

Pentingnya Islam dalam Berbisnis di Era Generasi Z *The Importance of Islam in Doing Business in the Generation Z Era*

Wahyu Nurfitriani Widodo

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: b200230152@student.ums.ac.id

Vita Ayu Mei Kusuma

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: b200230122@student.ums.ac.id

Nurvita Septiayu Putri Widya

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: b200230133@student.ums.ac.id

Aulia Azzahra

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: b200230151@student.ums.ac.id

Shine Afiatun Jannah

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: b200230163@student.ums.ac.id

Vannisa Yunanda Aiiya Ramadanti

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: b200230164@student.ums.ac.id

Ahmad Nurrohim

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: an122@ums.ac.id

Article Info

Received : 9 December 2024
Revised : 10 December 2024
Accepted : 10 December 2024
Published : 12 December 2024

Keywords: Islamic Business, Gen Z, Islamic Values, Successful Entrepreneurship

Kata kunci: Bisnis Syariah, Generasi Z, Nilai-nilai Islam, Wirausaha Sukses

Abstract

This study analyzes the development of Islamic business in the Gen Z era with a focus on Islamic values in doing business in the Gen Z era as well as technological challenges and opportunities. Through a quantitative descriptive approach, using literature studies and summaries previous research results. The results of the research show that Islamic values such as faith, honesty and the spirit of hard work have a significant influence on the formation of entrepreneurial character in generation Z. This research concludes that education based on Islamic values can be the basic capital for the younger generation to become successful entrepreneurs. successful and of noble character.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis perkembangan bisnis syariah di era Gen Z, dengan fokus pada nilai-nilai Islam dalam berbisnis di era Gen Z, serta tantangan dan peluang teknologi. Menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, menggunakan studi literatur dan merangkum hasil penelitian sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam seperti keimanan, kejujuran dan kerja keras mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap terbentuknya wirausaha pada generasi Z. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendidikan yang berlandaskan nilai-nilai Islam akan menjadi modal awal. . generasi muda untuk menjadi pengusaha sukses dan modis.

How to cite: Wahyu Nurfitriani Widodo, Vita Ayu Mei Kusuma, Nurvita Septiayu Putri Widya, Aulia Azzahra, Shine Afiatun Jannah, Vannisa Yunanda Aiiya Ramadanti, Ahmad Nurrohimi. "Pentingnya Islam dalam Berbisnis di Era Generasi Z", TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis Syariah, Vol. 1, No. 2 (2024): 176-181. <https://litera-academica.com/ojs/tijarah/index>

Copyright: @224 Wahyu Nurfitriani Widodo, Vita Ayu Mei Kusuma, Nurvita Septiayu Putri Widya, Aulia Azzahra, Shine Afiatun Jannah, Vannisa Yunanda Aiiya Ramadanti, Ahmad Nurrohimi



This work is licensed under a Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

1. PENDAHULUAN

Peran Islam dalam dunia bisnis senantiasa menjadi pembahasan yang menarik, terutama pada era Generasi Z saat ini. Bisnis ialah bagian dari suatu aktivitas ekonomi dan mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis memberi dampak pada semua taraf kehidupan manusia, baik individu, sosial, regional, nasional maupun internasional. Generasi Z merupakan kelompok atau generasi yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, dikenal dengan karakteristik uniknya, antara lain kemahiran teknologi, jiwa kewirausahaan, dan rasa tanggung jawab sosial yang kuat. Saat generasi ini masuk ke dalam dunia kerja dan semakin berkuasa di dunia bisnis, penting untuk memahami bagaimana nilai-nilai dan keyakinan Islam mereka dapat membentuk masa depan praktik bisnis (Alimuddin & Poddala, 2023).

Melonjaknya permintaan terhadap produk halal telah menciptakan peluang besar bagi pengusaha Muslim untuk memanfaatkan pasar ini (Abd Rahman et al., 2022) Industri barang dan jasa, atau sektor "halal", merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat dalam ekonomi dunia. Industri Islam bukan hanya sekedar manifestasi dari kewajiban agama yang diamanatkan oleh para ulama, disamping ajaran Islam yang semakin relevan dalam lingkungan bisnis masa kini hanya sekedar perwujudan dari kewajiban agama yang dibebankan oleh para ulama, disamping ajaran Islam yang semakin relevan lingkungan bisnis saat ini.

Pelaku usaha harus mempunyai tanggung jawab terhadap pelanggan, pegawai, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala perusahaan. Untuk itu sangat dibutuhkan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut supaya tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak pelanggan, pegawai atau siapapun yang turut terlibat dalam bisnis tersebut. Kenyataan yang kita hadapi saat ini di masyarakat adalah perbuatan yang menyalahi aturan agama, turunnnya nilai etika dalam bisnis (Aminah & Nurhasanah, 2023).

Dasar-dasar etika dan tata kelola perusahaan yang dianut Rasulullah SAW mendapat legitimasi agama setelah beliau diangkat menjadi nabi. Prinsip-prinsip tradisional etika bisnis menjadi semakin dibenarkan secara akademis pada akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21. Prinsip-prinsip bisnis modern seperti kepuasan pelanggan, pelayanan prima, kompetensi, efisiensi, transparansi, persaingan sehat serta kompetitif telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Kesadaran bahwa bisnis harus berlandaskan prinsip etika juga sudah mulai muncul di

kalangan pengusaha muslim. Kemudian ajaran Islam memberikan tuntunan bagaimana berbisnis sesuai kaidah ajaran Islam, seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, seorang pengusaha termasyhur yang memiliki keutamaan berbeda-beda dalam akhlaknya (Firdausi et al., 2024).

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan alat untuk memahami fenomena sosial yang terjadi. Penelitian ini berfokus pada Pentingnya Islam dalam Berbisnis di Era Generasi Z. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumen. Dokumen yang dianalisis meliputi jurnal ilmiah, artikel, dan publikasi yang relevan dengan topik penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang mencakup riset data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Ishak et al., 2024).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media online meningkatkan keterlibatan Gen Z dengan merek dan pembelian, karena Gen Z sangat dipengaruhi oleh komunikasi online dan media sosial terkait pencarian dan pembelian merek, serta upaya kunjungan iklan di media periklanan online. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang harus dijalankan para pebisnis sebagai berikut (Lubis et al., 2022):

1. Prinsip Kesatuan (*Unity*)

Alam semesta dan manusia sepenuhnya berada di bawah kuasa Allah SWT, yang memiliki kekuasaan mutlak atas ciptaan-Nya. Tauhid, yang merupakan prinsip utama Islam, menegaskan bahwa Allah adalah Tuhan Yang Esa dan memberikan panduan perilaku bagi manusia sebagai khalifah. Dalam dunia bisnis, penerapan konsep tauhid berarti menaati perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya, seperti menghindari gharar, riba, serta menjaga kewajiban ibadah seperti shalat. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan tanpa merugikan orang lain. Konsep ini menyatukan aspek agama, ekonomi, dan sosial, serta tauhid juga merujuk pada iman dan aqidah.

2. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam bisnis, Islam mewajibkan untuk bersikap adil, bahkan kepada pihak yang tidak disukai. Prinsip keseimbangan menekankan bahwa tidak boleh ada pihak yang dirugikan atau melakukan kecurangan dalam transaksi. Keadilan dalam Islam dimaksudkan agar hak setiap orang diatur sesuai dengan Syariah. Al-Qur'an mengajarkan umat muslim untuk menimbang dan menakar dengan benar serta melarang berbuat curang.

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Dalam pandangan Islam, prinsip kehendak bebas berarti bahwa usaha atau bisnis harus mengikuti aturan dan prosedur yang ditetapkan oleh hukum berdasarkan ketentuan Allah. Seperti dijelaskan dalam QS Al-Hadid ayat 18, orang-orang yang mengikuti jalan Allah dan Rasul-Nya dengan baik akan mendapatkan balasan berlipat ganda dari Allah SWT serta pahala yang besar.

4. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Dalam bisnis, prinsip tanggung jawab sangat penting karena melibatkan amanah yang dipercayakan kepada konsumen dan mitra usaha dalam pengambilan keputusan. Misalnya, seorang pengusaha yang memprioritaskan tanggung jawab dan amanah dari pelanggan serta mitra akan memastikan bahwa bahan baku yang digunakan aman dan bersertifikat halal. Selain konsisten dengan konsep bisnis rahmatan lil 'alamin, bahan baku harus bersih dan aman untuk menjaga kualitas. QS Al-Baqarah ayat 168 juga menekankan

bahwa Allah memerintahkan umat Muslim untuk memakan makanan halal dan tidak mengikuti langkah setan, yang merupakan musuh nyata manusia.

5. Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

Prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran dalam bisnis mencakup bagaimana memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan sambil menjaga kejujuran dalam setiap kegiatan ekonomi. Prinsip ini terkait erat dengan tanggung jawab, di mana pemilik usaha mempercayai karyawannya dan menetapkan prosedur ketat untuk meminimalkan kecurangan. Standar prosedur yang baik dapat mencegah tindakan curang. Jika ada karyawan yang terbukti melakukan kecurangan, mereka harus mundur. Rasulullah SAW bersabda bahwa ada tiga tanda orang munafik: jika berbicara ia berdusta, jika berjanji ia mengingkari, dan jika diberi amanah ia berkhianat (HR. Bukhari dan Muslim). Rasulullah SAW juga memberikan banyak petunjuk mengenai etika bisnis. Ciri-ciri Rasulullah Saw berbisnis diantaranya adalah:

- a. Kejujuran adalah prinsip dasar dalam bisnis.
- b. Kesadaran akan dampak sosial dari kegiatan bisnis.
- c. Menghindari sumpah palsu.
- d. Bersikap ramah-tamah.
- e. Tidak berpura-pura menawar dengan harga tinggi untuk menarik minat pembeli.
- f. Tidak menjelekkan bisnis orang lain agar pembeli tertarik pada bisnisnya sendiri.
- g. Menghindari praktik ihtikar (penimbunan barang untuk menaikkan harga).
- h. Menggunakan takaran, ukuran, dan timbangan yang benar.
- i. Bisnis tidak boleh mengganggu ibadah kepada Allah.
- j. Membayar upah karyawan tepat waktu.
- k. Menghindari monopoli.
- l. Tidak melakukan bisnis yang menyebabkan kerugian atau kerusakan pada individu maupun masyarakat.

3.1. Tantangan dan Peluang

Pengusaha muslim memiliki beberapa prospek di berbagai sektor, seperti manufaktur makanan halal, busana muslim, salon muslimah, pariwisata islam, dan pasar daring. Sektor-sektor tersebut mengalami lonjakan permintaan dari masyarakat. Pengusaha yang dapat memenuhi kebutuhan ini dapat memanfaatkannya. Selain itu, dengan meningkatnya kesadaran akan produk halal dan meningkatnya populasi muslim, terdapat kebutuhan yang meningkat untuk bisnis yang selaras dengan nilai-nilai islam sekaligus memenuhi preferensi konsumen muslim. Kewirausahaan islam tidak hanya memungkinkan pengusaha untuk memenuhi kebutuhan orang-orang muslim, tetapi juga memungkinkan mereka untuk berkontribusi pada lingkungan bisnis yang bertanggung jawab. Dengan membangun bisnis yang mengutamakan hak konsumen, tanggung jawab sosial, dan nilai-nilai etika, pengusaha muslim dapat berperan dalam membangun ekonomi yang lebih maju dan berkelanjutan. Selain itu, para pengusaha ini memiliki kesempatan untuk memanfaatkan kebutuhan yang meningkat akan produk dan layanan halal (Miswati & Nurdina, 2023).

Pengusaha muslim juga mengalami beberapa tantangan dalam berbisnis. Mereka mungkin kesulitan menemukan lembaga dan sumber pendanaan yang tidak terdapat bunga. Selain itu, di beberapa tempat, terdapat norma budaya dan masyarakat yang bertentangan dengan ajaran islam yang secara otomatis menghadirkan tantangan lain bagi para pengusaha muslim. Dengan adanya tantangan-tantangan ini, diperlukan bimbingan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip islam ke dalam praktik bisnis. Membangun jaringan dan kemitraan yang selaras juga dapat dilakukan oleh para pengusaha muslim.

Perkembangan teknologi memberikan peluang besar bagi generasi Z untuk mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam bisnis. Platform digital seperti e-commerce dan media sosial memungkinkan pengusaha muslim untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, teknologi juga menghadirkan tantangan, seperti persaingan yang semakin ketat dan risiko penyalahgunaan data konsumen (Soeharjoto et al., 2024).

Salah satu cara generasi Z dapat memanfaatkan teknologi adalah dengan membangun merek yang konsisten dengan nilai-nilai Islam. Misalnya, aplikasi yang menyediakan layanan untuk mencari produk halal atau restoran halal dapat menjadi solusi inovatif yang memenuhi kebutuhan konsumen muslim.

3.2. Peluang dalam Bisnis Halal

Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya produk halal, generasi Z memiliki peluang besar untuk menjadi pelaku utama dalam bisnis ini. Sektor seperti makanan halal, *fashion* muslimah, dan pariwisata halal terus berkembang pesat, menawarkan peluang besar bagi pengusaha muslim. Generasi Z yang memahami nilai-nilai Islam dapat memanfaatkan peluang ini untuk menciptakan bisnis yang tidak hanya sukses tetapi juga memberi manfaat bagi masyarakat. Sebagai contoh, bisnis *fashion* muslimah tidak hanya menawarkan pakaian yang sesuai dengan syariat tetapi juga mempromosikan nilai-nilai kebajikan melalui iklan yang menginspirasi (Wahyuni et al., 2024).

Kesuksesan dalam bisnis tidak hanya diukur dari segi finansial tetapi juga dari bagaimana bisnis tersebut mematuhi nilai-nilai Islam dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Generasi Z, dengan keunikan dan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi, memiliki potensi besar untuk menjadi pelopor dalam menciptakan bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, dan kejujuran, generasi ini dapat membangun bisnis yang tidak hanya sukses secara material tetapi juga memberikan keberkahan (Wulandari et al., 2024).

Di masa depan, generasi Z akan menghadapi tantangan baru dalam dunia bisnis, termasuk perubahan regulasi terkait produk halal dan meningkatnya tekanan untuk mengikuti tren global. Untuk mengatasi tantangan ini, pengusaha muslim perlu terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa meninggalkan nilai-nilai Islam (Zirzis, 2024).

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Penerapan prinsip-prinsip Islam seperti tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, dan kejujuran menjadi landasan penting dalam membangun bisnis yang beretika dan berkelanjutan. Generasi Z, dengan karakteristik mereka yang adaptif terhadap teknologi dan memiliki kesadaran sosial yang tinggi, berpotensi besar untuk menerapkan nilai-nilai ini dalam berbagai sektor, termasuk makanan halal, *fashion* muslimah, dan layanan berbasis digital. Implementasi prinsip-prinsip tersebut tidak hanya mendukung keberhasilan bisnis secara material tetapi juga memberikan dampak positif pada masyarakat luas.

Namun, generasi ini juga menghadapi tantangan seperti tekanan persaingan global, tuntutan untuk tetap relevan dengan tren pasar, dan kebutuhan untuk mematuhi regulasi halal yang semakin ketat. Meski demikian, dengan pendekatan yang bertanggung jawab dan inovasi yang berkelanjutan, generasi Z dapat menjadi pelopor dalam menciptakan bisnis yang tidak hanya kompetitif tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam.

4.2. Saran

1. Peningkatan Literasi Bisnis Halal: Pemerintah dan lembaga pendidikan perlu menyediakan program pelatihan dan kursus yang membekali generasi Z dengan

pengetahuan tentang bisnis halal, termasuk regulasi dan praktik yang sesuai dengan syariat Islam.

2. Optimalisasi Teknologi: Generasi Z perlu memanfaatkan teknologi, seperti *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi berbasis halal, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional bisnis.
3. Kolaborasi Antar Generasi: Pengusaha muda generasi Z dapat belajar dari pengalaman generasi sebelumnya untuk memahami tantangan dan solusi praktis dalam menjalankan bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam.
4. Penguatan Sistem Regulasi Halal: Pemerintah perlu memastikan bahwa regulasi halal lebih mudah diakses dan diterapkan, sehingga pelaku bisnis dapat menjalankan usaha mereka tanpa kesulitan administratif yang berlebihan.
5. Inovasi Berbasis Sosial: Bisnis yang dirancang dengan memprioritaskan dampak sosial, seperti program pemberdayaan komunitas, dapat memperkuat citra bisnis sebagai entitas yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rahman, S. S., Che Senik, Z., Wan Hassan, W. Z., Yaacob, S. E., Zakaria, Z., & Nadzri, S. (2022). Critical Success Factors of Muslim Entrepreneurs: A Thematic Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(3). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i3/12329>
- Alimuddin, M., & Poddala, P. (2023). Prospek Digital Marketing Untuk Generasi Muda Dalam Berwirausaha. *Journal of Career Development*, 1(1), 54–70.
- Aminah, A., & Nurhasanah, L. (2023). Perilaku Impulsive Buying Gen-Z dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 07(02), 122–136. <https://doi.org/10.33507/lab.v7i02.1776>
- Firdausi, R. R., Setiyono, W. P., & Sriyono, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Lingkungan Keluarga dan Love Of Money Terhadap Minat Wirausaha Gen-Z Wilayah Kabupaten Sidoarjo. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(2), 526–535. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.25594>
- Ishak, K., Isa, M., Nurmahadi, N., Hamdi, M., Mustafa, H., Haikal, F., Manalu, R., & Putra, D. M. S. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Peluang Bisnis Generasi Z Di Era 5.0 Pada Siswa Ma Kecamatan Bengkalis. *KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–6.
- Lubis, T. W. H., Efendi, N., & Ginting, S. O. (2022). Kewirausahaan Untuk Generasi Z Pada Siswa Methodist Tanjung Morawa. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1536–1542. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i6.11080>
- Miswati, F., & Nurdina, M. N. P. (2023). Dampak Media Sosial Pada Peningkatan Kesadaran Kewirausahaan Di Kalangan Generasi Z Kecamatan Batu Aji. *Jurnal AS-SAID*, 3(2), 46–53.
- Soeharjoto, S., Ratnawati, N., Rizqullah, R., Hubur, A., Saputro, W. A., & Tribudhi, D. A. (2024). Potensi Wirausaha Sukses Mahasiswa Gen Z Di Politeknik Nilai, Malaysia. *Community Development Journal*, 5(1), 692–697.
- Wahyuni, N., Setyaningsih, E., Canta, D. S., Hermawansyah, A., & Hasrullah, H. (2024). Penguatan Literasi Ilmu Kewirausahaan Terhadap Generasi Z. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 37–42. <https://doi.org/10.57218/jompaabdi.v3i2.1077>
- Wulandari, R., Afdal, A., & Hariko, R. (2024). Literasi Digital Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z. *Risalah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 10(3), 983–996.
- Zirzis, M. (2024). Evolusi Ekonomi Di Era Digital: Kontribusi Generasi Z Dalam Perekonomian. *Jurnal Literasi Indonesia (JLI)*, 1(2), 77–83.