi nilai spiritual menjadi keunggulan kompetitif di panggung internasional. Keberhasilan wirausahawan Muslim tidak hanya ditentukan oleh kelincahan finansial, tetapi oleh kedalaman integritas moral yang terlembagakan melalui institusi seperti Pesantren dan PTKI. Modal sosial institusional ini berperan sebagai mekanisme protektif terhadap volatilitas ekonomi global, memastikan bahwa orientasi pada Maqasid al-Sharia tetap terjaga sembari mencapai keberlanjutan bisnis. Sinergi antara teknologi digital, keuangan sosial Islam, dan etika kerja terbukti mampu mentransformasi keterbatasan sumber daya menjadi dampak sosial yang luas dan inklusif.

Inovasi Sosial dan Finansial sebagai Jawaban atas Kegagalan Pasar

Dimensi inovasi sosial dan finansial, khususnya melalui ZISWAF digital, filantropi produktif, dan inklusi kelompok marginal, menunjukkan bahwa ISE mampu melampaui paradigma profit-oriented menuju value-oriented entrepreneurship. Literasi digital dalam

pengelolaan ZISWAF memperluas akses pendanaan, meningkatkan transparansi, serta memperkuat akuntabilitas faktor krusial dalam membangun kepercayaan publik.

Lebih jauh, literatur menegaskan bahwa integrasi inklusi disabilitas dan pemberdayaan perempuan bukan sekadar kebijakan sosial, melainkan strategi bisnis berkelanjutan. Pendekatan ini secara langsung mengoreksi kegagalan pasar yang diabaikan oleh mekanisme kapitalisme konvensional, sekaligus memperluas basis konsumen dan mitra usaha. Dalam perspektif Maqasid al-Sharia, inovasi ini merepresentasikan harmonisasi antara hifz al-mal (perlindungan harta) dan hifz al-nafs serta al-'ird (perlindungan martabat manusia), yang menjadikan kinerja bisnis dan dampak sosial sebagai dua entitas yang saling menguatkan, bukan saling meniadakan.

Paradigma kewirausahaan global tengah mengalami pergeseran tektonik, bergerak dari sekadar pengejaran profitabilitas jangka pendek menuju model Value-Oriented Entrepreneurship yang berakar pada kemaslahatan publik. Dalam lanskap Ekonomi Syariah (ISE), transformasi ini menemukan bentuknya yang paling nyata melalui integrasi inovasi finansial digital pada instrumen ZISWAF. Digitalisasi bukan sekadar perubahan medium dari analog ke elektronik, melainkan sebuah revolusi pada pilar kepercayaan (trust). Melalui adopsi teknologi, pengelolaan ZISWAF mampu meruntuhkan dinding asimetri informasi, menghadirkan transparansi radikal, dan memperkuat akuntabilitas. Inilah yang menjadi prasyarat utama dalam memobilisasi modal sosial menjadi modal finansial yang produktif dan masif.

Lebih dari sekadar instrumen bantuan sosial, ZISWAF digital kini bertransformasi menjadi katalis bagi Filantropi Produktif. Pendekatan ini secara sadar mengoreksi kegagalan pasar yang melekat pada kapitalisme konvensional, di mana kelompok marginal seperti perempuan dan penyandang disabilitas seringkali terpinggirkan dari akses permodalan karena dianggap tidak "bankable" atau memiliki risiko tinggi. Dengan menyasar segmen ini, ekonomi syariah membuktikan bahwa inklusivitas bukan sekadar kebijakan etis atau tanggung jawab sosial korporasi (CSR), melainkan strategi bisnis yang berkelanjutan. Pemberdayaan kelompok marginal menciptakan efek pengganda (multiplier effect) yang memperluas basis konsumen, menciptakan stabilitas pasar baru, dan memperkuat rantai pasok yang lebih resilien.

Secara fundamental, sintesa ini menemukan justifikasi teologis dan filosofisnya dalam kerangka Maqasid al-Sharia. Inovasi dalam ekosistem ISE merepresentasikan harmonisasi yang indah antara hifz al-mal (perlindungan harta) dengan hifz al-nafs (perlindungan jiwa) serta hifz al-'ird (perlindungan martabat manusia). Dalam pandangan ini, akumulasi harta tidak lagi dipandang sebagai tujuan akhir, melainkan sarana untuk memuliakan manusia. Ketika bisnis dioperasikan untuk mengangkat martabat kelompok yang lemah, maka kinerja finansial dan dampak sosial tidak lagi berdiri sebagai dua entitas yang saling meniadakan (trade-off), melainkan sebagai dua kekuatan yang saling menguatkan (synergistic power).

Pada akhirnya, model ekonomi masa depan yang ditawarkan melalui sintesa ini adalah sebuah ekosistem di mana keberhasilan sebuah entitas usaha tidak hanya diukur dari angka di neraca keuangan, tetapi dari seberapa luas kebermanfaatan yang dihasilkan. Inilah esensi dari ekonomi yang berkeadilan: sebuah sistem yang mampu mengonversi nilai-nilai spiritual menjadi aksi nyata yang inklusif, transparan, dan berkelanjutan bagi seluruh lapisan masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Kewirausahaan Sosial Islam (Islamic Social Entrepreneurship/ISE) merupakan paradigma bisnis alternatif yang relevan dan adaptif dalam menghadapi dinamika bisnis internasional kontemporer. Melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR) berbasis protokol PRISMA 2020 terhadap 32 dokumen ilmiah terpilih, studi ini menunjukkan bahwa Etika Kerja Islam (EKI) yang meliputi nilai shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh berperan sebagai modal sosial non-material yang strategis dalam meningkatkan kinerja wirausaha Muslim. EKI terbukti mampu mentransformasikan nilai spiritual menjadi keunggulan kompetitif melalui penguatan kepercayaan (trust), efisiensi biaya transaksi, perluasan jaringan kerja (networking), serta peningkatan reputasi merek etis di pasar global. Integrasi etika, modal sosial institusional (pesantren dan PTKI), inovasi sosial-finansial (ZISWAF digital dan inklusi kelompok marginal), serta legitimasi historis ISE secara kolektif membentuk ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan, resilien, dan berorientasi pada kemaslahatan publik.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena bersifat konseptual dan berbasis literatur, sehingga belum menguji hubungan kausal secara empiris di lapangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model empiris kuantitatif atau studi kasus komparatif lintas negara guna menguji efektivitas Etika Kerja Islam sebagai variabel mediasi antara modal sosial dan kinerja bisnis. Selain itu, eksplorasi lebih lanjut mengenai peran teknologi digital dan kebijakan publik dalam memperkuat ekosistem ISE juga menjadi agenda riset yang penting. Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat menjadi landasan teoretis bagi pengembangan kebijakan, pendidikan kewirausahaan Islam, serta praktik bisnis beretika yang berdaya saing global.

RUJUKAN

Alserhan, B. A. (2020). The Principles of Islamic Marketing. In *The Principles of Islamic Marketing* (Issue October). https://doi.org/10.4324/9781003075110

Anaty. (2025). Pesantren Based Entrepreneurship: Laundry Business and Socio-Economic Impact at Imam Syafi'i Islamic Boarding School Brebes. In *JEKSYAH: Islamic Economics Journal* (Vol. 5, Issue 2, pp. 152–162). Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo. https://doi.org/10.54045/jeksyah.v5i02.3009

Andani, L., Bundo, M., & Ramly, A. (2024). Examining Gen Z's intention using halal toiletries: Theory of planned behavior and perceived risk. In *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship* (pp. 137–150). Universitas Islam Indonesia (Islamic University of Indonesia). https://doi.org/10.20885/risfe.vol3.iss2.art3

Andiani, Y., & Prasetyo, A. (2020). Intellectual Capital, Competitive Advantage Dan Return on

Assets Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode Q1 2017-Q4 2018. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, *7*(10), 1887. https://doi.org/10.20473/vol7iss202010pp1887-1902

Anisa, M., Kurjono, K., & Yusof, R. B. (2024). The Social Entrepreneurship Intention on Islamic Boarding School in Garut Regency. In *Jurnal Kajian Peradaban Islam* (Vol. 7, Issue 1, pp. 60–68). Perhimpunan Intelektual Muslim Indonesia. https://doi.org/10.47076/jkpis.v7i1.224

Azizah, S. N. (2018). *Model pengembangan ekonomi pesantren berbasis kearifan lokal : studi kasus Ponpes Sidogiri Pendahuluan*. 68–76.

Beik, I. S., al aruf, m. N. rianto, Harianingrum, S., & Hasanah, A. (2022). Ekonomi Mikro Islam. *Bank Sentral Republik Indonesia*, 105–107.

Cannon, S., & Galdón, C. (2024). Social Entrepreneurship beyond Heroism. In *Promise, Pitfalls, and Potential of Social Entrepreneurship* (pp. 45–54). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003409694-7

Cindy Karunia Wati, Enni Endriyati, & Dony Burhan Noor Hasan. (2024). Implementasi Nilai Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Perspektif Islam Pada Proses Produksi Wirausaha Wanita Di Socah. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, *4*(1), 1292–1310. https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.6012

Fathoni, M. A., & Rohim, A. N. (2019). *Peran pesantren dalam pemberdayaan ekonomi umat di Indonesia*. 133–140.

Hendrianto, H., Ilhamiwati, M., Monica, F., & Lestari, R. (2024). Spirit of Entrepreneurship in Islamic Higher Education. In *AL-FALAH : Journal of Islamic Economics* (Vol. 9, Issue 1, p. 133). STAIN Curup. https://doi.org/10.29240/alfalah.v9i1.9990

Kurjono, K., Juliana, J., Kamil, A. A., Mardiani, R. A., Setiawan, Y. A., & Samlawi, F. A. (2025). Social Entrepreneurship in Islamic Perspective Role of Islamic Values, Environmental Values and Social Enterprise Attitudes. In *Jurnal Kajian Peradaban Islam* (Vol. 8, Issue 1, pp. 16–29). Perhimpunan Intelektual Muslim Indonesia. https://doi.org/10.47076/jkpis.v8i1.332

Latief, F., Dirwan, D., & Rizal, F. (2024). The Evolution of Consumer Behavior in the Digital Era and Its Implications for Marketing Strategies. *Proceeding of Research and Civil Society Desemination*, *2*(1), 304–316. https://doi.org/10.37476/presed.v2i1.62

Lestari, D. M., Haryono, S., & Furwanti, R. (2022). The Role of Competitive Advantage and the Exploration of Religiosity to Decrease Customer Switching Behaviour in Islamic Banking. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, *2*(1), 119–132.

Majeed, A. H., Abbas, A. F., Younis Agha, M. N., & Kadhim, K. G. (2024). Innovative Solutions for Sustainable Development: The Role of Social Entrepreneurship in Alleviating Poverty. In *Journal of Social Entrepreneurship* (pp. 1–31). Informa UK Limited.

https://doi.org/10.1080/19420676.2024.2431002

Maksum, A., & Kamaludin, F. S. (2023). Innovation Using Islamic Values as Sustainable Competitive Advantage: Case study on Muslim Clothing MSMEs. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, *5*(1), 189–201. https://doi.org/10.55057/ijaref.2023.5.1.18

Nabiyeva, A., & MacNeil, H. (2025). Social Entrepreneurship and System Change: A Conceptual Framework Based on the Multi-Level Perspective. In *Journal of Social Entrepreneurship* (pp. 1–27). Informa UK Limited. https://doi.org/10.1080/19420676.2025.2569366

Nafik, M., Ryandono, H., Syariah, D. E., & Airlangga, U. (2018). *Peran Pondok Pesantren dalam Pemberdayaan Sosial Ekonomi di Jawa Timur pada Abad ke-20 Islamic Boarding School Role in Social-Economic Empowerment in East Java in 20 th Century*. *1*(2).

Pebriana, A., Dudung, & Heryandi, D. yand. (2024). Pengembangan Pondok Pesantren Melalui Program Kewirausahaan untuk Kemandirian Pesantren. *Jurnal Ilmu Tanaman, Sains Dan Teknologi Pertanian*, *1*, 21–28.

Rahim, S. B. A. (2015). a Conceptual Framework of Distributive Justice in Islamic Economics. *Al-Albab*, *4*(1), 19–38. https://doi.org/10.24260/alalbab.v4i1.275

Rahim, S., & Mohd Yusop, M. M. (2023). the Way Forward With Social Justice in Islamic Economics. *International Journal of Islamic Economics and Finance Research*, *6*(2 December), 99–109. https://doi.org/10.53840/ijiefer129

Saifuloh, N. I., & Arumbinang, N. A. (2025). It's giving halal: Gen Z behavior bridging halal certification and MSMEs' purchase intention. In *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship* (pp. 105–123). Universitas Islam Indonesia (Islamic University of Indonesia). https://doi.org/10.20885/risfe.vol4.iss2.art2

Salim, K., Abdul Hamid, B., Mahomed, Z., & Hassan, W. (2024). Zakat-based urban farming: A tool for poverty alleviation, community empowerment, financial inclusion, and food security. In *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship* (pp. 1–19). Universitas Islam Indonesia (Islamic University of Indonesia). https://doi.org/10.20885/risfe.vol3.iss1.art1

Santoso, H. (2023). Analisis Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, *8*(2), 152–164. https://doi.org/10.19109/ieconomics.v8i2.12939

Shafa, L. N., & Sudrajat, A. (2024). Analisis Perubahan Perilaku Konsumen Ditinjau Dari Faktor Pribadi Dan Sosial Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Point Coffee. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, *6*(01), 192–201. https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v6i01.257

Suhaimi Mhd Sarif, Abdullah Sarwar, & Yusof Ismail. (2015). The influence of Tawhidic

paradigm in managing firms for sustainable competitive advantage : A Malaysian Case. *Asian Journal of Management Sciences*, *03*(07), 15–24.

Suhendi, S., & Purnama, E. M. (2024). Islamic Education-Based Entrepreneurship as a Catalyst for Student Business Motivation. In *Atthulab: Islamic Religion Teaching and Learning Journal* (Vol. 9, Issue 2, pp. 270–281). Sunan Gunung Djati State Islamic University of Bandung. https://doi.org/10.15575/ath.v9i2.33437

Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). Strategi Pemasaran. In *UIR Pres*.

Syafitri, S., Kurjono, K., & Khaled, A. S. D. (2024). The Effect of Entrepreneurship Education on Social Entrepreneurship Intentions, Moderation of Entrepreneurial Inclination, Mediation of Entrepreneurial Attitudes in Islamic Boarding School Students in Cirebon City. In *Jurnal Kajian Peradaban Islam* (Vol. 7, Issue 1, pp. 51–59). Perhimpunan Intelektual Muslim Indonesia. https://doi.org/10.47076/jkpis.v7i1.223