



RAMADHAN & SIKLUS EKONOMI

Atina Shofawati, Darmawati, Azlina, Zahriatul Aini, Muhammad Arief Ridha Rosyadi,
Salahuddin El Ayyubi, Azil Awaludin, Lutfi Djoko Djumeno, Fahrul Fauzi, Imron Natsir,
Iskandar, Sakinah, Muhammad Sholahuddin, Riza Rizki Faozan Syakur

RAMADHAN & SIKLUS EKONOMI

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta Pasal 1

Hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ketentuan pidana Pasal 113

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

RAMADHAN & SIKLUS EKONOMI

Penulis:

Atina Shofawati, Darmawati, Azlina, Zahriatul Aini,
Muhammad Arief Ridha Rosyadi, Salahuddin El Ayyubi,
Azil Awaludin, Lutfi Djoko Djumeno, Fahrul Fauzi,
Imron Natsir, Iskandar, Sakinah, Muhammad Sholahuddin,
Riza Rizki Faozan Syakur

Editor:

Khalish Khairina, M.Si.
Lisnawati, S.H., M.H.



RAMADHAN & SIKLUS EKONOMI

Penulis:

Atina Shofawati, Darmawati, Azlina, Zahriatul Aini, Muhammad Arief
Ridha Rosyadi, Salahuddin El Ayyubi, Azil Awaludin,
Lutfi Djoko Djumeno, Fahrul Fauzi, Imron Natsir, Iskandar, Sakinah,
Muhammad Sholahuddin, Riza Rizki Faozan Syakur

Editor:

Khalish Khairina, M.Si.
Lisnawati, S.H., M.H.

ISBN:

978-634-7181-00-8

Desain Cover:

Tim Kreatif Az-Zahra Media Society

Cetakan Pertama:

Maret 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh buku ini
tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

PENERBIT:

AZ-ZAHRA MEDIA SOCIETY

Anggota IKAPI

Jl. HM. Harun No. 8, Percut, Deli Serdang – Sumatera Utara 20371

Email: zahramedia.society@gmail.com

<http://azzahramedia.com>



Kata Pengantar

Hamdan wa syukran Lillah, sholatan wa salaman 'ala Rasulillah.

Alhamdulillah, segala puji hanya kepada Allah Swt., Tuhan semesta alam. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad ﷺ, keluarga dan para sahabat, semoga kita semua termasuk umatnya yang mendapatkan syafaat.

Ramadhan, bulan penuh berkah yang menjadi momen spiritual bagi umat Islam di seluruh dunia, juga memiliki dimensi yang dalam dalam konteks ekonomi. Buku yang Anda pegang ini, "Ramadhan & Siklus Ekonomi", mengungkapkan secara mendalam bagaimana bulan suci ini tidak hanya menjadi waktu untuk introspeksi spiritual tetapi juga momentum penting dalam ekonomi umat.

Dengan menghadirkan berbagai perspektif dari para ahli dan praktisi di bidangnya, buku ini menjelajahi bagaimana Ramadhan mempengaruhi pola konsumsi, perkembangan *e-commerce*, serta peran zakat, infak, dan sedekah dalam memperkuat fondasi ekonomi umat. Lebih dari sekadar analisis, buku ini juga merumuskan gagasan tentang bagaimana kolaborasi sosial dan nilai-nilai spiritual

dapat mendorong ekonomi berbasis komunitas yang berkelanjutan.

Kami berharap buku ini dapat menjadi panduan yang berharga bagi mereka yang ingin memahami lebih dalam tentang hubungan antara Ramadhan dan ekonomi, serta bagaimana nilai-nilai *Qur'ani* dapat diterapkan untuk menciptakan ekonomi yang adil dan berkelanjutan.

Ramadhan Kareem, Ramadhan Mubarak.

Deli Serdang, 5 Maret 2025 M
5 Ramadhan 1446 H

H. Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I., CBPA
Direktur Penerbit Az-Zahra Media Society



Kata Pengantar Editor

Alhamdulillah ‘ala kulli haal,

Segala kepunyaan hanya milik Allah Swt. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad Saw. beserta keluarga dan para sahabat. *Allahumma sholli ‘ala Sayyidina Muhammad wa ‘ala ali Sayyidina Muhammad.*

Bulan Ramadhan tidak hanya menjadi momen ibadah dan spiritualitas, tetapi juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan bagi umat Islam. Dari peningkatan aktivitas konsumsi, pergerakan sektor perdagangan, hingga penguatan solidaritas sosial melalui zakat, infak, dan sedekah, Ramadhan membentuk siklus ekonomi yang unik dan dinamis.

Buku **Ramadhan & Siklus Ekonomi** ini hadir sebagai upaya untuk memahami lebih dalam keterkaitan antara aspek spiritual dan ekonomi dalam perspektif Islam. Berbagai gagasan yang disajikan dalam buku ini menguraikan bagaimana Ramadhan menjadi momentum kebangkitan ekonomi umat, memperkuat ekosistem ekonomi berbasis syariah, serta membangun pola konsumsi yang lebih etis dan berkelanjutan.

Selain itu, buku ini juga menyoroti peran teknologi digital, khususnya dalam *e-commerce* dan penyebaran

produk halal, yang semakin berkembang di bulan Ramadhan. Tidak hanya membahas fenomena yang terjadi selama bulan suci, beberapa kajian dalam buku ini juga menggali urgensi penguatan ekonomi syariah pasca-Ramadhan, agar keberkahan dan dampak positif yang dihasilkan tetap berlanjut dalam kehidupan umat.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi akademisi, praktisi ekonomi, serta masyarakat luas yang ingin memahami lebih jauh hubungan antara Ramadhan dan dinamika ekonomi Islam. Semoga kehadiran buku ini dapat menambah wawasan serta menginspirasi langkah-langkah konkret dalam membangun ekonomi yang lebih adil, beretika, dan berkelanjutan.

Selamat membaca!

1 Maret 2025

Salam Editorial,

Khalish Khairina, M.Si.

Lisnawati, S.H., M.H.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTARv

KATA PENGANTAR EDITOR vii

DAFTAR ISI ix

MAKNA & ESENSI RAMADHAN DALAM ISLAM1

Dr. Hj. Atina Shofawati, SE., M.Si.

[FEB – Universitas Airlangga]

RAMADHAN SEBAGAI MOMENTUM

EKONOMI UMAT21

Prof. Dr. Hj. Darmawati, M.Hum.

[FEBI – UIN SI Samarinda]

EKOSISTEM EKONOMI ISLAMI

DI BULAN RAMADHAN45

Azlina, S.E., M.Si.

[Prodi Analis Keuangan – Politeknik Kutaraja]

E-COMMERCE DAN PRODUK HALAL

SELAMA RAMADHAN59

Zahriatul Aini, S.E., M.M.

[Prodi Administrasi Perkantoran – Politeknik Kutaraja]

**PERAN ZAKAT, INFAK, DAN SEDEKAH DALAM
EKONOMI RAMADHAN81**

Muhammad Arief Ridha Rosyadi, S.H., M.H.

[FEBI – UIN SI Samarinda]

**RAMADHAN DAN EKONOMI BERBASIS
KOMUNITAS: SINERGI SPIRITUAL
DAN SOLIDARITAS SOSIAL97**

Dr. Salahuddin El Ayyubi, Lc., MA.

[Departemen Ilmu Ekonomi Syariah – IPB University]

**CONTINUOUS IMPROVEMENT DALAM SISTEM
MANAJEMEN MUTU MASJID GUNA
PENGEMBANGAN EKONOMI MASJID.....115**

Azil Awaludin, Lutfi Djoko Djumeno, Fahrul Fauzi

[Auditor Utama QSCert, Pemerhati Masjid, Alumni UI]

**KOLABORASI SOSIAL & EKONOMI
BERBASIS JEMAAH131**

Dr. H. Imron Natsir, S.E., M.M.

[Pascasarjana Universitas PTIQ Jakarta]

**SPIRITUALITAS RAMADHAN: PENERAPAN
NILAI-NILAI QUR’ANI DALAM MEWUJUDKAN
GREEN EKONOMI BERKELANJUTAN.....163**

Dr. Iskandar, M.Ag.

[FEBI – UIN SI Samarinda]

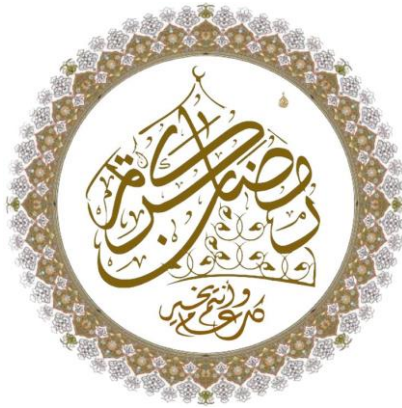
POLA KONSUMSI RAMADHAN YANG BERETIKA....183

Dr. Sakinah, M.El.

[FEBI – IAIN Madura]

PENGUATAN EKONOMI SYARIAH	
SETELAH RAMADHAN.....	197
<i>Assoc. Prof. Muhammad Sholahuddin, SE., M.Si., Ph.D.</i>	
<i>[FEB – Universitas Muhammadiyah Surakarta]</i>	

URGENSI PENGUATAN EKONOMI SYARIAH	
PASCA RAMADHAN.....	213
<i>Riza Rizki Faozan Syakur, M.E.</i>	
<i>[FEBI – UIN Walisongo Semarang]</i>	



MAKNA & ESENSI RAMADHAN DALAM ISLAM

Dr. Hj. Atina Shofawati, SE., M.Si.

FEB – Universitas Airlangga

Email: shofawatia@gmail.com

A. Pendahuluan

Puasa Ramadhan merupakan rukun Islam yang keempat. Puasa merupakan ibadah yang mempunyai nilai vertikal *hablumminillah* dan nilai horizontal *hablumminannas*. bulan Ramadhan merupakan bulan *tarbiyah* bagi umat Islam baik *tarbiyah* individu maupun *tarbiyah ijtimaiyah*. Hikmah ibadah puasa tidak hanya untuk meningkatkan keimanan untuk meraih derajat takwa tetapi juga untuk meningkatkan kesehatan jasmani. Sudah banyak kajian ilmiah yang memberikan hasil dampak positif ibadah puasa terhadap kesehatan mental dan juga kesehatan jasmani. Bulan puasa Ramadhan juga berdampak pada peningkatan aktivitas perekonomian dengan meningkatnya belanja konsumsi masyarakat di bulan Ramadhan. Bulan puasa Ramadhan

juga memberikan rahmat bagi semesta alam karena berkah Ramadhan tidak hanya dirasakan umat Islam saja akan tetapi juga dirasakan oleh masyarakat non-Muslim terutama yang berprofesi sebagai pedagang. Jadi hal ini juga meningkatkan *ukhuwah basyariah* hubungan dengan sesama manusia.

B. Definisi Puasa

Puasa adalah bagian ibadah kedua setelah shalat dalam rukun Islam. Ibadah puasa yang dimaksud dalam hal ini adalah ibadah puasa Ramadhan (Andy, 2018).

Puasa tidak hanya di masa Rasulullah Saw. Namun juga telah ada sejak di masa Nabi Musa As. meskipun tidak ada ketentuan di Taurat, Jabur dan Injil tentang peraturan akan waktu dan bilangan dalam berpuasa. Nabi Musa As. Pernah berpuasa selama 40 hari, sampai saat ini para kaum Yahudi tetap mengerjakan puasa meskipun tidak ada ketentuan, seperti puasa selama seminggu untuk mengenang kehancuran Jerusalem dan mengambilnya kembali, puasa hari kesepuluh pada bulan tujuh menurut perhitungan mereka dan berpuasa sampai malam. Intinya dari berbagai puasa yang dikerjakan adalah mengacu kepada tujuan perbaikan diri dari kesalahan yang pernah diperbuat dan pencegahan diri agar tidak terjadi lagi kesalahan tersebut (Andy, 2018).

Kesalahan di atas muncul disebabkan dua syahwat yang mempengaruhi kehidupan manusia, *syahwat faraj* atau seks dan syahwat lapar. Apabila kedua syahwat tersebut tidak terkendali maka akan terjadi kesalahan-kesalahan yang dilakukan oleh manusia. Kesalahan yang berawal dari kerakusan dan kesombongan. Hal ini akan dijelaskan secara rinci di bagian sub bab empat hikmah Ramadhan. Untuk lebih jelas tentang puasa akan dijabarkan di kalangan beberapa mufassir tentangnya (Andy, 2018).

1. Pengertian puasa menurut Ibn Katsir, puasa adalah menahan diri dari makan, minum, dan berjimak disertai niat yang ikhlas karena Allah Swt. Yang Maha mulia dan Maha agung karena puasa mengandung manfaat bagi kesucian, kebersihan, dan kecemerlangan diri dari percampuran dengan keburukan dan akhlak yang rendah. Oleh karena itu puasa meningkatkan penyembuhan sifat rakus dan sombong manusia yang awalnya telah diobati dengan shalat melalui ruku dan sujud agar manusia jujur tentang akan siapa dirinya dan tidak melakukan kerusakan karena kerakusan dan kesombongannya (Andy, 2018).

Puasa juga dapat mensucikan badan dan mempersempit gerak setan. Pada permulaan Islam, puasa dilakukan tiga hari pada setiap bulan. Kemudian pelaksanaan itu *dinasakh* oleh puasa pada bulan Ramadhan. Dari Muadz, Ibnu Mas'ud, mengatakan bahwa puasa ini senantiasa disyariatkan sejak zaman Nuh hingga Allah Swt. menasakh ketentuan itu dengan puasa Ramadhan. Menurut *Tafsir Jalalain*, puasa dapat membendung syahwat yang menjadi pokok pangkal dan biang keladi maksiat. Buya Hamka menjelaskan puasa adalah upaya pengendalian diri seorang hamba terhadap dua syahwat dirinya yaitu syahwat seks dan syahwat perut yang bertujuan untuk mendidik *iradat* atau kemauan dan dapat mengekang nafsu. Keberhasilan pengendalian diri tersebut akan mengangkat tingkatnya sebagai manusia (Andy, 2018).

Pengendalian diri merupakan kesabaran dalam menahan muatan kemauannya yang berlebihan, karena sabar adalah bagian dari puasa. Pengendalian diri menuju kesabaran dalam menahan diri dari muatan kemauan manusia yang berlebihan adalah dilandasi oleh niat. Niat, yaitu perbuatan yang diniatkan karena Allah Swt. Niat

merupakan kajian pokok dalam membawa seorang yang berpuasa pada *maqam* atau kedudukan bertakwa, karena dilandasi oleh keimanan dan ia siap untuk diperintah oleh Allah Swt. Yang Maha *Rahman*. Orang yang beriman akan terlihat manakala ia siap menerima perintah dari Tuhannya tanpa memandang berat atau ringannya perintah tersebut dan hal itu dinyatakan sebagai wujud kepatuhan dan bukti keimanan. Niat juga merupakan penjelasan nyata kepada seorang hamba untuk mampu berbuat tanpa ada rasa ragu dan takut, sebab niatnya kepada Allah Swt. Sebagai Tuhannya telah menghapuskan keraguan dan ketakutan sehingga setiap perbuatannya hadir dengan kecintaan. Maksimal dan tidak maksimal yang dilakukan tidak menjadi pikiran seorang hamba, sebab yang ia lakukan adalah sebatas dengan usahanya dan kesadaran dirinya sebagai hamba yang tidak luput dari lupa dan salah. Atas usahanya telah menjadikan dirinya berbuat hanya dengan pikiran karena Allah Swt. dan serta merta telah lahir rasa kecintaan mendalam dirinya dengan Allah Swt.

Perbuatannya berjalan lancar dengan tanpa kerguan dan ketakutan karena semua urusan telah dipulangkannya kepada Allah Swt. Yang Maha *Rahman* sebagai pencipta seluruh alam beserta isinya. Pernyataan di atas merupakan hal yang menjadi pemikiran akan terhubungnya puasa dengan empat hikmah puasa Ramadhan dalam perspektif *tasawuf* (tafsir Q.S al-Baqarah: 183) (Andy, 2018).

2. Ramadhan (datangnya penyadaran kerakusan dan kesombongan manusia dengan kejujuran dan lain-lain). Ramadhan merupakan salah satu dari daftar bulan dalam tahun Hijiriah. Ramadhan memiliki makna yang khas dalam perjalanan kewahyuan. Disamping maknanya

secara bahasa adalah terik atau panas dan kekeringan arti dari kata Ramadhan berasal dari kata *ramida* atau *ar-ramad*. Terik dan panas bulan tersebut menyesuaikan diri dengan kondisi batin para orang yang berpuasa yang merasakan keterterikan dan kepanasan bulan tersebut meskipun cuaca di bulan itu hujan namun mulut tetap kering dan kondisi batin sungguh panas saat saat pengendalian emosi seorang yang berpuasa dalam mengendalikan nafsu makan dan nafsu seksnya serta mengendalikan amarahnya. Kajian di atas memberanikan penulis untuk menyimpulkan hubungan makna terminologi dengan makna etimologi dari kata Ramadhan serta mengkaitkannya secara filosofis dan sufistik (Andy, 2018).

Ramadhan dalam tafsir surat Al-Baqarah: 185 dijelaskan bahwa Ramadhan merupakan bulan untuk permulaan turunnya wahyu Alquran yang mengandung 114 surah dan terdiri dari 6236 ayat yang turun di bulan tersebut. Korelasinya dengan puasa adalah terletak pada intruksi berpuasa bagi para orang yang beriman dan puasa yang jatuh bulan Ramadhan merupakan bulan yang juga diwajibkan berpuasa. Ramadhan juga merupakan bulan yang dihadirkan wahyu Allah Swt. karena kewahyuan tersebut untuk orang yang beriman dan menuju keimanan kepada Allah Swt. Alquran merupakan petunjuk bagi manusia dan penjelas dari petunjuk (*bayyinat* *min al-huda*) petunjuk sejati diantara dua petunjuk yang ada, seperti petunjuk untuk berbuat baik dan berbuat buruk, maka yang mana yang mengantarkan kepada hakikat petunjuk tersebut. Hakikat petunjuk yang sejati akan mengantarkan kepada pemahaman tentang perbedaan (*Furan*), yaitu perbedaan antara hak dan batil. Petunjuk sejati yang mengantar kepada kebaikan dan kebenaran adalah kebenaran yang merupakan

hakikat petunjuk itu sedangkan yang mengarah kepada keburukan merupakan perbuatan yang batil, demikianlah yang dimaksud dengan *wa al-furqan* (Andy, 2018).

Keseriusan kajian dalam makna Ramadhan yang berawal dari kehadiran perintah berpuasa bagi orang yang beriman dan turunnya kewahyuan merupakan kajian inti dalam keislaman untuk memberikan jalan bagi umatnya agar selamat dari kehancuran dari masa kering dan panas dalam menghadapi berbagai permasalahan dunia yang menggoda dan menahannya dengan hanya karena Allah Swt. sehingga semua permasalahan terselesaikan dan segala persoalan terjawabkan. Kehancuran tersebut muncul dari dua sifat jelek manusia yaitu kerakusan dan kesombongan (Andy, 2018).

C.Tiga Nilai Sosial Profetik Puasa Ramadhan

Selain memiliki karakter daya kritis pada realitas kehidupan sosial umat manusia, ajaran Islam juga memiliki fungsi transformatif dalam rangka mentransmisikan berbagai nilai ajaran dalam kehidupan sosial masyarakat. Fungsi transformatif ajaran Islam ini kemudian menunjukkan bahwa esensi dari ajaran Islam tidaklah sebatas pada orientasi pembentukan akhlak dalam kehidupan individu pemeluknya semata, melainkan juga akhlak sosial (Athoillah Islamy, 2021: 61).

Idul Fitri merupakan hari kembalinya manusia pada fitrah kesuciannya. Suci dari segala khilaf, salah dan dosa setelah menempuh ibadah puasa selama bulan suci Ramadhan sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Hadis Nabi yang berbunyi:

“Barangsiapa yang berpuasa Ramadhan karena iman dan ikhlas berharap pahala dari Allah Swt. Swt., maka akan diampuni dosa-dosanya yang telah lalu” (HR. Al-Bukhari dan Muslim).

Namun demikian tidak dipungkiri manusia tidak selamanya dapat menjaga fitrah kesuciannya. Tidak jarang bahkan seringkali fitrah kesucian tersebut ternodai oleh hiruk pikuk pergaulan, ambisi hidup dan dosa yang dilakukan manusia dalam menjalani kehidupannya sehari-hari. Pada kondisi inilah, manusia sering lupa akan fitrahnya, lupa akan asal mulanya sebagai hamba yang memiliki fitrah salimah, yakni fitrah dalam kondisi suci yang belum terpolusi, sehingga senantiasa membawa dirinya pada kehidupan yang baik, tenang dan damai. Dalam hal ini, Al-Qurtubi sebagaimana yang dikutip Saryono menjelaskan bahwa fitrah bermakna kesucian jiwa dan rohani yang melekat kepada pribadi manusia sejak lahir dalam keadaan suci dalam arti tidak memiliki dosa.

Terkait konsep fitrah ini, Al-Maraghi juga menuturkan bahwa fitrah mengandung maksud arti kecenderungan untuk mencari dan menerima kebenaran (Saryono, 2016: 164-165) dalam (Islamy, 2021). Dalam rangka menjaga fitrah kesucian dalam diri seorang Muslim pasca berakhirnya bulan suci Ramadhan, maka penting kiranya menghidupkan kembali nilai-nilai mulia yang termuat dalam ritualitas puasa Ramadhan pada kehidupan sehari-hari. Dalam sub bab pembahasan inti ini, penulis akan menguraikan setidaknya terdapat tiga nilai sosial profetik dalam ritualitas puasa Ramadhan yang dapat senantiasa kita hidupkan kembali dalam kehidupan sehari-hari (Islamy, 2021).

D. Hikmah Puasa Ramadhan

Hikmah puasa Ramadhan yang paling utama adalah memperbanyak amal dan membentuk kepribadian Muslim yang bertakwa. Karena itu, ibadah ini tidak terbatas hanya menahan lapar dan dahaga serta syahwat dari mulai terbit fajar sampai terbenamnya matahari. Tapi ada hikmah dan

filosofi atau makna yang terkandung dalam ibadah puasa Ramadhan selama sebulan penuh. Hal tersebut melaksanakan ibadah puasa Ramadhan justru mengendalikan hati, pikiran, dan anggota badan dari hal-hal yang bisa menimbulkan dosa. Misalnya mengendalikan hati dari iri dan dengki, mengendalikan pikiran dari prasangka buruk, atau menahan pandangan mata dari sesuatu yang menimbulkan syahwat.

Sejatinya setiap ibadah yang diperintahkan oleh Allah Swt. Tentunya memiliki hikmah dengan pemahaman filosofi dan makna mendalam yang perlu umat Islam pahami dan mengerti. Sehingga ketika melakukan ibadah puasa ramadan tidak hanya ikut-ikutan saja. Karena dalam melaksanakan ibadah ini, seorang Muslim harus memiliki niat yang kuat untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt. serta berusaha meraih kebahagiaan dunia dan akhirat (BAZNAS, 2024).

Hikmah puasa Ramadhan yang wajib diketahui oleh umat Islam, sebagai berikut (BAZNAS, 2024):

1. Menjadi Manusia Bertakwa

Ibadah puasa di bulan Ramadhan diwajibkan untuk menjadi sarana mempersiapkan diri bagi setiap umat Muslim menjadi manusia yang bertakwa kepada Allah Swt.

Allah Swt. menjanjikan pahala yang berlipat ganda khusus pada bulan Ramadhan. Bulan yang disebutkan Alquran sebagai media pencetak generasi takwa. Berikut firman Allah Swt. mengenai menjalankan puasa Ramadhan dalam Alquran Surah al-Baqarah: 183.

"Wahai orang-orang yang beriman, diwajibkan atas kamu berpuasa sebagaimana diwajibkan atas orang-orang sebelum kamu agar kamu bertakwa".

2. Bukti Ketaatan Kepada Allah Swt.

Membuktikan ketaatan kepada Allah Swt. Dengan sungguh-sungguh menjalankan puasa yang penuh keimanan. Dalam agama Islam, puasa Ramadhan merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan oleh umat Muslim yang sudah *baligh* dan sehat secara fisik maupun mental.

3. Mensyukuri Nikmat Allah Swt. Swt.

Dengan menjalankan ibadah puasa di bulan ramadan, umat Muslim akan menyadari bahwa sudah banyak limpahan nikmat yang diberikan Allah Swt. dan tentunya harus disyukuri. Terkadang kita terlena dengan kehidupan dan lupa bahwa semua yang kita miliki merupakan karunia dari Allah Swt.

4. Mengasah Kesabaran

Puasa mengajarkan kita untuk bersabar dalam menghadapi kesulitan dan rintangan dalam hidup. Dalam menjalankan ibadah puasa, umat Muslim dituntut untuk menahan lapar, dahaga dan godaan lainnya, serta harus menahan diri dari perilaku buruk, membiasakan untuk berpikir positif dan berdoa.

5. Terjaga dari Perbuatan Tercela

Puasa Ramadhan yaitu menjaga umat Muslim dari perbuatan tercela yang kurang baik, seperti dalam hal perkataan dan perbuatan. Perbuatan tercela bisa merusak akhlak dan moralitas seseorang serta bisa membuatnya menjauh dari jalan kebaikan yang telah ditunjukkan oleh Allah Swt. dan Rasul-Nya.

6. Ladang Amal

Puasa Ramadhan memberikan hikmah bagi setiap Muslim untuk meningkatkan kesungguhan dan keimanan agar diampuni dosanya dan dijadikan sebagai manusia yang bertakwa. Dalam puasa Ramadhan, seluruh amal baik yang dilakukan akan dilipatgandakan pahalanya oleh Allah Swt.

7. Menjadi Manusia Qurani

Allah Swt. uga mengkhususkan bulan Ramadhan sebagai *syahrul quran* atau bulan Alquran. Sebab pada bulan suci ini, diturunkan Alquran kepada Nabi Muhammad Saw. Menjadi manusia *qur'ani* merupakan cita-cita bagi setiap umat Muslim yang ingin hidup sesuai dengan ajaran Islam dan Alquran.

8. Meleburkan Dosa

Dalam agama Islam, meleburkan dosa merupakan sebuah konsep penting yang dianggap sebagai bentuk pengampunan atas dosa yang pernah dilakukan.

9. Didoakan oleh Malaikat

Setiap orang yang menjalankan puasa Ramadhan akan didoakan oleh malaikat. Hal ini karena puasa Ramadhan merupakan salah satu bentuk ibadah yang paling utama di dalam agama Islam.

10. Dibebaskan dari Api Neraka

Puasa Ramadhan memiliki banyak manfaat spiritual, salah satunya membantu umat Muslim untuk terbebas dari api neraka. Hal ini sebagaimana disebutkan dalam Hadis yang diriwayatkan oleh Imam Muslim bahwa Rasulullah Saw. Bersabda:

"Puasa dan Alquran akan memberikan syafaat kepada seorang hamba"

11. Mengajarkan Solidaritas

Puasa Ramadhan juga mengajarkan manusia agar lebih peduli kepada sesama dan banyak melakukan sedekah. Rasa lapar dan haus juga bisa meningkatkan solidaritas sosial kepada orang miskin sehingga kita turut bisa merasakannya.

12. Melatih Disiplin

Umat Muslim yang menjalankan puasa Ramadhan harus disiplin sejak mulai fajar hingga berbuka. Kita harus bangun lebih awal untuk sahur dan menahan diri dari makanan dan minuman selama sepanjang hari.

13. Mendekatkan diri kepada Allah Swt.

Puasa ramadan adalah untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt. Dengan melakukan ibadah puasa dan berbagai ibadah lainnya di bulan ramadan, membuat Allah Swt. akan mendengarkan segala permohonan dan doa seorang hamba. Allah Swt. akan senantiasa mengabulkan semua permohonan hamba yang taat dalam beribadah.

E. Hakikat Puasa dan Pengendalian Diri Selama Ramadhan

Bagi umat Islam berpuasa adalah menunaikan kewajiban. Selebihnya, selain berharap semoga Allah Swt. menerimanya juga semoga Allah Swt. melipatgandakan pahala puasa. Rasulullah Saw. bersabda:

كُلُّ عَمَلِ ابْنِ آدَمَ يُضَاعَفُ الْحَسَنَةُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا إِلَى سَبْعِمِائَةٍ ضَعِيفٌ قَالَ
اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ إِلَّا الصَّوْمَ فَإِنَّهُ لِي وَأَنَا أَجْزَى بِهِ يَدْعُ شَهْوَتَهُ وَطَعَامَهُ مِنْ
أَجْلِي

“Setiap amalan kebaikan anak Adam akan dilipatgandakan menjadi 10 hingga 700 kali dari kebaikan yang semisal. Allah Swt. ‘Azza wa Jalla berfirman (yang artinya), “Kecuali puasa, amalan tersebut untuk-Ku dan Aku sendiri yang akan membalasnya karena dia telah meninggalkan syahwat dan makanannya demi Aku” (HR. Muslim).

Hakikat pengertian puasa tidak saja mampu menahan diri dari makan, minum, atau berhubungan intim di siang hari Ramadhan (jimak). Lebih dari itu pengertian puasa adalah menahan diri dari segala perbuatan dan ucapan yang diharamkan.

Pada arti ini, penting bagi orang saat sedang berpuasa, untuk tidak saja mampu menahan haus dan lapar, tapi juga harus mampu menahan mulut, mata, telinga, tangan, dan anggota tubuh lainnya dari perbuatan yang dapat mengurangi atau menghilangkan pahala puasa.

“Betapa banyak orang yang berpuasa namun dia tidak mendapatkan dari puasanya tersebut kecuali rasa lapar dan dahaga.” (HR Ath Thabarani).

Hadis di atas sebagai *warning* agar puasa kita tidak sia-sia tidak berpahala, sebagaimana dikuatkan dalam Hadis lain:

“Rasulullah Saw. bersabda, ‘Puasa bukan sekadar menahan diri dari makan dan minum saja, puasa adalah menahan diri dari perkataan sia-sia dan keji’ (HR. Baihaqi dan Al-Hakim).

Termasuk contoh menahan diri dari perkataan yang sia-sia adalah ghibah, yaitu membicarakan kejelekan, kesalahan atau kekurangan orang lain. Baik secara langsung atau melalui sosial media. Membicarakan, menulis atau merasa nyaman mendengarkan kejelekan, kesalahan dan kekuarangan orang lain disebut, semuanya sama termasuk ghibah, dan perbuatan ghibah termasuk penyebab puasanya sia-sia atau tidak berpahala. Dalam salah satu riwayat Hadis disebutkan sebagai berikut:

حَمْسٌ يُفْطِرُنَ الصَّائِمَ الْغِيْبَةُ وَالنَّمِيْهُ وَالْكُذِبُ وَالْقُبْلَةُ وَالْيَمِيْنُ الْفَاجِرَةُ

“Lima hal yang menyebabkan batalnya puasa, yaitu ghibah, mengadu domba, berdusta, ciuman, dan sumpah palsu.”

Terhadap Hadis riwayat di atas Imam Nawawi menjelaskan:

وَأَجَابَ أَصْحَابُنَا عَنْ هَذِهِ الْأَحَادِيثِ سِوَى الْأَخِيْرِ بِأَنَّ الْمُرَادَ أَنَّ كَمَالَ الصَّوْمِ وَفَضِيلَتَهُ الْمَطْلُوبَةُ إِنَّمَا يَكُونُ بِصِيَانَتِهِ عَنِ اللُّغْوِ وَالْكَلَامِ الرَّدِيِّ لَا أَنَّ الصَّوْمَ يَنْطَلِقُ بِهِ. وَأَمَّا الْحَدِيثُ الْأَخِيْرُ (حَمْسٌ يُفْطِرُنَ الصَّائِمَ) فَحَدِيثٌ

بَاطِلٌ لَا يُجْتَنَبُ بِهِ. وَأَجَابَ عَنْهُ الْمَاوَرِدِيُّ وَالْمُتَوَلِّي وَعَيَّرَهُمَا بِأَنَّ الْمَرَادَ
بُطْلَانُ الثَّوَابِ لَا نَفْسُ الصَّوْمِ

“Sahabat kami (ulama kalangan Syafiiyyah) menjawab Hadis-Hadis tersebut, selain Hadis kelima, bahwa yang dimaksud sesungguhnya kesempurnaan puasa dan keutamaan yang dituntut dapat diperoleh dengan menjaga puasa dari perbuatan sia-sia, dan perkataan yang buruk, bukan bahwa puasa batal dengannya. Adapun Hadis terakhir, (Lima hal yang menyebabkan batalnya puasa) Hadisnya batil tidak dapat dijadikan hujjah. Imam Mawardi, Al-Mutawalli, dan yang lainnya telah menjawab bahwa yang dimaksud batal adalah batal pahalanya, buka puasanya” (Abu Zakariya Muhyiddin bin Syaraf An-Nawawi, Majmu’ Syarhul Muhadzzab, juz VI halaman 356).

Untuk kesempurnaan ibadah puasa Ramadhan kita, maka selama berpuasa hindari bacaan, postingan berita, gambar, video dan lainnya yang mengarah pada ghibah, fitnah, adu domba dan perbuatan apapun yang diharamkan.

F. Esensi Puasa Ramadhan

Ramadhan bukan hanya bulan di mana seluruh umat Islam diwajibkan untuk berpuasa. Ramadhan bukan hanya bulan di mana seluruh umat Islam diwajibkan untuk berpuasa, mereka harus bisa menahan lapar dan dahaga. Tetapi lebih dari itu, esensi Ramadhan sejatinya adalah bulan di mana menyatunya nilai- nilai spiritual, moral, psikologis, sosial, fisik dan medis (Republika, 2023).

Dilansir dari *Islam online* pada Kamis (16/2/2023), Dr. Jamal Badawi menuliskan bahwa manfaat Ramadhan tidak terbatas pada elemen kehidupan "spiritual" atau "temporal". Dalam Islam, spiritual, sosial, ekonomi, politik dan psikologis berbaur dalam satu kesatuan yang konsisten dan kohesif (Republika, 2023).

1. Elemen Spiritual dan Moral

Kesatu, di atas segalanya, puasa adalah tindakan ketaatan dan ketundukan kepada Allah Swt. Ketundukan dan komitmen didasarkan pada kecintaan kepada Allah Swt. dan usaha yang sungguh-sungguh untuk mendapatkan keridhaan-Nya dan menghindari kemurkaan-Nya. Jika ini satu-satunya alasan untuk berpuasa, itu sudah cukup. *Kedua*, puasa adalah tindakan mengakui Allah Swt. Yang Maha Kuasa sebagai satu-satunya penguasa dan pemelihara alam semesta. Hanya melalui karunia-Nya kita memiliki keberadaan dan rezeki kita.

Ketiga, puasa adalah tindakan penebusan kesalahan dan kesalahan kita, seperti yang dikatakan Nabi Muhammad Saw:

“Barangsiapa yang berpuasa (bulan) Ramadhan atas dasar iman dan mencari (ridha Allah Swt.), kesalahannya yang telah lalu diampuni” (HR. Ahmad).

Keempat, puasa melatih orang beriman dalam takwa. Jika seseorang dengan sukarela menahan diri dari makanan dan hawa nafsu, dia akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk menghindari hal-hal dan tindakan yang melanggar hukum. *Kelima*, puasa melatih orang beriman dalam keikhlasan. Tidak seperti tindakan ibadah lainnya, itu sepenuhnya didasarkan pada pengendalian diri. Orang lain tidak pernah tahu pasti apakah orang tersebut sedang

berpuasa atau apakah dia berbuka puasa secara diam-diam.

Keenam, puasa mengajarkan kebajikan lainnya. Puasa tidak hanya berarti menahan diri dari makan dan minum. Intinya itu berarti menahan diri dari semua kejahatan dan kejahatan. Nabi Saw. mengatakan:

"Jika seseorang tidak meninggalkan dusta dalam kata-kata dan perbuatan, Allah Swt. tidak membutuhkannya untuk meninggalkan makanan dan minumannya." (Al-Bukhari)

Ketujuh, semangat Ramadhan diisi dengan shalat tarawih dan memperbanyak membaca dan mempelajari Alquran, ini memberikan kesempatan kita untuk membangkitkan nilai-nilai spiritual. *Kedelapan*, puasa adalah salah satu bentuk jihad. Dengan mengajarkan disiplin diri dan meningkatkan kemampuan seseorang untuk menguasai kebutuhan dan keinginannya dari pada diperbudak olehnya (Republika, 2023).

2. Elemen Psikologis

Kesatu, ini meningkatkan perasaan kedamaian batin, kepuasan dan optimisme. Perasaan ini merupakan hasil dari realisasi keridhaan Allah Swt. *Kedua*, ini mengajarkan kesabaran dan ketekunan dan meningkatkan perasaan pencapaian moral. *Ketiga*, menahan hawa nafsu sekalipun halal dan sukarela membuat seseorang menghargai karunia Allah Swt. Yang Maha Kuasa yang biasanya diterima begitu saja. *Keempat*, selama sebulan penuh setiap tahun, umat Islam mengalami pengalaman yang berbeda dan mengasyikkan yang mematahkan rutinitas kehidupan normal. Ini tidak hanya menyegarkan, tetapi juga mengajarkan orang tersebut untuk beradaptasi dengan

berbagai kondisi dan keadaan dalam hidupnya (Republika, 2023).

3. Elemen Sosial

Kesatu, puasa mempromosikan semangat persatuan dan kepemilikan dalam umat Muslim. Jutaan Muslim di seluruh dunia berpuasa di bulan yang sama, mengikuti aturan dan ketaatan yang sama. *Kedua*, puasa mempromosikan semangat persamaan manusia di hadapan Allah Swt. Yang Maha Kuasa. Muslim, laki-laki dan perempuan, kaya dan miskin dari semua latar belakang etnis mengalami pengalaman kekurangan yang sama tanpa ada keistimewaan khusus untuk kelompok atau kelas manapun. *Ketiga*, puasa meningkatkan semangat amal dan simpati terhadap orang miskin dan membutuhkan. Pada saat ini, mereka yang berkecukupan akan turut merasakan bagaimana mereka yang tidak mampu, harus menderita dan menahan lapar setiap harinya. Maka di bulan ini juga, mereka akan lebih banyak bersyukur dengan cara berbagi kebahagiaan dengan yang kurang mampu. *Keempat*, Puasa mempromosikan sosialisasi Islam. Umat Islam diimbau untuk mengajak orang lain untuk berbuka puasa bersama mereka saat matahari terbenam dan berkumpul untuk belajar Alquran, shalat dan kunjungan. Ini memberikan kesempatan yang lebih baik untuk sosialisasi dalam suasana persaudaraan dan spiritual. Nabi Saw. menunjukkan pada lebih dari satu kesempatan bahwa mengundang orang yang berpuasa untuk berbuka puasa adalah perbuatan yang mulia dan sangat dihargai oleh Allah Swt (Republika, 2023).

4. Elemen Fisik dan Medis

Begitu banyak manfaat dan temuan medis dan kesehatan yang diperoleh dari berpuasa, baik oleh ilmuwan Muslim maupun non-Muslim. Manfaat ini termasuk menghilangkan zat lemak berbahaya dari aliran darah, membantu penyembuhan beberapa jenis penyakit usus dan perut, serta pembaharuan jaringan tubuh. Sedangkan bagi mereka yang memiliki sakit parah dan akan semakin parah apabila berpuasa, maka orang tersebut dibebaskan dari puasa. Bagi mereka yang mungkin kebiasaan merokok, maka pengendalian diri dan disiplin yang dilakukan selama Ramadhan adalah cara terbaik untuk "menendang" kebiasaan buruk ini. Sehingga dalam arti tertentu, puasa adalah perombakan fisik tahunan tubuh. Namun perlu ditegaskan kembali bahwa motif utama dibalik puasa adalah untuk mentaati Allah Swt. Yang Maha Kuasa dan untuk mencari keridhaan-Nya (Republika, 2023).

G. Daftar Pustaka

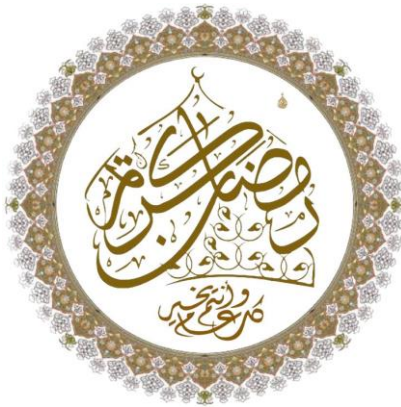
- Abdul Muiz, A. (n.d.). Hakikat puasa dan pengendalian diri selama Ramadhan. Retrieved from <https://mui.or.id/baca/mui/hakikat-puasa-dan-pengendalian-diri-selama-ramadhan>
- Athoillah, I. (2021). Nilai-nilai sosial profetik dalam ritualitas ibadah puasa Ramadhan. *Wawasan: Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta*, 2(1), 1-15. Retrieved from <https://journal.balaidiklatkeagamaan.jakarta.go.id/index.php/wawasan/article/view/123>
- Badan Amil Zakat Nasional. (n.d.). Hikmah puasa Ramadhan: Memahami filosofi dan kedalaman makna di balik ibadah puasa. Retrieved from

<https://baznas.go.id/artikel-show/Hikmah-Puasa-Ramadhan:-Memahami-Filosofi-dan-Kedalaman-Makna-di-Balik-Ibadah-Puasa/296>

Republika Online. (n.d.). Esensi puasa Ramadhan: Tidak sebatas menahan lapar dan nafsu (Part 2). Retrieved from

<https://iqra.republika.co.id/berita/rq5x2w430/esensi-puasa-ramadhan-tidak-sebatas-menahan-lapar-dan-nafsu-part2>

Safria, A. (2018). Hakikat puasa Ramadhan dalam perspektif tasawuf (Tafsir Q.S Al-Baqarah: 183). *Jurnal Ibn Abbas*. Retrieved from <https://jurnalibnabbas.ac.id>



RAMADHAN SEBAGAI MOMENTUM EKONOMI UMAT

Prof. Dr. Hj. Darmawati, M.Hum.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam – UIN SI Samarinda

Email: darmawati@uinsi.ac.id

A. Pendahuluan

Ramadhan adalah bulan kesembilan dalam kalender hijriah dan dianggap sebagai bulan paling suci bagi umat Islam di seluruh dunia. Bulan ini merupakan waktu untuk berpuasa, berdoa, merenung, dan bersosialisasi bagi umat Islam karena mereka berusaha untuk memperkuat iman dan menyucikan jiwa mereka. Selama bulan ini, umat Islam berpuasa dari terbit fajar hingga matahari terbenam, dan sebaliknya berfokus pada pertumbuhan rohani dan disiplin diri. Ramadhan adalah waktu untuk meningkatkan amal ibadah, dan umat Islam berusaha untuk memperdalam hubungan mereka dengan Tuhan dan sesama manusia. Selama bulan suci ini, umat Islam juga memperbanyak shalat dan membaca Al-quran. Mereka menghabiskan lebih banyak

waktu di masjid, melakukan shalat malam yang disebut Tarawih, di mana surah-surah dalam Al-quran yang panjang dibacakan. Hal ini memberi kesempatan umat Islam untuk memperdalam ajaran agama dan memohon petunjuk atas segala permasalahan yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Suasana spiritual selama Ramadhan terasa nyata, dengan meningkatnya rasa kebersamaan dan persatuan di antara umat Islam di seluruh dunia. Ini adalah waktu untuk refleksi diri dan pengampunan, karena umat Islam berusaha untuk menjadi pribadi yang lebih baik dan mendekatkan diri kepada Allah Swt. secara totalitas. Ramadhan adalah momentum pembaruan spiritual yang luar biasa bagi umat Islam, untuk itu mereka berusaha untuk memperkuat hubungan mereka dengan iman dan Sang Pencipta. Puasa bukan hanya tentang menahan diri dari makan dan minum, tetapi juga mengendalikan hawa nafsu, seperti marah dan perbuatan buruk lainnya. Hal ini membantu umat Islam untuk meningkatkan kesadaran spiritual, mempererat ikatan dengan Tuhan, serta merenung tentang berkat yang mereka miliki.

Selain itu, di bulan Ramadhan, umat Islam dianjurkan untuk meningkatkan ibadah, seperti shalat, membaca Alquran, dan berzikir. Mereka juga dianjurkan untuk memperbanyak sedekah, memberi makan orang miskin, dan membantu sesama tanpa mengharapkan balasan. Seluruh rangkaian ini bertujuan untuk mencapai kedamaian batin dan mendekatkan diri kepada Allah Swt. serta memperkuat rasa persaudaraan di antara umat Muslim. Selama Ramadhan, umat Islam juga fokus pada kegiatan amal ibadah dan memberi santunan kembali kepada mereka yang membutuhkan. Ini adalah waktu untuk meningkatkan kemurahan hati dan kasih sayang terhadap orang lain, karena umat beriman didorong untuk membantu mereka yang kurang

beruntung di komunitas mereka. Kegiatan selama bulan suci ini juga berfungsi sebagai pengingat akan pentingnya disiplin diri dan pengendalian diri, karena umat Islam menahan diri dari makanan dan minuman dari fajar hingga matahari terbenam. Pengorbanan fisik ini dimaksudkan untuk memurnikan jiwa dan memperkuat hubungan spiritual seseorang kepada Allah Swt. Ramadhan adalah waktu untuk berdoa, refleksi, dan pembaruan iman, karena umat Islam berusaha untuk mendekatkan diri kepada Sang Pencipta dan menjalani hidup sesuai tuntunan ajaran Islam. Salah satu contoh peningkatan kemurahan hati selama Ramadhan adalah tradisi memberi zakat, suatu bentuk amal di mana umat Islam menyumbangkan sebagian dari harta mereka kepada mereka yang membutuhkan. Contoh lainnya adalah menyelenggarakan buka puasa, makan bersama di mana umat Islam berbuka puasa bersama dan mengundang orang lain untuk bergabung dengan mereka dalam semangat persatuan dan berbagi.

Selama Ramadhan, umat Islam juga berusaha untuk meningkatkan amal kebaikan dan kasih sayang terhadap orang lain, karena diyakini bahwa perbuatan baik lebih dihargai selama bulan suci ini. Ini termasuk membantu mereka yang membutuhkan, menjadi relawan di lembaga amal setempat, dan menunjukkan cinta dan rasa hormat kepada semua orang, terlepas dari latar belakang atau status mereka. Dengan mewujudkan nilai-nilai kemurahan hati dan empati, umat Islam bertujuan untuk tidak hanya meningkatkan kesejahteraan spiritual mereka sendiri tetapi juga berkontribusi pada perbaikan masyarakat secara keseluruhan. Ramadhan merupakan momentum untuk meningkatkan diri dan membangun komunitas, menumbuhkan rasa persatuan dan solidaritas di antara umat beriman di seluruh dunia.

Bulan Ramadhan adalah saatnya untuk merenung, berdoa, dan meningkatkan hubungan dengan Allah Swt. Puasa di bulan ini bukan hanya tentang menahan diri dari makan dan minum, tetapi juga tentang menahan diri dari pikiran dan tindakan negatif. Bulan ini adalah waktu untuk membersihkan jiwa, mencari pengampunan, dan memperkuat iman. Ramadhan memang menjadi waktu yang sangat istimewa bagi umat Islam untuk merefleksikan diri, memperbaharui komitmen spiritual, dan memperkuat ikatan dengan sesama. Selain puasa, perbuatan baik seperti berbagi rezeki, saling membantu, dan meningkatkan rasa empati terhadap sesama sangat ditekankan. Ini bukan hanya sekadar menahan diri dari hal-hal duniawi, tetapi juga tentang membersihkan hati dan memperbaiki hubungan dengan Allah Swt dan dengan orang lain. Bulan ini juga mengingatkan umat Islam untuk lebih mensyukuri segala nikmat yang telah diberikan-Nya, serta untuk merasakan apa yang dirasakan oleh mereka yang kurang mampu, sehingga rasa kasih sayang dan kepedulian terhadap sesama semakin tumbuh. Silaturahmi yang terjalin selama bulan Ramadhan mempererat komunitas Muslim, menciptakan rasa kebersamaan dan dukungan spiritual yang sangat berarti bagi semua orang. Dengan ibadah tambahan seperti membaca Alquran dan shalat malam, umat Islam dapat memperdalam makna Ramadhan, menjadikannya sebagai waktu untuk memperbaiki diri, berdoa, dan memohon ampunan serta petunjuk dari Allah Swt. Ramadhan bukan hanya sekadar kewajiban, tetapi juga kesempatan berharga untuk melakukan pembaruan dalam kehidupan spiritual dan sosial umat Islam.

Selama bulan Ramadhan terjadi peningkatan dalam bersedekah atau pemberian santunan dalam masyarakat Muslim, karena dianjurkan untuk menolong mereka yang

membutuhkan. Kegiatan sosial ini tidak hanya menguntungkan mereka yang menerima bantuan tetapi juga memperkuat ikatan persatuan dan solidaritas dalam umat. Selain itu, peningkatan fokus pada disiplin diri dan pertumbuhan spiritual selama Ramadhan dapat berdampak positif pada keuangan pribadi, karena mereka menjadi lebih sadar akan kebiasaan belanja mereka dan memprioritaskan nilai-nilai mereka di atas harta benda. Secara keseluruhan, dampak ekonomi Ramadhan pada masyarakat Muslim melebihi transaksi keuangan dibanding bulan-bulan sebelumnya, karena di bulan ini saatnya Budaya memberi dan pengembangan diri ini menumbuhkan rasa empati dan kasih sayang dalam komunitas, mendorong individu untuk saling mendukung di saat-saat dibutuhkan.

Di bulan Ramadhan ini saatnya umat Muslim berkumpul untuk berbuka puasa dan melakukan ibadah, mereka diingatkan tentang pentingnya membantu mereka yang kurang beruntung dan membantu untuk kebaikan bersama. Melalui upaya kolektif ini, dampak ekonomi Ramadhan melampaui nilai moneter dan berkontribusi pada kesejahteraan dan solidaritas umat secara keseluruhan. Misalnya, selama bulan Ramadhan, masjid dan organisasi menyelenggarakan kegiatan amal dan pengumpulan makanan untuk membantu keluarga yang membutuhkan. Anggota masyarakat menyumbangkan uang, makanan, dan menyumbangkan waktu mereka untuk memastikan bahwa setiap orang memiliki makanan untuk berbuka puasa. Tradisi memberi ini tidak hanya membantu mereka yang sedang berjuang, tetapi juga memperkuat ikatan antar individu dan memperkuat nilai-nilai kasih sayang dan kemurahan hati dalam masyarakat Muslim.

Selain itu, Ramadhan menjadi waktu untuk refleksi spiritual dan pengembangan diri. Umat Muslim didorong

untuk terlibat dalam berbagai tindakan ibadah seperti shalat, membaca Alquran, dan terlibat dalam berbagai tindakan kebaikan terhadap orang lain. Puasa itu sendiri merupakan bentuk disiplin dan pengendalian diri, ketika seseorang berusaha untuk memperbaiki diri selama bulan suci ini, rasa kebersamaan dan dukungan dari sesama Muslim semakin meningkatkan pengalaman spiritual. Melalui praktik dan nilai-nilai bersama ini, Ramadhan menumbuhkan rasa persatuan di antara umat beriman, yang menciptakan rasa solidaritas dan hubungan yang kuat. Rasa persatuan ini terutama terasa selama berbuka puasa bersama, saat keluarga dan sahabat berkumpul untuk berbuka puasa dan berbagi berkah di bulan ini. Kegiatan berbuka puasa bersama keluarga tercinta dan bahkan bersama orang lain akan menumbuhkan rasa persaudaraan dan persahabatan yang melampaui batas budaya dan masyarakat. Saat orang-orang berkumpul untuk berdoa dan merenungkan iman mereka, mereka diingatkan tentang pentingnya kasih sayang, kemurahan hati, dan kerendahan hati dalam kehidupan sehari-hari. Ramadhan menjadi waktu untuk refleksi diri, yang memungkinkan orang-orang untuk kembali berkomitmen pada iman dan nilai-nilai mereka.

Selama bulan suci ini, umat Islam didorong untuk terlibat dalam berbagai kegiatan sosial, dengan tujuan membantu mereka yang kurang beruntung dan membutuhkan. Semangat memberi dan kebaikan meresap ke seluruh masyarakat, saat orang-orang berusaha untuk mewujudkan ajaran Islam dan memberikan dampak positif pada dunia di sekitar mereka. Penekanan pada rasa empati selama Ramadhan ini berfungsi sebagai pengingat akan rasa persaudaraan seluruh umat manusia, yang mendorong orang-orang untuk saling mengulurkan tangan dan mendukung satu sama lain di saat-saat dibutuhkan.

Ramadhan bukan hanya waktu untuk berpuasa dan berdoa, tetapi juga waktu untuk bersatu dan silaturahmi, karena umat Islam berkumpul untuk saling mendukung dan menguatkan dalam perjalanan spiritual mereka. Namun, contoh yang bertentangan dapat dilihat dalam kasus-kasus di mana orang-orang menggunakan Ramadhan sebagai waktu untuk memamerkan kekayaan dan status mereka, alih-alih berfokus untuk membantu mereka yang kurang beruntung. Sebagian orang mungkin lebih mengutamakan acara buka puasa yang mewah dan dekorasi yang mewah daripada tindakan amal dan kasih sayang, yang bertentangan dengan semangat Ramadhan yang sebenarnya.

Ekonomi tradisional selama Ramadhan adalah termasuk jual beli barang di pasar malam, yang dikenal sebagai "bazar", tempat para pedagang mendirikan kios untuk menawarkan berbagai makanan dan produk untuk dibeli. Bazar ini telah menjadi tradisi lama di banyak negara berpenduduk mayoritas Muslim, menyediakan suasana yang ramai dan semarak bagi orang-orang untuk berkumpul dan merayakan bulan suci Ramadhan. Kegiatan ekonomi lainnya selama Ramadhan adalah peningkatan penjualan kurma, yang secara tradisional dikonsumsi untuk berbuka puasa saat matahari terbenam. Perkebunan dan distributor kurma sering melihat lonjakan permintaan selama bulan ini, yang berkontribusi pada keberhasilan ekonomi mereka selama bulan suci.

Lonjakan permintaan kurma ini juga menciptakan peluang bagi petani dan bisnis untuk memanfaatkan pasar, yang mengarah pada peningkatan keuntungan dan pertumbuhan ekonomi dalam industri ini. Popularitas kurma selama Ramadhan juga telah menyebabkan inovasi dalam pemrosesan dan pengemasan kurma, karena perusahaan berusaha untuk memenuhi permintaan yang meningkat akan

buah tradisional ini. Secara keseluruhan, kegiatan ekonomi di sekitar Ramadhan tidak hanya menyatukan masyarakat dalam perayaan, tetapi juga merangsang pertumbuhan dan kemakmuran di berbagai sektor ekonomi. Karena semakin banyak orang membeli kurma untuk berbuka puasa dan sahur, pasar buah ini terus berkembang, menyediakan sumber pendapatan yang stabil bagi petani kurma. Selain itu, meningkatnya permintaan kurma selama Ramadhan mendorong para pelaku bisnis untuk berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan, yang menghasilkan produk-produk baru dan lebih baik yang memenuhi preferensi konsumen. Pada akhirnya, dampak ekonomi Ramadhan meluas melampaui bulan itu sendiri, karena lonjakan permintaan kurma membantu mempertahankan industri ini sepanjang tahun.

Salah satu faktor utama yang berkontribusi pada momentum ekonomi Ramadhan adalah konsep zakat, atau pemberian amal, yang merupakan pilar dasar Islam. Selama bulan suci ini, umat Islam didorong untuk memberikan sebagian dari kekayaan mereka kepada mereka yang membutuhkan, yang selanjutnya merangsang aktivitas ekonomi dalam masyarakat. Tradisi ini tidak hanya membantu mengurangi kemiskinan dan mendukung mereka yang kurang beruntung, tetapi juga menumbuhkan rasa solidaritas dan persatuan di antara umat beragama. Praktik zakat selama Ramadhan berfungsi sebagai pengingat akan pentingnya kemurahan hati dan kasih sayang, yang memperkuat nilai-nilai komunitas dan tanggung jawab sosial. Lebih jauh, penekanan pada amal selama waktu ini menciptakan efek berantai, karena penerima zakat dapat berinvestasi dalam bisnis atau mata pencaharian mereka sendiri, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat Muslim secara keseluruhan.

B. Meningkatkan Konsumsi Halal Peluang dan Tantangan

Pasar halal global telah menunjukkan ekspansi yang luar biasa akhir-akhir ini, didorong oleh populasi Muslim yang signifikan dan terus bertambah, yang mencakup sekitar 23% dari populasi dunia dan diperkirakan mencapai 1,8 miliar individu (Azam & Abdullah, 2020). Selama Ramadhan, permintaan terhadap produk halal, terutama makanan dan minuman, mengalami lonjakan. Banyak umat Islam yang mencari makanan yang tidak hanya halal, tetapi juga berkualitas dan bergizi. Pelaku usaha dapat memanfaatkan momen ini untuk memperkenalkan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada. Dengan mempromosikan produk halal yang inovatif, pelaku usaha dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan.

Kesadaran masyarakat tentang pentingnya konsumsi halal semakin meningkat. Banyak konsumen yang kini lebih selektif dalam memilih produk yang mereka konsumsi, terutama yang berkaitan dengan aspek kehalalan. Hal ini memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengedukasi konsumen tentang keunggulan produk halal, baik dari segi kesehatan maupun keberkahan. Dengan memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai sertifikasi halal, pelaku usaha dapat membangun kepercayaan konsumen.

Banyak bisnis, terutama di negara-negara mayoritas Muslim, menyesuaikan jam operasional mereka untuk mengakomodasi kebiasaan berbelanja dan makan larut malam bagi mereka yang menjalankan puasa. Selain itu, permintaan untuk produk dan layanan tertentu, seperti makanan untuk berbuka puasa (*iftar*) atau hadiah untuk perayaan Idul Fitri, meningkat secara signifikan selama masa ini. Lonjakan aktivitas konsumen ini menghadirkan tantangan

sekaligus peluang bagi bisnis yang ingin memanfaatkan semangat perayaan bulan ini. Bisnis mungkin perlu menambah inventaris dan staf mereka selama ramadan untuk memenuhi permintaan yang meningkat. Di sisi lain, strategi pemasaran dan promosi kreatif yang disesuaikan dengan hari raya dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Secara keseluruhan, ramadan menghadirkan peluang unik bagi bisnis untuk terhubung dengan komunitas mereka dan memanfaatkan semangat kedermawanan dan perayaan yang menjadi ciri khas bulan ini. Dengan memahami dan beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen selama masa ini, bisnis dapat berkembang dan membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan mereka. Meskipun benar bahwa bisnis mungkin perlu berinvestasi dalam peningkatan inventaris dan staf selama Ramadan, penting untuk mempertimbangkan bahwa tidak semua bisnis mungkin memiliki sumber daya untuk melakukannya. Selain itu, beberapa konsumen mungkin lebih fokus pada ketaatan beragama dan beramal selama masa ini, daripada berbelanja barang dan jasa. Meskipun bisnis mungkin mengalami peningkatan penjualan selama bulan ramadan, penting untuk diingat bahwa tidak semua konsumen merayakan hari raya atau memiliki sarana untuk berpartisipasi dalam peningkatan belanja. Selain itu, beberapa bisnis mungkin kesulitan menyeimbangkan tuntutan musim liburan dengan laba bersih mereka.

Pemerintah dan lembaga terkait semakin aktif dalam mendukung pengembangan industri halal. Program-program yang mendorong sertifikasi halal dan pelatihan bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) menjadi salah satu langkah strategis untuk meningkatkan konsumsi halal. Dengan adanya dukungan ini, pelaku usaha dapat lebih mudah mengakses informasi dan sumber daya yang

diperlukan untuk memproduksi dan memasarkan produk halal.

Meskipun Ramadhan dapat menginspirasi berbagai tindakan amal dan kebaikan, penting untuk menyadari bahwa bisnis mungkin menghadapi tantangan selama masa ini karena perubahan jam operasional dan perilaku pelanggan. Selain itu, penekanan pada pertumbuhan spiritual individu mungkin tidak berdampak langsung pada komunitas jika bisnis tidak terlibat aktif dalam upaya membangun komunitas di luar bulan puasa. Meskipun Ramadhan dapat menumbuhkan rasa kebersamaan dan kemurahan hati, bisnis mungkin berjuang dengan gangguan operasional dan perubahan perilaku konsumen selama masa ini. Tidak ada jaminan bahwa pertumbuhan spiritual individu akan menghasilkan komunitas yang lebih kuat jika bisnis tidak berpartisipasi aktif dalam inisiatif membangun komunitas sepanjang tahun. Bisnis harus mempertimbangkan cara menyeimbangkan operasi mereka selama Ramadhan untuk mengakomodasi perubahan perilaku konsumen dan jam operasional. Dengan terlibat aktif dalam upaya membangun komunitas di luar bulan puasa, bisnis dapat memastikan bahwa rasa kebersamaan dan kemurahan hati yang dipupuk selama Ramadhan menghasilkan komunitas yang lebih kuat dan lebih terhubung sepanjang tahun. Pendekatan proaktif ini dapat membantu bisnis tidak hanya mengatasi tantangan Ramadhan tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan dan kohesi komunitas yang mereka layani secara keseluruhan.

Meskipun benar bahwa bisnis dapat memperoleh keuntungan dari peningkatan aktivitas konsumen selama Ramadhan, hanya berfokus pada bulan ini dapat membatasi potensi pertumbuhan mereka sepanjang sisa tahun ini. Dengan mendiversifikasi upaya keterlibatan komunitas mereka di luar bulan puasa, bisnis dapat menciptakan

dampak yang lebih berkelanjutan dan tahan lama pada komunitas lokal mereka.

1. Menjelajahi dampak bisnis yang berpartisipasi dalam inisiatif amal selama Ramadhan dan bagaimana hal itu dapat menumbuhkan niat baik dan loyalitas diantara pelanggan.
2. Membahas pentingnya kepekaan dan pemahaman budaya selama Ramadhan bagi bisnis yang ingin terhubung dengan konsumen Muslim.
3. Menyelidiki cara-cara di mana bisnis dapat mendukung karyawan mereka yang menjalankan puasa selama Ramadhan, mempromosikan lingkungan kerja yang lebih inklusif.
4. Menganalisis strategi pemasaran yang berhasil yang telah diterapkan oleh bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi unik konsumen selama bulan suci.
5. Menyoroti studi kasus bisnis yang telah secara efektif mengintegrasikan layanan masyarakat ke dalam model bisnis mereka, menciptakan dampak positif di luar sekadar keuntungan finansial.

Dengan mengeksplorasi berbagai aspek keterlibatan dengan komunitas Muslim selama Ramadhan, bisnis tidak hanya dapat meningkatkan jangkauan dan keuntungan mereka, tetapi juga berkontribusi pada masyarakat yang lebih beragam dan inklusif. Dengan memahami dan mendukung karyawan mereka yang menjalankan ibadah puasa, bisnis dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih mendukung yang mendorong produktivitas dan loyalitas. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang berhasil yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen Muslim, bisnis dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap keberagaman dan inklusivitas, yang pada akhirnya mengarah

pada keberhasilan jangka panjang dan dampak sosial yang positif.

Strateginya termasuk menawarkan diskon atau promosi khusus selama bulan tersebut, menciptakan produk atau layanan bertema Ramadhan, dan bermitra dengan *influencer* atau organisasi yang melayani khalayak Muslim. Selain itu, bisnis dapat menyelenggarakan acara komunitas atau inisiatif amal yang sejalan dengan nilai-nilai Ramadhan, menunjukkan dukungan mereka terhadap komunitas Muslim dan menarik pelanggan baru dalam prosesnya. Secara keseluruhan, dengan merangkul semangat Ramadhan dan mengadaptasi strategi mereka sesuai dengan itu, bisnis tidak hanya dapat berkembang selama bulan suci ini tetapi juga membangun hubungan yang langgeng dengan basis pelanggan yang beragam. Salah satu argumen tandingan adalah bahwa beberapa bisnis mungkin melihat promosi bertema Ramadan sebagai sesuatu yang tidak tulus, yang berpotensi mengasingkan pelanggan Muslim alih-alih menarik mereka. Selain itu, beberapa anggota komunitas Muslim mungkin lebih menyukai bisnis yang menunjukkan inklusivitas sepanjang tahun daripada hanya selama hari raya keagamaan tertentu.

1. Bisnis dapat mempertimbangkan penerapan strategi sepanjang tahun untuk menunjukkan inklusivitas terhadap pelanggan Muslim, daripada hanya berfokus pada promosi bertema Ramadhan. Misalnya, restoran dapat menawarkan beragam menu yang mencakup pilihan halal dan menyelenggarakan acara sepanjang tahun yang merayakan budaya dan tradisi Muslim, menciptakan lingkungan yang ramah bagi semua pelanggan.
2. Menjelajahi cara bagi bisnis untuk benar-benar memasukkan semangat Ramadhan ke dalam upaya

pemasaran dan keterlibatan pelanggan mereka, lebih dari sekadar diskon promosi. Misalnya, merek pakaian dapat bermitra dengan *influencer* untuk menciptakan koleksi busana sederhana yang terinspirasi oleh tradisi Ramadhan, menarik bagi pelanggan Muslim sambil tetap setia pada nilai-nilai budaya mereka. Selain itu, bisnis dapat menyelenggarakan kegiatan amal atau acara komunitas selama Ramadhan untuk melibatkan pelanggan dengan cara yang bermakna dan menunjukkan komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial.

3. Membahas pentingnya memahami kepekaan dan nuansa budaya saat menargetkan pelanggan selama Ramadhan, ini dapat melibatkan penawaran paket makanan khusus yang memenuhi batasan makanan halal, atau memastikan bahwa materi pemasaran menghormati dan mencakup makna keagamaan hari raya tersebut. Dalam satu contoh, merek kosmetik dapat merilis produk edisi terbatas dengan kemasan yang terinspirasi oleh seni atau kaligrafi Islam, menarik pelanggan Muslim dan menunjukkan pemahaman dan penghargaan terhadap warisan budaya mereka.
4. Menganalisis studi kasus bisnis yang telah berhasil membangun hubungan jangka panjang dengan basis pelanggan yang beragam dengan merangkul keragaman budaya dan inklusivitas dalam strategi mereka. Salah satu studi kasus tersebut dapat berupa layanan pengiriman makanan yang menawarkan paket makanan Ramadan khusus, yang menarik pelanggan Muslim dan menumbuhkan loyalitas melalui pemahaman mereka terhadap kebutuhan makanan mereka selama bulan suci. Contoh lain dapat berupa distributor pakaian yang bekerja sama dengan desainer lokal dari berbagai latar belakang

budaya untuk menciptakan koleksi yang merayakan keragaman dan menarik bagi berbagai macam pelanggan.

5. Mengatasi tantangan potensial yang mungkin dihadapi bisnis saat mencoba menyesuaikan strategi mereka untuk hari raya keagamaan tertentu seperti Ramadhan, dan menawarkan solusi untuk mengatasinya secara efektif. Meskipun penting bagi bisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan Muslim mereka selama Ramadhan, penting juga untuk memastikan bahwa upaya ini tidak dianggap sebagai sesuatu yang bersifat simbolis atau eksploitatif. Perusahaan harus berusaha untuk benar-benar memahami dan menghormati makna keagamaan dari hari raya tersebut, daripada hanya menggunakannya sebagai peluang pemasaran. Misalnya, merek pakaian dapat menawarkan pilihan pakaian yang sederhana dan nyaman selama Ramadhan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan Muslim yang menjalankan ibadah puasa dan shalat. Untuk mengatasi tantangan potensial seperti ketika promosi, perusahaan dapat berkolaborasi dengan *influencer* Muslim untuk memastikan bahwa pesan pemasaran mereka peka terhadap kebutuhan konsumen.
6. Menjelajahi manfaat terlibat dengan komunitas yang beragam dan bagaimana hal itu dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan pengenalan merek. Misalnya, warung tradisional dapat menawarkan jam operasional tambahan selama Ramadhan untuk melayani pelanggan Muslim yang mungkin perlu berbelanja setelah berbuka puasa. Selain itu, restoran dapat membuat menu buka puasa khusus dengan hidangan tradisional untuk menarik pelanggan Muslim yang mencari tempat untuk berbuka puasa selama bulan suci.

7. Diakhiri dengan ajakan bertindak bagi para pelaku bisnis untuk memprioritaskan keberagaman budaya dan inklusivitas dalam upaya pemasaran dan keterlibatan pelanggan mereka agar benar-benar terhubung dengan semua demografi. Dengan merangkul perbedaan budaya dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam, bisnis dapat mengembangkan merek yang lebih kuat dan lebih inklusif yang beresonansi dengan khalayak yang lebih luas. Selain itu, restoran dapat membuat menu buka puasa khusus dengan hidangan tradisional untuk menarik pelanggan Muslim yang mencari tempat untuk berbuka puasa selama bulan suci. Bisnis harus memprioritaskan keberagaman budaya dan inklusivitas dalam upaya pemasaran dan keterlibatan pelanggan mereka agar benar-benar terhubung dengan semua demografi. Dengan merangkul perbedaan budaya dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam, bisnis dapat mengembangkan merek yang lebih kuat dan lebih inklusif.

C. Ramadhan Sebagai Kesempatan untuk Meningkatkan Ekonomi Umat Melalui Filantropi

Di samping makna spiritual Ramadhan yang mendalam bagi umat Islam yang beriman, bulan suci ini juga memberikan kesempatan unik untuk memperkuat posisi ekonomi *ummah* (komunitas Muslim global) melalui kekuatan pemberian amal. Ramadhan adalah bulan yang penuh berkah dan kesempatan bagi umat Islam untuk memperdalam iman dan meningkatkan amal ibadah. Selain sebagai waktu untuk berpuasa dan beribadah, Ramadhan juga menjadi momentum yang sangat berharga untuk meningkatkan ekonomi umat melalui kegiatan filantropi. Filantropi, dalam konteks ini, mencakup berbagai bentuk sumbangan, zakat, infak, dan sedekah yang dapat membantu

meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tulisan ini akan menyampaikan bagaimana Ramadhan dapat dimanfaatkan sebagai kesempatan untuk meningkatkan ekonomi umat melalui filantropi, serta dampak positif yang dapat dihasilkan dari kegiatan tersebut.

Selama bulan Ramadan, konsep beramal dan memberi kembali kepada mereka yang membutuhkan sangat ditekankan dalam Islam. Salah satu dari Lima Rukun Islam, zakat adalah bentuk beramal wajib yang wajib diberikan umat Islam kepada mereka yang kurang beruntung. Dengan mendorong praktik zakat selama bulan Ramadhan, bisnis juga dapat berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi di dalam komunitas mereka. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai inisiatif seperti menyumbangkan sebagian dari penjualan kepada organisasi amal, mensponsori makanan berbuka puasa bagi mereka yang membutuhkan, atau bahkan menyediakan kesempatan kerja bagi kelompok-kelompok yang terpinggirkan. Dengan menggabungkan prinsip-prinsip beramal dan memberi kembali ini ke dalam praktik bisnis mereka, perusahaan tidak hanya dapat memberikan dampak positif pada masyarakat tetapi juga memperkuat keberlanjutan ekonomi mereka sendiri dalam jangka panjang. Meskipun mendorong bisnis untuk mempraktikkan zakat selama bulan Ramadan dapat menghasilkan manfaat jangka pendek bagi kelompok-kelompok yang terpinggirkan, hal itu mungkin tidak mengatasi akar penyebab kemiskinan dan kesenjangan dalam jangka panjang. Selain itu, mengandalkan sumbangan amal dari bisnis mungkin bukan solusi yang berkelanjutan untuk mengatasi masalah sistemik pemberdayaan ekonomi dalam masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk tidak hanya memberikan sumbangan satu kali, tetapi juga berfokus pada penerapan strategi jangka panjang yang

mendorong pembangunan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Dengan berinvestasi dalam pendidikan, pelatihan, dan infrastruktur di dalam masyarakat, bisnis dapat membantu menciptakan masyarakat yang lebih berkelanjutan dan adil bagi semua. Pada akhirnya, bisnis memiliki kekuatan untuk memberikan dampak yang berkelanjutan dengan berpartisipasi aktif dalam inisiatif yang mengatasi akar penyebab kemiskinan dan kesenjangan, daripada sekadar memberikan bantuan sementara melalui sumbangan amal. Misalnya, perusahaan dapat memilih untuk bermitra dengan sekolah setempat untuk menyediakan program pelatihan kejuruan bagi siswa di masyarakat yang kurang mampu, membantu mereka mengembangkan keterampilan yang berharga dan mengamankan kesempatan kerja. Selain itu, berinvestasi dalam proyek infrastruktur berkelanjutan seperti sistem air bersih atau sumber energi terbarukan tidak hanya dapat meningkatkan kualitas hidup penduduk, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan merangsang pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang.

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan umat. Selama bulan Ramadhan, umat Islam diwajibkan untuk membayar zakat, terutama zakat fitrah, yang bertujuan untuk membersihkan harta dan membantu mereka yang membutuhkan. Zakat tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai instrumen ekonomi yang dapat mendistribusikan kekayaan secara lebih adil. Dengan mengumpulkan dan mendistribusikan zakat secara efektif, lembaga-lembaga zakat dapat membantu mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Selain zakat, sedekah dan infak juga menjadi bentuk filantropi yang sangat dianjurkan selama Ramadhan. Umat Islam didorong untuk memberikan sumbangan kepada

mereka yang membutuhkan, baik dalam bentuk uang, makanan, atau barang lainnya. Kegiatan ini tidak hanya membantu mereka yang kurang beruntung, tetapi juga memperkuat rasa solidaritas dan kepedulian sosial di antara anggota masyarakat. Dengan meningkatkan partisipasi dalam kegiatan sedekah dan infak, umat Islam dapat menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Banyak organisasi dan lembaga sosial yang mengadakan program-program kemanusiaan selama bulan Ramadhan. Program ini sering kali mencakup pembagian makanan, penyediaan layanan kesehatan, dan pendidikan bagi anak-anak kurang mampu. Melalui program-program ini, filantropi tidak hanya memberikan bantuan langsung, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan kapasitas masyarakat. Dengan meningkatkan akses terhadap pendidikan dan layanan kesehatan, filantropi dapat membantu menciptakan generasi yang lebih produktif dan mandiri.

Salah satu dampak paling signifikan dari kegiatan filantropi selama Ramadhan adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan adanya zakat, sedekah, dan infak, masyarakat yang kurang mampu dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka, seperti makanan, tempat tinggal, dan pendidikan. Hal ini tidak hanya membantu mereka bertahan hidup, tetapi juga memberikan kesempatan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Ketika masyarakat sejahtera, secara otomatis perekonomian lokal juga akan meningkat. Filantropi juga dapat berperan dalam mendorong kewirausahaan di kalangan masyarakat. Dengan adanya bantuan modal dari zakat atau sumbangan, individu atau kelompok yang memiliki potensi usaha dapat memulai atau mengembangkan bisnis mereka. Kewirausahaan yang

tumbuh dari kegiatan filantropi dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi angka pengangguran. Dengan demikian, filantropi tidak hanya memberikan bantuan sementara, tetapi juga menciptakan solusi jangka panjang untuk masalah ekonomi.

Kegiatan filantropi selama Ramadhan juga berkontribusi pada pembangunan jaringan sosial dan ekonomi di masyarakat. Ketika individu dan kelompok terlibat dalam kegiatan amal, mereka tidak hanya membantu orang lain, tetapi juga membangun hubungan yang kuat dengan sesama. Jaringan ini dapat menjadi sumber dukungan dan kolaborasi di masa depan, baik dalam konteks sosial maupun ekonomi. Dengan membangun komunitas yang saling mendukung, umat Islam dapat menciptakan ekosistem yang lebih kuat dan berkelanjutan.

D. Membangun Ekonomi Syariah yang Berkelanjutan: Peran Ramadhan dalam Meningkatkan Zakat dan Sedekah.

Membangun sistem ekonomi Islam yang kuat dan berkeadilan sangat penting bagi kesejahteraan dan kohesi sosial masyarakat Muslim secara keseluruhan (Sarniti & Wirdyaningsih, 2020). Bulan suci Ramadhan merupakan periode krusial dalam kalender Islam, karena bulan ini menandai introspeksi spiritual yang mendalam, transformasi pribadi, dan peningkatan ekspresi pemberian amal di kalangan umat beriman (Adebayo, 2020; Dogorawa, 2020; Zauro et al., 2020). Inti dari kerangka ekonomi Islam terletak pada lembaga zakat, sistem pemberian sedekah wajib yang berakar pada perintah Alquran untuk mendukung mereka yang kurang beruntung dan mendorong distribusi kekayaan yang adil dalam masyarakat (Zauro dkk., 2020; Dogarawa, 2010). Ramadhan yang dalam praktik zakat dan sedekah

dapat memainkan peran penting dalam menumbuhkan model ekonomi Islam yang berkelanjutan dan berkeadilan sosial yang memberdayakan kaum terpinggirkan, memperkuat inklusi keuangan, dan menumbuhkan semangat solidaritas serta kesejahteraan bersama (Zauro et al., 2020; Sarniti & Wirdyaningsih, 2020; Adebayo, 2020; Dogarawa, 2010).

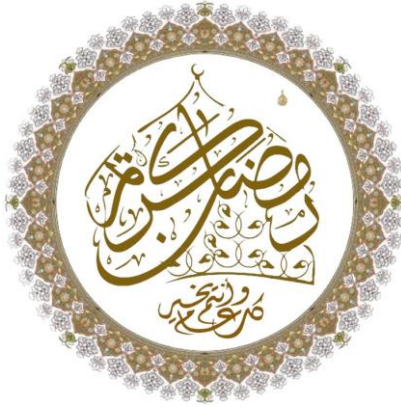
E. Daftar Pustaka

- Abdul-Mutalib, M. I., & Ali, A. (2015). Challenges in the implementation of halal certification in Malaysia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 8(1), 68-83.
- Ali, M. (2016). *Islamic economics: Theory and practice*. Routledge.
- Ali, A. Y. (2011). The role of Islamic philanthropy in economic development: A case study of zakat and sadaqah in Indonesia. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 7(1), 1-15.
- Asutay, M., & Kadioglu, S. (2019). The future of halal: Opportunities and challenges in the global market. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(2), 233-245.
- Azmi, S. (2019). Zakat and economic development: A study on the role of zakat in enhancing economic growth. *Journal of Islamic Economics*, 7(2), 45-60.
- Bakar, O. (2017). Ramadan and the dynamics of Islamic philanthropy: A review of the literature. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 10(3), 350-366.

- Brown, A. (2019). Balancing cultural diversity and business success: Strategies for long-term growth. *Harvard Business Review*, 30(4), 55-67.
- Hasan, M. (2018). Ramadhan dan peningkatan konsumsi: Analisis ekonomi keluarga. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 10(3), 201-215.
- Hasan, Z. (2020). The role of Ramadan in promoting charitable giving: An empirical study. *International Journal of Islamic Finance*, 12(1), 23-37.
- Hossain, M. A., & Ali, M. (2020). Halal food: A global perspective on halal certification and its impact on consumer behavior. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 715-730.
- Ismail, A. R., & Ali, H. (2021). Opportunities and challenges in the global halal market: A review. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 678-693.
- Kurniawan, A. (2019). Ekonomi syariah: Peluang dan tantangan di bulan Ramadhan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 123-135.
- Livermore, D. A. (2016). *Memimpin dengan kecerdasan budaya: Rahasia sukses yang sesungguhnya*. AMACOM.
- Mardani, A., & Rakhmani, I. (2018). Sustainable development goals and the role of Islamic philanthropy: A case study of zakat and sadaqah. *Journal of Islamic Business and Management*, 8(1), 77-92.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 97-112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>

- Mohsin, M. (2018). Philanthropy in Islam: The role of zakat and sadaqah in economic empowerment. *Journal of Islamic Marketing*, 9(1), 2-16.
- Mohsin, M., & Lockyer, J. (2010). The role of halal certification in the food industry: A review. *British Food Journal*, 112(8), 876-891.
- Nardon, L., & Steers, R. M. (2017). *Bisnis internasional di dunia VUCA: Perubahan peran negara dan perusahaan*.
- Nuraini, L., & Susanto, H. (2017). Perilaku konsumen di bulan Ramadhan: Implikasi terhadap ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 9(1), 67-80.
- Prasetyo, B. (2022). Strategi bisnis selama Ramadhan: Peluang dan tantangan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(2), 112-126.
- Rahman, A. (2020). Enhancing economic growth through philanthropy during Ramadan: Opportunities and challenges. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(3), 431-445.
- Rahman, A. (2021). The impact of Ramadan on zakat and sadaqah: A comparative analysis. *Islamic Economic Studies*, 29(1), 15-30.
- Rahman, A. A., & Choudhury, M. (2019). Consumer awareness and perception of halal products: A study of Malaysian consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 245-261.
- Ramadhan sebagai momentum ekonomi: Peluang dan tantangan. (2021). Retrieved from www.example.com/ramadhan-momentum-ekonomi

- Sadeq, A. M. (2002). Islamic philanthropy and economic development: The role of zakat in poverty alleviation. *International Journal of Social Economics*, 29(3), 252-262.
- Sari, R. A., & Rahman, F. (2020). Dampak bulan Ramadhan terhadap perekonomian mikro: Studi kasus di Kota X. *Jurnal Penelitian Ekonomi*, 12(1), 45-60.
- Shafii, Z. (2017). Building a sustainable Islamic economy: The role of zakat and sadaqah during Ramadan. *Journal of Islamic Finance*, 6(2), 112-125.
- Smith, J. (2020). The importance of cultural inclusivity in business success. *Journal of Business Ethics*, 45(2), 210-225.
- Sudarman, A. (2018). Strategi komunikasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat maal. *Communicatus Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 39–58.
<https://doi.org/10.15575/cjik.v2i1.5056>
- Zainuddin, A. (2021). Peran Ramadhan dalam pembangunan ekonomi umat: Sebuah tinjauan teoritis. *Jurnal Ekonomi Islam*, 15(4), 78-90.
- Zain, M. (2019). The impact of Ramadan on philanthropic giving: A study of Muslim communities. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 31(2), 165-182.



EKOSISTEM EKONOMI ISLAMI DI BULAN RAMADHAN

Azlina, S.E., M.Si.

Program Studi Analis Keuangan - Politeknik Kutaraja

Email: azlinazto@gmail.com

A. Pendahuluan

Ramadhan menjadi bulan yang spesial bagi umat Islam di seluruh dunia. Di bulan ini orang-orang berlomba-lomba meningkatkan kualitas dan kuantitas ibadahnya dengan melakukan berbagai amal kebaikan. Pada bulan ini biasanya juga terjadi peningkatan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang cukup signifikan. Berita Republika, dampak ekonomi ramadhan dan lebaran akan mempengaruhi kuartal I dan kuartal II 2024 mencapai lebih dari 5 persen (yoy) sebagaimana laju pertumbuhan pada kuartal II tahun 2023, yaitu 5,17 persen (yoy)

Hal ini karena adanya tradisi masyarakat Indonesia yang lebih banyak berbelanja pada bulan ramadhan. Meningkatnya pengeluaran masyarakat karena terjadinya

peningkatan konsumsi seperti makanan dan minuman untuk berbuka puasa hingga kebutuhan persiapan makanan untuk perayaan idul fitri mempersiapkan pakaian lebaran, membeli alat-alat kebutuhan ibadah, meningkatkan antusias berinfaq dan bersadaqah hingga puncaknya membayar zakat fitrah batas waktu sebelum sholat ledul fitri dilaksanakan. Pada bulan ramadhan juga terdapat wisata religi yang bisa diikuti oleh hampir semua tingkatan umur dibukanya pesantren khusus ramadhan baik di masjid masjid ataupun di pondok pesantren. Kebutuhan transportasi juga meningkat untuk pendistribusian kebutuhan masyarakat hingga transportasi untuk kebutuhan mudik lebaran bagi masyarakat yang ingin bersilaturahmi di kampung halamannya. Pada bulan Ramadhan biasanya perusahaan memberikan karyawannya tunjangan hari raya (THR) dan bagi ASN bukan hanya mendapatkan THR, tapi juga gaji 13. Hal ini juga mendorong meningkatkan daya beli masyarakat untuk berbelanja.

Peningkatan konsumsi masyarakat ini mendorong munculnya usaha-usaha kecil yang sifatnya musiman seperti banyaknya masyarakat yang mendadak berjualan makanan dan minuman halal, berjualan pakaian dan perlengkapan ibadah secara kredit dan tunai, meningkatnya alat transportasi darat dadakan untuk memenuhi kebutuhan orang-orang untuk pulang mudik. Selain itu juga terjadi peningkatan jumlah transaksi belanja *E-commerce* dan *market place*. Ini semua ikut meningkatkan transaksi keuangan. Berdasarkan jumlah uang yang beredar yang dirilis Bank Indonesia (BI), kredit konsumsi mengalami pertumbuhan sebesar 6% pada bulan Maret (liputan6.com)

Umat Islam perlu menjaga momentum Ramadhan agar seluruh kegiatan bernilai ibadah dan memberi keberkahan. Oleh karena itu maka praktik-praktik yang tidak sesuai syariah perlu dihindari seperti riba, mubazir,

eksploitasi harga dan sebagainya. Bulan Ramadhan sebagai bulan pembelajaran perlu bagi umat menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islami yang berkeadilan, berkah dan mengedepankan kesejahteraan masyarakat terutama bagi golongan yang kurang mampu melalui redistribusi kekayaan melalui zakat, infak, dan sedekah. Ini sejalan dengan perintah Allah Swt. dalam Alquran dan Hadis sehingga terbentuk ekosistem ekonomi Islami di bulan Ramadhan dan berkelanjutan sesudah Ramadhan.

B. Ekosistem Ekonomi Islami di Bulan Ramadhan

Ekosistem ekonomi meliputi berbagai aktivitas ekonomi seperti perdagangan, konsumsi, filantropi, dan bisnis halal, dijalankan dengan memperhatikan nilai-nilai Islam seperti keberkahan, keadilan, keseimbangan, dan kesejahteraan sosial (Ahmed, 2019). Di bulan Ramadhan, sistem ekonomi yang berkembang selama bulan Ramadhan didasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam.

1. Prinsip Ekonomi Syariah dalam Transaksi

a. Keberkahan

Keberkahan dalam ekonomi Islam menjadi tujuan utama dalam perdagangan, ditandai adanya nilai tambah dan manfaat yang luas dari suatu transaksi atau aktivitas ekonomi, baik bagi individu maupun masyarakat secara keseluruhan. Keberkahan tidak saja dinilai dari keuntungan materiil, tetapi juga dari dampak positif, seperti ketenangan hati, keadilan dalam perdagangan, dan kesejahteraan sosial. Transaksi ekonomi yang dilakukan sesuai dengan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan tanpa unsur haram akan membawa keberkahan bagi semua pihak yang terlibat. Prinsip ekonomi Islami menekankan transaksi yang

membawa keberkahan bagi semua pihak yang terlibat (Ahmed, 2019).

Ciri-Ciri transaksi yang berkah:

- 1) Bersumber dari Rezeki yang Halal: Harta yang diperoleh dari cara yang halal akan lebih memberikan ketenangan dan keberkahan bagi pemiliknya.
- 2) Mengandung Nilai Kejujuran dan Transparansi: Kejujuran dalam transaksi akan menghasilkan keberkahan yang membawa kesejahteraan bagi kedua belah pihak.
- 3) Tidak Merugikan Salah Satu Pihak: Keberkahan muncul ketika transaksi dilakukan secara adil dan tidak mengeksploitasi pihak lain.
- 4) Memiliki Dampak Sosial yang Positif: Transaksi yang berkah adalah yang memberikan manfaat bagi masyarakat luas, misalnya melalui perdagangan yang menciptakan lapangan kerja atau produk yang bermanfaat.

Allah Swt. berfirman dalam Alquran:

"Dan sekiranya penduduk negeri beriman dan bertakwa, pasti Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi..." (QS. Al-A'raf: 96).

Dalam hadis, Rasulullah Saw. juga menegaskan:

"Sesungguhnya jual beli harus dilakukan dengan suka rela (tanpa paksaan), dan Allah memberkahi jual beli yang jujur dan adil." (HR. Bukhari dan Muslim).

b. Larangan Riba, *Gharar*, dan *Maysir*

1) Larangan Riba

Riba adalah tambahan yang dikenakan dalam transaksi pinjam-meminjam atau jual-beli yang tidak sesuai dengan syariah. Riba dilarang dalam Islam karena menimbulkan ketidakadilan dan eksploitasi ekonomi. Islam melarang praktik ekonomi yang mengandung unsur ketidakpastian, perjudian, dan riba untuk menciptakan sistem ekonomi yang adil (Chapra, 2020).

Jenis-jenis riba:

1. Riba *Qardh*: Tambahan yang disyaratkan dalam pinjaman.
2. Riba *Fadl*: Pertukaran barang sejenis dengan tambahan yang tidak seimbang.
3. Riba *Nasi'ah*: Penundaan pembayaran dengan tambahan nilai.

Dampak negatif riba dalam ekonomi:

1. Menciptakan Ketimpangan Sosial: Sistem berbasis riba menguntungkan orang kaya dan semakin membebani orang miskin.
2. Menghambat Pertumbuhan Ekonomi yang Sehat: Riba mendorong transaksi spekulatif yang tidak memiliki manfaat nyata bagi perekonomian.
3. Menimbulkan Ketidakberkahan dalam Harta: Harta yang diperoleh melalui riba tidak membawa ketenangan dan keberkahan bagi pemiliknya.

2) Larangan *Gharar* (Ketidakpastian dalam Transaksi)

Gharar adalah ketidakjelasan dalam transaksi yang dapat merugikan salah satu pihak karena informasi yang tidak transparan.

Contoh *gharar* dalam praktik ekonomi:

1. Jual beli yang tidak jelas objeknya (misalnya menjual sesuatu yang belum dimiliki).
2. Kontrak yang tidak jelas syarat dan ketentuannya (misalnya asuransi konvensional yang mengandung ketidakpastian dalam klaim dan pembayaran premi).

Dampak Negatif *Gharar*

1. Menimbulkan Ketidakadilan dalam Transaksi: Salah satu pihak berpotensi mengalami kerugian karena informasi yang tidak lengkap.
2. Menyebabkan Perselisihan dalam Bisnis: Ketidakjelasan dalam perjanjian bisnis yang dapat memicu konflik hukum.

3) Larangan *Maysir* (Perjudian)

Maysir adalah aktivitas ekonomi yang berbasis spekulasi dan keuntungan yang diperoleh secara tidak wajar atau tanpa usaha yang jelas, seperti perjudian atau trading spekulatif yang tidak memiliki *underlying asset*.

Dampak negatif *maysir*:

1. Menghilangkan Nilai Produktivitas dalam Ekonomi: Perjudian tidak memberikan kontribusi nyata dalam menciptakan nilai ekonomi.

2. Memicu Ketidakstabilan Keuangan: Banyak individu atau perusahaan yang bangkrut akibat spekulasi berlebihan.
3. Menimbulkan Dampak Sosial yang Buruk: Masyarakat yang terbiasa dengan spekulasi cenderung kehilangan etos kerja dan ketergantungan pada faktor keberuntungan.

Solusi ekonomi Islam terhadap *riba*, *gharar*, dan *maysir*:

1. Perbankan Syariah sebagai Alternatif Bebas Riba: Sistem keuangan Islam menawarkan pembiayaan berbasis bagi hasil seperti mudarabah dan musyarakah.
2. Kontrak Bisnis yang Transparan dan Adil: Islam menganjurkan akad jual- beli yang jelas dan sesuai syariah, seperti murabahah (jual beli dengan margin keuntungan yang disepakati).
3. Investasi yang Berbasis Aset Riil: Investasi dalam ekonomi Islam harus berbasis aset nyata dan memiliki manfaat bagi masyarakat.

Islam melarang praktik ekonomi yang mengandung unsur ketidakpastian, perjudian, dan riba untuk menciptakan sistem ekonomi yang adil (Chapra, 2020).

c. Dorongan untuk Bisnis Halal dan *Thayyib*

Halal adalah produk, sumber pendapatan, maupun cara pengelolaan yang sesuai dengan hukum syariah. *Thayyib* adalah sesuatu itu tidak hanya halal tetapi juga baik, sehat, dan bermanfaat bagi konsumen.

Bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah tidak hanya halal secara hukum tetapi juga baik secara etika dan moral (Usmani, 2018).

Karakteristik bisnis halal dan *thayyib*:

- 1) Sumber Bahan dan Produksi yang Halal: Dalam menghasilkan produk haruslah menggunakan bahan baku yang halal, tidak mengandung unsur haram dan diproses dengan cara yang sesuai dengan syariah.
- 2) Proses Produksi yang Etis: Dalam menghasilkan produk tidak melakukan eksploitasi pekerja, tetap menjaga kelestarian lingkungan, dan mengutamakan kesejahteraan sosial.
- 3) Praktik Bisnis yang Jujur dan Transparan: Tidak ada unsur penipuan, pengurangan timbangan, atau manipulasi harga.
- 4) Dampak Positif bagi Konsumen dan Masyarakat: Produk yang dihasilkan tidak hanya halal, tetapi juga memberikan manfaat bagi kesehatan dan kesejahteraan masyarakat.

Keuntungan menerapkan prinsip halal dan *thayyib* dalam bisnis:

- 1) Meningkatkan Kepercayaan Konsumen: Konsumen Muslim semakin sadar akan pentingnya produk halal, sehingga bisnis berbasis halal memiliki pasar yang lebih luas.
- 2) Mendapatkan Keberkahan dalam Usaha: Bisnis yang dilakukan dengan cara yang benar akan membawa ketenangan dan keberlanjutan jangka panjang.
- 3) Menjadi Bagian dari Ekosistem Ekonomi Islam: Bisnis halal berkontribusi dalam menciptakan ekosistem ekonomi Islam yang lebih kuat dan berkembang.

2. Peningkatan Kegiatan Ekonomi Berbasis Syariah

a. Meningkatkan Perdagangan Makanan dan Kebutuhan Pokok

Di Bulan Ramadhan konsumsi makanan dan kebutuhan pokok meningkat atas makan segar dan makanan siap saji yang berkaitan dengan ibadah (BPS, 2021). Pola makan masyarakat berubah adanya tradisi berbuka puasa bersama dan sahur dengan makanan yang lebih berkualitas didukung pula karena adanya tunjangan hari raya (THR) sehingga meningkatkan daya beli. Bermunculan bazar yang menawarkan makanan khas Ramadhan dan distribusi zakat fitrah dalam bentuk makanan pokok.

b. Tren Konsumsi Masyarakat yang Meningkat

Pola konsumsi masyarakat selama Ramadhan mengalami peningkatan yang signifikan, yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi (Hassan, 2017). Perubahan pola konsumsi memberi dampak peningkatan konsumsi hingga pertumbuhan sector ritel dimana toko dan supermarket mengalami lonjakan penjualan, terutama dalam kategori makanan, minuman, pakaian, dan perlengkapan ibadah. Industri kuliner juga berkembang pesat ditandai dengan warung makan, restoran, dan pedagang kaki lima mendapatkan keuntungan besar dari tingginya permintaan makanan berbuka puasa. Penjualan produk Islami seperti pakaian Muslim, parfum non-alkohol, dan suplemen halal mengalami peningkatan permintaan. Beberapa kelompok masyarakat menghabiskan lebih banyak untuk makanan dan kebutuhan lainnya, yang berpotensi menyebabkan pemborosan jika tidak dikelola dengan baik.

c. Peran Pasar Halal dan UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berbasis syariah berkembang pesat selama Ramadhan untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim (Karim, 2019). Permintaan terhadap produk halal meningkat dimana konsumen Muslim lebih selektif dalam memilih produk yang memiliki sertifikasi halal, terutama dalam makanan dan minuman. Banyaknya usaha mikro yang muncul di bulan Ramadhan misalnya, usaha katering berbuka puasa, penjualan takjil, dan industri pakaian Muslim. Dukungan dari fintech syariah yang memberi layanan keuangan berbasis syariah, seperti pembiayaan UMKM melalui platform *peer-to-peer lending* syariah, memudahkan pengusaha kecil mendapatkan modal. Pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas seperti banyak masjid dan lembaga zakat yang memberikan modal usaha bagi masyarakat kurang mampu untuk menjalankan bisnis selama Ramadhan.

3. Pemberdayaan Sosial Melalui Filantropi Islam

Zakat fitrah dan zakat maal didistribusikan untuk membantu kelompok kurang mampu, sehingga mendorong pemerataan ekonomi umat (Badan Amil Zakat Nasional [BAZNAS], 2022). Infak dan sedekah semakin meningkat sebagai bentuk kepedulian sosial, yang berkontribusi pada penguatan ekonomi berbasis komunitas (Obaidullah, 2016).

Wakaf produktif dimanfaatkan untuk pembangunan ekonomi umat secara berkelanjutan, seperti investasi dalam sektor pendidikan dan kesehatan (Mirakhor, 2018).

4. Transformasi Digital dalam Ekonomi Islami

Penggunaan fintech syariah dalam transaksi perbankan dan donasi zakat secara online semakin berkembang dan memudahkan umat dalam bertransaksi sesuai prinsip Islam (Huda, 2020). *E-commerce* halal dan *marketplace* syariah semakin diminati sebagai alternatif bagi konsumen Muslim yang ingin memastikan kehalalan produk yang mereka beli (Aziz, 2021). Teknologi dimanfaatkan untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi distribusi dana sosial Islam (Rizqi, 2022).

5. Dampak terhadap Pelaku Usaha

Peningkatan permintaan terhadap produk halal, terutama dalam industri makanan, pakaian Muslim, dan perlengkapan ibadah, menyebabkan banyak pelaku usaha memanfaatkan peluang ini (BPS, 2022). Bisnis menerapkan strategi pemasaran Islami dengan nilai kejujuran, keberkahan, dan kemanfaatan bagi umat sebagai nilai tambah yang menarik pelanggan (Ismail, 2021). Tantangan dan peluang bisnis halal semakin terbuka dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap prinsip syariah (Rahman, 2019).

6. Keberlanjutan Ekonomi Islam Pasca-Ramadhan

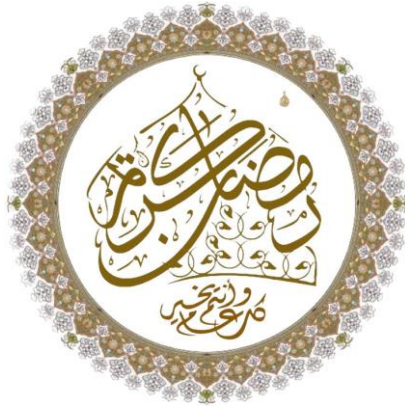
Penguatan koperasi syariah dan komunitas berbasis ekonomi Islam menjadi langkah penting dalam membangun ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Kurnia, 2022). Membangun kebiasaan konsumsi yang bijak agar tidak boros dan tetap berbasis keberkahan merupakan bagian dari ajaran Islam untuk mencapai keseimbangan ekonomi (Al-Qaradawi, 2018). Mendorong investasi dalam sektor-sektor halal yang dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi umat Islam

menjadi fokus utama untuk pertumbuhan ekonomi syariah (Siddiqi, 2019).

C. Daftar Pustaka

- Ahmed, H. (2019). *Principles of Islamic Economics and Finance*. 2nd ed. London: Routledge.
- Al-Qaradawi, Y. (2018). *The Lawful and the Prohibited in Islam*. 3rd ed. Cairo: Islamic Book Trust.
- Aziz, A. (2021). *Islamic Digital Economy: E-commerce and Financial Technology in Muslim Markets*. Kuala Lumpur: Oxford University Press.
- Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). (2022). *Laporan Zakat Nasional: Distribusi dan Dampak Ekonomi*. Jakarta: BAZNAS Indonesia.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). *Tren Konsumsi Masyarakat Selama Ramadhan*. Jakarta: BPS Indonesia.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Dampak Ramadhan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. Jakarta: BPS Indonesia.
- Chapra, M. U. (2020). *Islamic Economics: What It Is and How It Developed*. 2nd ed. Riyadh: Islamic Research and Training Institute.
- Hassan, K. (2017). *Consumption Trends and Economic Growth in Muslim Societies During Ramadan*. 1st ed. Dubai: Islamic Development Bank.
- Huda, N. (2020). *Financial Technology and Islamic Finance: Innovation in the Digital Era*. 1st ed. Jakarta: Salemba Empat.
<https://www.republika.id/posts/52043/menghitung-dampak-ekonomi-ramadhan-dan-lebaran-2024>

- Iqbal, Z. (2020). *Islamic Philanthropy and Financial Inclusion: The Role of Zakat and Sadaqah in Poverty Alleviation*. 1st ed. Jeddah: Islamic Development Bank.
- Ismail, M. (2021). *Marketing Strategies in Islamic Business: A Contemporary Perspective*. 1st ed. Singapore: Springer.
- Karim, A. (2019). *The Role of Halal Markets and SMEs in Islamic Economic Growth*. 1st ed. Jakarta: Rajawali Press.
- Kurnia, T. (2022). *Islamic Cooperatives and Community-Based Economy in Indonesia*. 1st ed. Bandung: Alfabeta.
- Mirakhor, A. (2018). *Islamic Finance and Economic Development: Risk, Regulation, and Corporate Governance*. 2nd ed. New York: Wiley.
- Obaidullah, M. (2016). *Zakat, Sadaqah, and Waqf: Building an Inclusive Islamic Economic System*. 1st ed. Kuala Lumpur: Islamic Relief Worldwide.
- Rahman, F. (2019). *The Halal Industry: Opportunities and Challenges in Global Markets*. 1st ed. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rizqi, A. (2022). *Islamic Fintech and Its Role in Financial Inclusion*. 1st ed. Singapore: Emerald Publishing.
- Siddiqi, M. N. (2019). *Sustainable Islamic Economic Development: The Role of Ethics and Governance*. 1st ed. Cairo: Dar Al-Fikr.
- Usmani, M. T. (2018). *An Introduction to Islamic Finance*. 2nd ed. Karachi: Idaratul Ma'arif.



E-COMMERCE DAN PRODUK HALAL SELAMA RAMADHAN

Zahriatul Aini, S.E., M.M.

Program Studi Administrasi Perkantoran

Politeknik Kutaraja - Banda Aceh

Email: zahriatulaini@poltekkutaraja.ac.id

A. Pendahuluan

Bulan Ramadhan menjadi momen penting bagi umat Islam, tidak hanya dari segi spiritual tetapi juga ekonomi, dengan peningkatan konsumsi dalam ibadah (zakat, sedekah) dan kebutuhan sehari-hari (makanan, pakaian). Survei YouGov menunjukkan bahwa 89% konsumen Indonesia memilih *e-commerce* seperti shopee untuk berbelanja selama Ramadhan, diikuti tokopedia (51%) dan tiktok shop (41%) (Cindy Mutia Annur, 2024). *E-commerce* di Indonesia, dengan *platform* seperti Tokopedia dan Shopee, telah berkembang pesat, menawarkan promo seperti "*Ramadhan Sale*" yang memfasilitasi kemudahan berbelanja sesuai kebutuhan

konsumen Muslim. Transaksi *e-commerce* diperkirakan meningkat 19% pada tahun 2023 (Irene Yustika Lintin, 2023).

Namun, tantangan utama adalah memastikan ketersediaan produk halal yang sesuai dengan syariat Islam. Sertifikasi halal pada produk, terutama bagi UMKM yang baru terjun ke dunia digital, masih menjadi hambatan (Pink & Perwitasari, 2022). Penulisan ini bertujuan membahas peran *e-commerce* dalam distribusi produk halal selama Ramadhan dan bagaimana *platform* digital dapat menciptakan ekosistem ekonomi Islami yang berkelanjutan, dengan memfasilitasi kebutuhan konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai kehalalan.

B. E-Commerce dan Momentum Ramadhan

Ramadhan adalah bulan yang penuh berkah, tidak hanya dalam hal ibadah, tetapi juga dalam konteks ekonomi. Selama bulan suci ini, terdapat lonjakan aktivitas ekonomi yang signifikan, dan salah satu sektor yang mengalami peningkatan pesat adalah *e-commerce*. Pola konsumsi masyarakat yang berubah dan meningkat selama Ramadhan membuka peluang besar bagi *platform e-commerce* untuk melayani kebutuhan konsumen yang menginginkan kenyamanan berbelanja secara *online*, terutama untuk produk-produk yang berkaitan dengan keperluan ibadah dan Hari Raya. Peningkatan ini memberikan dampak yang signifikan pada perekonomian digital di banyak negara, termasuk Indonesia, yang merupakan salah satu pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara.

1. Lonjakan Aktivitas Ekonomi Selama Ramadhan

Selama bulan Ramadhan, *e-commerce* mengalami lonjakan belanja yang luar biasa. Berdasarkan laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021, sektor *e-commerce* mengalami peningkatan yang signifikan, terutama pada produk-produk yang terkait dengan makanan dan minuman untuk sahur dan berbuka puasa, pakaian untuk Hari Raya, serta berbagai kebutuhan ibadah. Data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa transaksi *e-commerce* selama Ramadhan meningkat sekitar 30-40% dibandingkan dengan bulan-bulan biasa (Indonesia Internet Provider Association, 2021). Peningkatan belanja ini sangat dipengaruhi oleh adanya berbagai promo Ramadhan yang digelar oleh *platform-platform* besar, seperti diskon besar, *cashback*, dan penawaran menarik lainnya.

Promo Ramadhan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk memanfaatkan kesempatan berbelanja dengan harga yang lebih terjangkau. Program tematik yang biasanya diadakan seperti "*Ramadhan Sale*" atau "Promo Idul Fitri" memberikan kesempatan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih hemat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Satoto et al., 2023), sekitar 70% konsumen Indonesia menunggu bulan Ramadhan untuk berbelanja *online* karena adanya promo-promo besar yang hanya tersedia selama periode tersebut.

2. Peran *E-Commerce* sebagai *Enabler*

E-commerce berfungsi sebagai *enabler* yang memudahkan distribusi produk selama Ramadhan,

termasuk produk halal. *Platform e-commerce* menyediakan berbagai produk yang dapat diakses oleh konsumen dengan mudah tanpa terbatas oleh lokasi atau waktu. Konsumen dapat membeli berbagai barang yang memenuhi kebutuhan mereka selama Ramadhan, seperti makanan halal, pakaian, serta produk-produk ibadah. Kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce* ini semakin diperkuat dengan adanya fitur yang memungkinkan konsumen untuk mencari produk halal yang sudah tersertifikasi.

Menurut penelitian oleh (Akmal & Effendi, 2023), *e-commerce* memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses produk halal, dengan memastikan bahwa produk yang dibeli sudah memenuhi standar syariah yang diakui oleh lembaga sertifikasi halal. Hal ini sangat penting, mengingat semakin banyak konsumen yang kini memperhatikan kehalalan produk yang mereka konsumsi, terutama selama bulan Ramadhan. *E-commerce* tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi, tetapi juga sebagai *platform* yang memberikan edukasi mengenai produk-produk halal kepada konsumen.

Selain itu, *e-commerce* juga memberikan ruang bagi pelaku UMKM yang memproduksi barang halal untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Banyak UMKM yang sebelumnya terbatas pada pasar lokal, kini dapat memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas melalui *platform e-commerce*. Damayanti et al (2024) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa lebih dari 50% UMKM yang bergabung dengan *platform e-commerce* mengalami peningkatan penjualan, terutama selama bulan Ramadhan. Ini menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak hanya memberikan kemudahan bagi

konsumen, tetapi juga membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk berkembang dan menjangkau pasar yang lebih besar.

3. *E-Commerce* dan Peningkatan Kualitas Layanan Selama Ramadhan

E-commerce selama Ramadhan tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan pelanggan, seperti pengiriman lebih cepat, jaminan kualitas produk, dan sistem pembayaran yang lebih aman. Fitur layanan ini meningkatkan kenyamanan dan efisiensi belanja konsumen. Menurut (Taskiya, 2024), layanan pelanggan yang baik menjadi kunci kepuasan, terutama saat permintaan produk ibadah dan persiapan Idul Fitri meningkat. Fitur syariah pada *platform* seperti shopee barokah dan tokopedia halal corner memberikan kenyamanan dan kepastian kepada konsumen muslim, memastikan produk yang dibeli sesuai dengan prinsip Islam.

Penelitian oleh (Afrina et al., 2023) menunjukkan bahwa fitur syariah meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong pertumbuhan ekonomi digital syariah di Indonesia. Namun, tantangan seperti kurangnya edukasi mengenai fitur syariah dan kompleksitas *platform* perlu diatasi melalui penyederhanaan navigasi dan peningkatan literasi digital. Dukungan pemerintah dalam hal kebijakan, sertifikasi halal, dan infrastruktur yang memadai juga penting untuk meningkatkan daya saing *platform e-commerce* syariah. Secara keseluruhan, dengan layanan pelanggan yang baik dan fitur syariah yang berkembang, *e-commerce* dapat memenuhi kebutuhan konsumen selama Ramadhan sekaligus mempercepat

transformasi ekonomi digital yang sesuai dengan nilai-nilai Islam di Indonesia.

C. Produk Halal dalam Ekosistem *E-Commerce*

Produk halal merujuk pada barang atau jasa yang diperbolehkan dalam syariat Islam, baik dari segi bahan, proses produksi, maupun distribusinya. Dalam perspektif Islam, halal tidak hanya melibatkan makanan dan minuman, tetapi juga barang konsumsi lainnya seperti pakaian dan kosmetik (Al-Qardawi, 2013). Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Rakhmawati et al., 2021) Halal merujuk pada aturan yang diperbolehkan oleh Syariah dan berlaku untuk setiap aktivitas yang dilakukan oleh seorang Muslim. Di Indonesia, Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) mengatur bahwa semua produk yang beredar wajib memiliki sertifikat halal yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Regulasi ini bertujuan untuk melindungi konsumen Muslim dari barang-barang yang tidak sesuai dengan syariat Islam ("UU No.33 Tahun," 2014).

1. Verifikasi Halal di *Platform Digital*

a. Proses Sertifikasi Halal dan Implementasi di *E-Commerce*

Platform e-commerce seperti shopee dan tokopedia telah mengadopsi fitur khusus untuk mempermudah konsumen Muslim menemukan produk halal. Fitur seperti "Shopee Barokah" dan "Tokopedia Halal Corner" dirancang untuk mengelompokkan produk-produk bersertifikat halal agar lebih mudah diakses. Proses sertifikasi halal untuk produk-produk ini dimulai dari pengajuan oleh

produsen, pemeriksaan bahan dan proses produksi oleh LPH, hingga sertifikasi resmi oleh BPJPH. Sertifikasi ini kemudian terintegrasi ke *platform* digital untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen (LPPOM MUI, 2025). Penelitian yang dilakukan oleh (Purnomo et al., 2023) sertifikasi halal menjadi sangat penting dalam konteks *e-commerce* produk fashion muslim karena memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang mereka beli telah memenuhi standar halal sesuai dengan hukum Islam.

Implementasi sertifikasi halal pada *platform e-commerce* akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual, mengingat mereka dapat dengan mudah memverifikasi kehalalan produk melalui label atau sertifikat yang jelas. Proses sertifikasi halal dapat memperkuat posisi *e-commerce* yang menjual fashion Muslim di pasar global, asalkan ada keseragaman sertifikasi halal yang diakui internasional. *E-commerce* harus memastikan produsen yang bekerja sama memiliki sertifikasi halal yang sah dengan melakukan verifikasi dan menyediakan informasi transparan mengenai status halal produk. Hal ini akan memperkuat pertumbuhan industri dan posisi *e-commerce* halal di pasar digital.

b. Tantangan Verifikasi Produk Halal di Marketplace Terbuka

Penelitian oleh Islam et al (2023) mengungkapkan kesenjangan antara pemberi sertifikasi halal terkait standar dan proses sertifikasi. Tantangan utama yang dihadapi produsen meliputi ketidakhomogenan standar, bahan baku meragukan,

praktik tidak etis, pemahaman teologi Islam yang kurang, serta masalah komunikasi dan manajemen sumber daya manusia. Selain itu, industri halal menghadapi masalah terkait religiusitas konsumen, perbedaan persepsi mengenai kandungan produk, dan rendahnya komitmen produsen terhadap konsep halal. Pemasaran yang tidak efektif dan rendahnya nilai merek produk halal memperburuk situasi ini. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan kolaborasi lebih baik antara ulama, lembaga sertifikasi, produsen, dan akademisi, serta pemahaman mendalam tentang ajaran Syariah.

Pengembangan sistem sertifikasi halal yang lebih terintegrasi dan standar yang seragam juga penting. Di marketplace terbuka, tantangan termasuk penjual independen tanpa sertifikasi halal dan kurangnya kesadaran produsen kecil mengenai sertifikasi halal. Proses sertifikasi sering terkendala dalam validasi dan verifikasi data. Teknologi blockchain dapat menjadi solusi dengan mencatat data produk yang memerlukan sertifikasi halal secara digital dan terdistribusi, memungkinkan verifikasi lebih transparan dan terdesentralisasi. Hal ini dapat memperkuat proses sertifikasi halal dan meningkatkan transparansi dalam industri halal (Dewi & Hakiki, 2023)

2. Produk Halal sebagai Daya Tarik Konsumen

- a. Preferensi konsumen muslim terhadap produk bersertifikat halal.

Konsumen Muslim memiliki preferensi yang kuat terhadap produk bersertifikat halal karena memberikan rasa aman, kepercayaan, dan

kepatuhan terhadap prinsip agama. Penelitian yang dilakukan oleh (Floren et al., 2020) sertifikasi halal memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip syariah, yang merupakan elemen penting dalam perilaku konsumen Muslim. Penelitian ini menunjukkan bahwa religiositas mendorong konsumen Muslim memilih produk halal dengan sertifikasi yang jelas. Keberadaan logo halal, transparansi informasi bahan, dan ulasan konsumen memengaruhi keputusan pembelian. Dalam *e-commerce*, fitur pencarian produk halal menjadi nilai tambah, terutama selama bulan Ramadhan.

b. Analisis Tren Produk Halal yang Diminati selama Ramadhan.

Ramadhan merupakan momen puncak bagi konsumsi produk halal. Penelitian menunjukkan bahwa kategori makanan halal seperti kurma, makanan ringan, dan minuman kesehatan mengalami peningkatan penjualan hingga 30% selama bulan Ramadhan dibandingkan bulan lainnya. Selain itu, pakaian Muslim seperti hijab dan baju koko, serta kosmetik bersertifikat halal, juga menjadi produk yang sangat diminati (Shah, 2022).

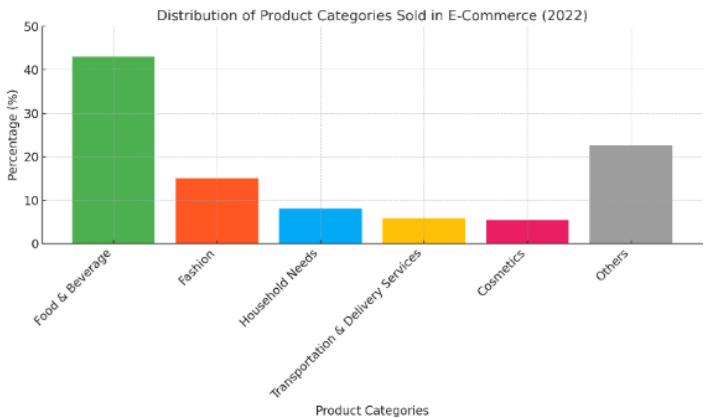
Tren ini menggarisbawahi pentingnya *platform e-commerce* untuk terus meningkatkan layanan dan fitur bagi konsumen Muslim selama Ramadhan (Kompasiana, 2024).

3. Visualisasi Tren Produk Halal dalam E-Commerce

Data (Badan Pusat Statistika, 2023) menunjukkan bahwa makanan, minuman, dan bahan makanan menjadi kategori paling dominan dalam e-

commerce dengan proporsi 43,02%, diikuti oleh *fashion* (15,04%) dan kosmetik (5,37%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Muslim memiliki fokus utama pada kebutuhan konsumsi yang sesuai dengan prinsip halal. Berikut grafik distribusi kategori produk halal yang dijual di *e-commerce*:

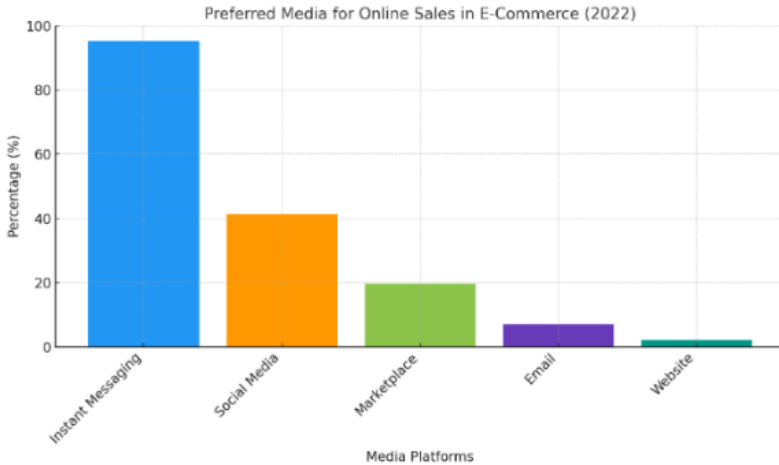
Gambar 1.
Grafik Distribusi Kategori Produk Halal



Sumber: Badan Pusat Statistika (2023)

Selain itu, dari sisi media penjualan, mayoritas usaha *e-commerce* menggunakan pesan instan (95,17%) dan media sosial (41,30%) untuk menjangkau konsumen. Rendahnya penggunaan *marketplace* (19,75%) menjadi peluang besar untuk peningkatan literasi digital di kalangan pelaku usaha agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Berikut grafik media penjualan yang digunakan oleh usaha *e-commerce*:

Gambar 2.
Grafik Media Penjualan



Sumber: Badan Pusat Statistika (2023)

E. Perilaku Konsumen Muslim Selama Ramadhan

Bulan Ramadhan menjadi momen spesial bagi umat Muslim di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Selain sebagai bulan ibadah, Ramadhan juga membawa dampak signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat Muslim. Perubahan ini melibatkan aspek kebutuhan harian, pola belanja, hingga preferensi terhadap promo dan diskon yang disediakan oleh berbagai *platform*, khususnya *e-commerce*.

F. Kebutuhan dan Pola Konsumsi

Selama bulan ramadan, terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi peningkatan pengeluaran keluarga Muslim. Faktor-faktor tersebut meliputi tradisi,

kebutuhan konsumsi, pembelian pakaian, serta diskon yang ditawarkan selama bulan suci. Keluarga Muslim cenderung menghabiskan lebih banyak untuk makanan dan minuman sebagai bagian dari tradisi berbuka puasa dan sahur. Selain itu, tradisi membeli pakaian baru dan perlengkapan Idul Fitri juga berkontribusi terhadap kenaikan pengeluaran. Kehadiran diskon dan promosi khusus Ramadan mendorong keluarga untuk lebih mudah membeli kebutuhan mereka dengan harga lebih terjangkau (Kuswandi et al., 2023). Selain itu, menjelang perayaan Idul Fitri, konsumen juga membeli berbagai kebutuhan tambahan, seperti pakaian baru, hampers, hingga bahan makanan untuk menyambut tamu. Tradisi ini memperkuat peran Ramadhan sebagai periode konsumsi yang unik dan berbeda dibandingkan bulan lainnya.

Perubahan perilaku belanja dari offline ke *online* juga menjadi fenomena yang mencolok selama bulan suci. Menurut laporan dari (Xendit, 2022) *e-commerce* mengalami lonjakan transaksi sebesar 30-40% selama Ramadhan dibandingkan bulan biasa. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses, fleksibilitas waktu, dan berbagai promo menarik yang ditawarkan oleh *platform* digital. Selain itu, pandemi COVID-19 juga telah mempercepat adopsi *platform* digital untuk belanja, menjadikan pola belanja *online* sebagai kebiasaan baru yang bertahan hingga saat ini.

G. Preferensi Promo dan Diskon Selama Ramadhan

Bulan Ramadan meningkatkan aktivitas konsumsi, terutama di kalangan konsumen Muslim, karena kebutuhan khusus seperti makanan berbuka puasa, pakaian untuk Idul Fitri, dan hadiah. *Platform e-commerce* menawarkan promo dan diskon untuk menarik konsumen. Penelitian

(Firdaus et al., 2024) menunjukkan konsumen lebih tertarik pada promo seperti diskon, gratis ongkir, dan *cashback* selama Ramadhan. (Rahayu et al., 2023) menemukan konsumen Muslim di Indonesia lebih cenderung membeli produk yang relevan dengan nilai-nilai agama dan kebutuhan Ramadhan, seperti makanan halal dan perlengkapan ibadah.

Menurut survei Snapcart (2023), empat faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih *platform e-commerce* selama Ramadhan adalah: gratis ongkir (71%), metode pembayaran COD (37%), program Ramadhan yang menarik (36%), dan keseruan *livestream* (16%). Faktor-faktor ini mencerminkan kebutuhan konsumen akan nilai tambah dalam pembelian, terutama untuk produk sehari-hari. (Zimu, 2023) mengidentifikasi empat faktor utama yang memengaruhi preferensi promo konsumen selama Ramadhan:

1. Faktor Budaya Konsumsi khusus Ramadhan, seperti makanan berbuka dan pakaian baru, menjadi pendorong utama.
2. Faktor Sosial Kelompok acuan, seperti keluarga dan influencer, memengaruhi preferensi konsumen.
3. Faktor Pribadi Usia, gaya hidup, dan pekerjaan konsumen memengaruhi jenis promo yang diminati.
4. Faktor Peran dan Status sosial memengaruhi pilihan produk premium atau diskon untuk kebutuhan dasar.

Promo seperti diskon dan *flash sale* sering memicu pembelian impulsif. (Rahayu et al., 2023) mencatat konsumen lebih aktif berbelanja *online* setelah berbuka puasa, dengan *platform* menjalankan kampanye seperti "Ramadhan *Midnight Sale*" untuk meningkatkan transaksi. Promo konsisten selama Ramadhan juga dapat

menciptakan loyalitas konsumen, seperti yang terlihat di Shopee atau Tokopedia (Snapcart, 2023). Dengan strategi yang tepat, *platform e-commerce* dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen Muslim.

H. Dampak *E-Commerce* terhadap Ekonomi Umat

E-commerce telah menjadi salah satu elemen penting dalam dinamika ekonomi global, termasuk dalam konteks ekonomi umat Muslim. Pemanfaatan teknologi ini telah membuka berbagai peluang untuk sektor UMKM, terutama yang berbasis produk halal, untuk berkembang pesat. Salah satu sektor yang mengalami percepatan ini adalah bisnis produk halal yang semakin berkembang, baik dalam skala lokal maupun internasional, dengan bantuan *platform e-commerce*. Keberhasilan ini dapat dilihat dari banyaknya UMKM yang memanfaatkan pasar *online* untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

I. Peluang bagi UMKM Halal

UMKM berbasis halal memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan visibilitas produk mereka, terutama selama Ramadhan. *E-commerce* memungkinkan UMKM memasarkan produk halal, seperti makanan, minuman, fashion, dan kosmetik, kepada konsumen yang lebih luas. Beberapa UMKM kuliner halal berhasil meningkatkan keuntungan dengan menawarkan produk secara daring, memperluas jaringan pelanggan, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan efisiensi distribusi. Studi dari (Ramadhan & Veri, 2025) pemanfaatan *e-commerce* memengaruhi akses pasar dan pengembangan bisnis di berbagai sektor. Melalui *e-commerce*, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan mencapai

konsumen yang berada di luar area geografis yang terbatas. Hal ini membuka peluang untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas jaringan pelanggan serta meningkatkan motivasi wirausaha dengan memberikan pelatihan serta pengetahuan baru, tetapi juga membantu pelaku usaha dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif. Selain itu, *e-commerce* memberikan solusi bagi pelaku usaha untuk mengatasi berbagai tantangan, seperti pengelolaan sumber daya manusia dan pemasaran produk dengan cara yang lebih efisien.

J. Kontribusi terhadap Siklus Ekonomi Islami

E-commerce memberikan kontribusi besar terhadap siklus ekonomi Islami dengan memfasilitasi distribusi barang dan jasa yang sesuai dengan prinsip Islam, seperti kehalalan produk dan keadilan dalam transaksi. Peningkatan transaksi selama Ramadhan berdampak pada kesejahteraan masyarakat Muslim, mempercepat distribusi produk halal, dan memperkuat aliran ekonomi di sektor konsumsi. Studi (Sari, 2023) menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi selama Ramadhan meningkatkan pendapatan UMKM yang bergerak di sektor halal. *E-commerce* juga memfasilitasi transaksi yang lebih efisien dan transparan, sesuai dengan prinsip ekonomi Islami, seperti keadilan harga dan tanpa riba. *Platform* berbasis syariah memberikan rasa aman bagi konsumen, memastikan transaksi bebas dari praktik yang bertentangan dengan hukum Islam. Secara keseluruhan, *e-commerce* mempercepat distribusi barang selama Ramadhan, yang mendukung kelancaran siklus ekonomi Islami dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Muslim, serta memperkuat ketahanan ekonomi umat di tengah dinamika global.

K. Tantangan dan Solusi dalam Optimalisasi E-Commerce untuk Produk Halal di Bulan Ramadhan

Bulan Ramadhan selalu menjadi momen strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, terutama bagi UMKM yang bergerak di sektor halal. Namun, terdapat tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan optimalisasi *e-commerce* dalam mendukung distribusi dan pemasaran produk halal.

1. Tantangan Utama

- a. Kurangnya Kesadaran Produsen tentang Sertifikasi Halal: Banyak UMKM yang tidak menganggap sertifikasi halal sebagai hal yang mendesak, meskipun ini penting untuk membangun kepercayaan konsumen Muslim. (Lestari et al., 2024) dan (Elwardah et al., 2024) menunjukkan konsumen lebih memilih produk bersertifikat halal, terutama selama Ramadhan. Kurangnya pemahaman tentang proses dan biaya sertifikasi menjadi hambatan utama.
- b. Ketidakmerataan akses digital di daerah pedesaan: *E-commerce* masih terkonsentrasi di perkotaan, dengan lebih dari 30% UMKM di pedesaan belum memiliki akses internet yang memadai (Badan Pusat Statistika, 2023b), memperburuk kesenjangan digital.

2. Solusi untuk Optimalisasi

- a. Pendidikan dan Pelatihan bagi UMKM tentang Sertifikasi Halal: Pemerintah dan lembaga sertifikasi halal, seperti LPPOM MUI, perlu mengintensifkan edukasi tentang sertifikasi halal. (Hidayat et al., 2023) menyatakan bahwa peningkatan literasi halal dapat meningkatkan partisipasi UMKM di pasar halal global.
- b. Dukungan Pemerintah dan *Platform E-Commerce* dalam Membangun Ekosistem Halal: Pemerintah

harus bekerja sama dengan *platform e-commerce* seperti Shopee Barokah dan Tokopedia Halal Corner untuk menciptakan ekosistem halal yang inklusif, dengan insentif bagi UMKM yang mendaftar sertifikasi halal dan menyediakan infrastruktur digital di daerah terpencil. (Rachman & Sangare, 2023) menyoroti pentingnya kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat.

Mengatasi tantangan ini dapat mengoptimalkan potensi UMKM halal melalui *e-commerce*, mendukung perekonomian umat, dan mendorong Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.

L. Daftar Pustaka

- Afrina, C., Rifauddin, M., & Ardyawin, I. (2023). Analisis Sistem Pembayaran Digital dalam Ekonomi Syariah : Tantangan dan Peluang untuk Bisnis Halal. *Sharia Economy and Islamic Tourism*, 3(2), 114–131.
- Akmal, A., & Effendi, A. (2023). Business Strategy In The Halal Industry (The Use Of Digital Ecosystems In Introducing Indonesia As The World's Halal Industry). *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 02(04), 14–30. <https://www.e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/IJEBIR/article/view/320%0Ahttps://www.e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/IJEBIR/article/download/320/255>
- Al-Qardawi, Y. (2013). *Zainudin Ali, Metodologi Penelitian Hukum (Jakarta: Sinar Grafika, 2010)*, 106 (p. 70).

- Badan Pusat Statistika. (2023a). eCommerce 2022/2023 01. *Badan Statistiks Nasional (BPS)*, 27. <https://www.bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistika. (2023b). *Kumpulan Opini untuk Literasi Orasi Statistik BPS Sumatera Utara*.
- Cindy Mutia Annur. (2024). *Ini Platform Belanja Online Paling Diminati Konsumen saat Ramadan*. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/03/26/ini-platform-belanja-online-paling-diminati-konsumen-saat-ramadan>
- Damayanti, D. D., Wahyudi, A., Siregar, N. F., & Sulaeman, M. M. (2024). Marketing Innovation Based on Social Media to Drive MSME Growth during Ramadan: A Consumer Perspective Review. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 2(1), 386–393. <https://doi.org/10.61100/adman.v2i1.157>
- Dewi, A. P., & Hakiki, M. I. (2023). Transformasi Digital dalam Industri Halal di Indonesia (Studi Implementasi Teknologi Blockchain dalam Proses Sertifikasi Halal). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 360–370. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.240>
- Elwardah, K., Yusniar, Y., Palembang, S. P., Harto, B., & Solapari, N. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal, Pemasaran Produk Halal, dan Kepuasan Konsumen terhadap Pertumbuhan Industri Halal di Indonesia. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(05), 658–669. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i05.1195>
- Firdaus, K., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Singaperbangsa Karawang, U. (2024). Analisis

Dampak Budaya Pemasaran Religius Terhadap Ramadhan Effect. *Communnity Development Journal*, 5(4), 6054–6059.

Floren, J., Rasul, T., & Gani, A. (2020). Islamic marketing and consumer behaviour: a systematic literature review. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1557–1578. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0100>

Hidayat, T., Juwaini, A., & Rahwidhiyasa, P. (2023). Pentingnya Literasi Halal dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Indonesia. *KNEKS, Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4.

Indonesia Internet Provider Association. (2021). Di Balik Tren Edge Data Center di Indonesia. *Buletin APJII*, 91, 25–31. <https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI91Juli2021.pdf>

Irene Yustika Lintin. (2023). *Data Penjualan E-commerce di Ramadan 2023 Meningkatkan Rp800 Miliar!* <https://compas.co.id/article/data-penjualan-e-commerce-ramadan-2023>

Islam, M. M., Ab Talib, M. S., & Muhamad, N. (2023). Challenges of Halal Standards and Halal Certification for Islamic Marketing. *Muslim Business and Economic Review*, 2(1), 105–124. <https://doi.org/10.56529/mber.v2i1.156>

Kompasiana. (2024). *Jual-Beli Produk Halal: Membangun Kepercayaan Konsumen di Bulan Ramadhan*. https://www.kompasiana.com/digitalmarketinglajup-eduli5583/671c758a34777c314c13a582/jual-beli-produk-halal-membangun-kepercayaan-konsumen-di-bulan-ramadhan?page=1&page_images=1

- Kuswandi, D., Sari, A. L., Wiranto, E., Adiyanto, Y., & Sutira, A. (2023). Pengaruh Ramadan Terhadap Perilaku Pengeluaran Keluarga Di Indonesia: Studi Kasus Pada Keluarga Muslim. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 613–627. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2993>
- Lestari, E. P., Negeri, I., Kalijaga, S., Konsumen, K., & Madu, P. (2024). *Pengaruh sertifikasi halal terhadap kepercayaan konsumen pada produk madu di ma andalusia* 12. 2(2), 1–16.
- LPPOM MUI. (2025). *REGULASI TERKAIT SERTIFIKASI HALAL*. <https://halalmui.org/regulasi/#hfaq-post-10650>
- Pink, B., & Perwitasari, A. S. (2022). *Transaksi E-Commerce Diperkirakan Meningkat Saat Lebaran 2022*. <https://industri.kontan.co.id/news/transaksi-e-commerce-diperkirakan-meningkat-saat-lebaran-2022?>
- Purnomo, W. A., Prawiro, A., & Haniatunnisa, S. (2023). Pengembangan Industri Halal Melalui E-Commerce Pada Sektor Fashion Muslim Ndongesia. *An Nawawi*, 3(2), 107–116. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i2.39>
- Rachman, A., & Sangare, B. (2023). Synergy and Collaboration Between Government and Private Institutions in Building Halal Ecosystems in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 23(2), 303–326. <https://doi.org/10.22373/JIIF.V23I2.17507>
- Rahayu, M. M., Wahyudyanti, R., Utama, A. P., Rahmawati, A., & Maryati, M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Pada Online Shopping

- Selama Bulan Ramadan: Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Di Indonesia. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 294–304. <https://doi.org/10.15575/jim.v4i1.24999>
- Rakhmawati, N. A., Fatawi, J., Najib, A. C., & Firmansyah, A. A. (2021). Linked open data for halal food products. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, 33(6), 728–739. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2019.04.004>
- Ramadhan, P., & Veri, J. (2025). *Penerapan Sistem E-Commerce dan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Kewirausahaan Digital*. 5(1).
- Sari, M. (2023). Potensi Pasar UMKM Halal Dalam Perekonomian Indonesia. *El-Kahfi: Journal of Islamic Economics*, 04(1), 1–8.
- Satoto, Eko budi, Fatmawati, E., Maulina, L., Firdaus, A., & Anwar, H. (2023). Strategi Pemasaran pada Bulan Ramadhan: Pembelajaran dari Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(1), 568.
- Shah, S. (2022). *Industri Halal Jadi Primadona, Produksi Makanan dan Minuman bakal Naik 30 Persen saat Ramadan*. <https://www.inilah.com/industri-halal-jadi-primadona-produksi-makanan-dan-minuman-bakal-naik-30-persen-saat-ramadan?>
- Snapcart. (2023). *Memasuki Bulan Ramadan, E-Commerce Mana Yang Unggul Jadi No.1 Pilihan Pengguna?* <https://snapcart.global/memasuki-bulan-ramadan-e-commerce-mana-yang-unggul-jadi-no-1-pilihan-pengguna/>

- Taskiya, T. N. (2024). FITUR TOKOPEDIA HALAL CORNER SEBAGAI E- COMMERCE HALAL DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI DIGITAL BERBASIS SYARIAH DI. *Mas Mansyur*, 2(1), 38–48.
- UU No.33 Tahun. (2014). *UU No.33 Tahun 2014*, 1. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>
- Xendit. (2022). *Melihat Tren Belanja Online Ramadan 2022*. <https://www.xendit.co/id/blog/tren-belanja-online-ramadan-2022/>
- Zimu, F. (2023). Exploring the Impact of Cultural Factors on Consumer Behavior in E-Commerce: A Cross-Cultural Analysis. *Journal of Digitainability, Realism & Mastery (DREAM)*, 2(03), 31–36. <https://doi.org/10.56982/dream.v2i03.90>



PERAN ZAKAT, INFAK, DAN SEDEKAH DALAM EKONOMI RAMADHAN

Muhammad Arief Ridha Rosyadi, S.H., M.H.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam – UIN SI Samarinda

Email: ariefridhaa@gmail.com

A. Pendahuluan

Diantara tujuan utama dan pertama dalam suatu masyarakat di dunia ini ialah menghendaki kehidupan yang sejahtera dan bahagia. Dalam tradisi masyarakat Muslim, kebahagiaan hidup yang dimaksud lazim diistilahkan dengan kebahagiaan dunia dan akhirat (*sa'adah al-darayn*), sebagaimana terlegendakan dalam doa, "*Rabbana atina fi al-dunya hasanah wa fi al-akhirah hasanah wa qina 'adzab al-nar*", (Wahai Tuhan kami, beri kami kebahagiaan di dunia dan kebahagiaan di akhirat, serta jauhkan kami dari siksaan api neraka) (Afifi, 2010).

Untuk mencapai kehidupan yang *sa'adah al-darayn*, Islam di bawah kepemimpinan Nabi Muhammad Saw. berdasarkan wahyu Allah Swt. telah meletakkan kerangka

dasar bangunan perekonomian dan sistem keuangan yang benar-benar standar, sistematis, baku, serta abadi. Bangunan kokoh ekonomi dan keuangan yang dimaksud salah satunya adalah melalui institusi zakat, yang disyariatkan sejak tahun kedua Hijiriah, berdekatan waktunya sebelum kewajiban ibadah puasa (Amin Suma, 2013). ZIS (zakat, infak, dan sedekah) ini dijalankan oleh komunitas Muslim di seluruh penjuru dunia, termasuk di Indonesia yang potensi dana ZIS nya benar-benar menjadi primadona dunia Islam disebabkan jumlah penduduk Muslimnya yang terbesar di seluruh dunia.

Zakat, infak, dan sedekah memainkan peran penting dalam ekonomi selama bulan ramadhan, yang dikenal sebagai bulan penuh amal dan kedermawanan bagi umat Islam. Tidak hanya mendukung keberkahan spiritual bagi para pelakunya, tetapi dalam konteks ekonomi, ketiga jenis amal ini memiliki dampak signifikan dalam memperkuat dan memperlancar perputaran ekonomi, mengurangi ketimpangan sosial, dan membantu membangun masyarakat yang lebih sejahtera dan harmonis.

Risalah ini mencoba mengungkapkan perihal peran zakat, infak, dan sedekah pada bulan ramadhan terhadap perekonomian masyarakat secara menyeluruh sebagai salah satu bangunan ekonomi dan keuangan yang benar-benar bisa dijadikan contoh modal dan sekaligus model ekonomi dan keuangan yang makmur, adil, dan merata.

B. Pengertian Zakat, Infak, dan Sedekah

1. Pengertian Zakat

Kata *al-zakah* (الزكاة), yang dalam Alquran diulang-ulang sebanyak 32 kali dalam 19 surah dan 32 ayat, rata-rata digandengkan dengan kata *al-shalah* (الصلاة) yang dalam Alquran kata "*shalah*" juga diulang-

ulang lebih banyak lagi, hingga 67 kali. Belum termasuk kata “*shalawat*” (bentuk jamak dari kata *shalah*), sebagaimana yang termaktub dalam surah al-Mu’minun [23]: 9. Perangkaian kata zakat dengan kata ‘*shalah*’, ini menunjukkan bahwa salat dan zakat adalah dua hal berbeda yang harus selalu menyatu (disatukan). Terkait dengan kesatuan salat dan zakat, ‘Abd Allah Swt. ibn Mas’ud pernah berujar, “Kalian umat Islam diperintahkan supaya menegakkan salat dan menunaikan zakat. Siapa yang tidak berzakat, maka itu tandanya tidak salat (al-Qaradhawi, n.d).

Secara literal, zakat berarti tambah (*al-ziyadah*), tumbuh, subur, dan berkembang (*al-nama’*). Sedangkan secara harfiah, zakat berarti: bersih/suci (*al-thaharah*), berkah (*al-barkah*), rapi, patut, dan damai atau (*al-shalah*). Dalam terminologi para ulama syariah/ fikih, zakat diartikan sebagai: “nama/titelatur bagi sesuatu harta-kekayaan yang dikeluarkan oleh seseorang dari hak Allah Swt. Untuk disalurkan kepada kaum *fuqara’* (Sabiq, 1973). Atau, zakat dalam perspektif syarak digunakan untuk menyebutkan nilai/ harga yang ditentukan dari harta yang Allah Swt. Fardukan (wajibkan) untuk disalurkan kepada para *mustahiq* zakat (al-Qaradhawi, n.d.). Kalangan ulama Hanabilah, mentakrifkan zakat dengan, “Hak yang wajib ditunaikan terkait dengan harta tertentu untuk kelompok tertentu dan di waktu yang tertentu pula (al-Juzayri, n.d.).

حُذِّ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةٌ تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat tersebut engkau membersihkan dan menyucikan mereka” (Q.S. At-Taubah [9]:103)

Harta ini dinamakan zakat, kata Ibn Qudamah (541-620 H), karena harta zakat dapat menumbuhkan harta kekayaan. Hal senada dikemukakan Mushthafa al-Khinn dkk, ketika mereka menyatakan bahwa harta ini dinamakan zakat, mengingat harta asalnya tetap tumbuh karena keberkahan pengeluaran zakat, di samping karena doa orang yang mengambilnya. Sementara pada saat yang sama, zakat juga menyucikan semua harta yang masih tersisa dari kemungkinan *syubhat* yang menyelimuti (al-Khinn, n.d.). Bahkan, zakat dapat pula membersihkan jiwa *muzakki*-nya sebagaimana firman Allah Swt. “*Qad aflah man zakkaha* (Sungguh beruntung) (berbahagia) orang yang (membersihkan jiwanya).

Senada dengan beberapa definisi fukaha di atas, Undang-Undang Republik Indonesia No. 38 sebagaimana diamandemen dengan UU RI No. 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, zakat diformulasikan sebagai harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang Muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam (Sahroni, 2018). Secara substantif, pada dasarnya sama dengan beberapa definisi zakat yang dikemukakan pakar-pakar hukum Islam klasik maupun kontemporer. Perbedaannya pada peletakan kewajiban zakat kepada orang-perorangan secara individu (*wajib ‘ayn*). Sementara kini melibatkan kewajiban zakat terhadap badan usaha yang dimiliki orang-orang Muslim (Amin Suma, 2013).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ
تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

“Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Swt. Mahakaya lagi Maha Terpuji” (Q.S. al-Baqarah [2]: 267).

Senafas dengan ayat di atas, secara gamblang Hadis Nabi menyebutkan lima rangkaian rukun Islam, salah satunya adalah zakat di samping dua kalimat syahadat, salat, puasa, dan haji sebagaimana termaktub dalam Hadis berikut:

بني الاسلام على خمس: شهادة أن لا اله الا الله وأن محمدا
رسول الله, وإقام الصلاة وإيتاء الزكاة وصيام رمضان وحج البيت من
استطاع اليه سبيلا (رواه البخاري ومسلم وغيرهما)

“Agama Islam itu dibangun (didirikan) di atas lima pilar (utama), yakni: (1) kesaksian tiada tuhan selain Allah Swt. dan kesaksian bahwa Muhammad adalah utusan Allah Swt., (2) penegakan salat, (3) pembayaran zakat, (4) puasa Ramadhan, (5) haji ke Baitullah bagi

yang memiliki kemampuan” (H.R. al-Bukhari, Muslim, dan lain-lain).

Berdasarkan ayat Alquran dan Hadis Nabi di atas serta ayat-ayat dan Hadis lain yang semakna dengannya, semua ulama Islam dan umat Islam sejak dahulu sampai sekarang juga hingga di masa-masa yang akan datang, tetap sepakat untuk menyimpulkan dan meyakinkan bahwa penunaian zakat bagi umat Islam yang memenuhi persyaratan hukumnya wajib/*fardh ayn*. Sama dengan kewajiban untuk menjalankan rukun-rukun Islam yang lainnya (Amin Suma, 2013).

2. Pengertian Infak dan Sedekah

Infak ialah melakukan suatu ibadah sosial dengan suka rela, yang diberikan dalam bentuk harta untuk kesejahteraan masyarakat, sebagaimana Allah Swt. telah menerangkan dalam Alquran surat al-Baqarah [2] ayat 267 anjuran untuk berinfaq, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

“Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan)

terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Swt. Mahakaya lagi Maha Terpuji” (Q.S. al-Baqarah [2]: 267).

Di dalam infak memiliki empat rukun yaitu: (1) pemberi infak (*muwafiq*), (2) penerima infak (*muwafiq lahu*), (3) barang yang diinfakkan, dan (4) penyerahan (Padlullah, 1993). Apabila pemberi sudah melakukan proses serah terima, maka infak tersebut dianggap sah. dan apabila infak baru diucapkan dan belum melakukan serah terima maka infak tersebut dianggap belum sah. Ketika barang yang dihibahkan sudah diterima maka yang menghibahkan tidak boleh meminta kembali terkecuali orang tua memberi kepada anaknya. Sedangkan sedekah ialah melakukan suatu ibadah sosial dengan suka rela, baik berupa materi maupun non-materi, seperti perbuatan tolong-menolong, dengan tujuan mendekatkan diri kepada Allah Swt. Dalam melakukan sedekah harus dengan niat yang Ikhlas, jangan karena ingin dipuji oleh orang lain, dan jangan menyebut jumlah sedekah yang telah dikeluarkan, apalagi menyakiti hati si penerima. Karena perbuatan tersebut dapat menghapus pahala sedekah, dijelaskan dalam Alquran surat al-Baqarah [2] ayat 264:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبْطُلُوا صَدَقَتَكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَىٰ كَالَّذِي يُنْفِقُ مَالَهُ
رِئَاءَ النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ صَفْوَانٍ عَلَيْهِ
ثُرَابٌ فَأَصَابَهُ وَابِلٌ فَتَرَكَهُ صَلْدًا لَا يَقْدِرُونَ عَلَىٰ شَيْءٍ مِّمَّا كَسَبُوا^ق
وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menghilangkan (pahala) sedekahmu dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti (perasaan si penerima), seperti orang yang menafkahkan hartanya karena riya’ kepada manusia dan dia tidak beriman kepada Allah Swt dan hari kemudian. Maka perumpamaan orang itu seperti batu licin yang di atasnya ada tanah, kemudian batu itu ditimpa hujan lebat, lalu menjadilah dia bersih (tidak bertanah). Mereka tidak menguasai sesuatu pun dari apa yang mereka usahakan, dan Allah Swt. tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir” (Q.S. al-Baqarah [2]: 264).

C. Pengelolaan dan Perkembangan ZIS di Indonesia

Kegiatan penghimpunan dana menjadi aspek kunci dari pengelolaan zakat, infak, dan sedekah. Sumber dana zakat, infak, dan sedekah sebagaimana telah disebutkan dalam peraturan badan amil zakat nasional Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2018 tentang Pengelolaan Keuangan Zakat pada bab tiga menyebutkan bahwa penerimaan dana dapat berasal dari zakat, infak, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya (Darajat et al., 2021).

Oleh karena itu, penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah harus dimanfaatkan secara optimal pada setiap sarananya, agar dapat berhasil dan berjalan sebagaimana tujuan yang telah di rencanakan lembaga amil zakat yang bersangkutan (Nofiaturrahmah, 2015).

Sarana dalam memaksimalkan penghimpunan dana ZIS dapat dilakukan dengan upaya sebagai berikut: a) Menentukan sasaran utama untuk menjadi donator (baik *muzakki*, *munfiq* maupun *mutashoddiq*). b) Layanan penghimpunan dana ZIS bagi *muzakki*, *munfiq* atau *mutashoddiq* yang akan menyalurkan dananya diberi

beberapa alternatif layanan, yang meliputi: datang ke lembaga amal zakat yang bersangkutan, transfer melalui rekening, dan lain sebagainya (Darajat et al., 2021).

Selain itu sarana lain dapat dilakukan dengan sosialisasi secara langsung dengan mendatangi daerah-daerah yang menurut pemantauan lembaga amal zakat yang bersangkutan masih minim tingkat kesadaran tentang ZIS, mendatangi majelis-majelis taklim, silaturahmi khusus kepada *muzakki* potensial, maupun dengan meminta disediakan waktu di sela-sela pertemuan para pimpinan daerah guna mensosialisasikan tentang pentingnya peran zakat, infak, dan sedekah dalam perekonomian umat. Sosialisasi juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan media baik berupa bulletin, radio, surat kabar, tayangan tv dan juga teknologi media sosial, dan sebagainya (Darajat et al., 2021).

Pada perkembangan dan pengelolaan selanjutnya, terkait pemahaman dan pemaknaan tentang keadilan sosial dari berbagai komunitas keagamaan mengalami perbedaan pandangan. Hal tersebut diakibatkan karena perbedaan aliran pemahaman (mazhab) dan agama yang dianut oleh masing-masing komunitas keagamaan tersebut. Pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah yang selama ini diorientasikan pada dua sektor yakni karitatif dan pemberdayaan. Sektor karitatif (*charity*) digunakan untuk kebutuhan masyarakat (kaum duafa) dalam jangka pendek seperti bantuan sosial, bakti sosial, pembagian sembako dan lainnya. Sedangkan sektor pemberdayaan lebih bersifat jangka panjang dengan bentuk program terencana dan terorganisir (Multifiah, 2011).

Maka dari itu untuk memberikan dampak positif dalam jangka panjang salah satunya dengan melaksanakan program pemberdayaan dengan industri

keuangan yang berbasis syariah tanpa adanya pengecualian dengan industri keuangan yang bukan bank tetapi berbasis syariah, apalagi keuangan syariah tersebut menyediakan berupa produk dan layanan yang setara dengan kepercayaan nasabah Muslim. Oleh karena itu dibentuk adanya antar lembaga yang berbasis zakat, infak dan sedekah dengan industri keuangan bukan bank tetapi berbasis syariah merupakan salah satu solusi dalam memberikan dampak yang positif terhadap kesejahteraan yang dirasakan oleh umat Islam dalam waktu panjang (Anjelina et al., 2020).

Dalam pengelolaan zakat, infak, dan sedekah di Indonesia kini sudah mengalami perkembangan yang sangat baik dalam kurun waktu yang sangat panjang. Sejak infak dan sedekah telah masuk di Indonesia hal tersebut langsung dilaksanakan atau dipraktikkan, kemudian zakat berkembang di Indonesia sebagai salah satu pranata sosial atau dipraktikkan, kemudian zakat berkembang di Indonesia sebagai salah satu pranata sosial dalam bentuk keagamaan yang sangat penting dan juga harus dilaksanakan oleh umat Muslim. Di Indonesia yang sekarang ini yang sekarang sudah sangat berkembang ini, zakat ditangan masyarakat sipil yang awalnya ke arah amal-sosial telah berubah menjadi ke arah Pembangunan ekonomi (Anjelina et al., 2020).

D. Peranan ZIS Dalam Ekonomi Ramadhan

Dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) memiliki peranan dan potensi yang sangat luar biasa. Sebagai ilustrasi, untuk Indonesia saja dengan penduduk Muslim sekitar 212,5 juta (85%) dari keseluruhan penduduk Indonesia yang berjumlah 250 jutaan jiwa (pada tahun 2013), dalam satu malam takbir (malam Idul Fitri)

diperkirakan akan mampu mengumpulkan dana zakat fitrah sekitar 5,3 triliun rupiah, sebagai perkiraan dari perkalian jumlah penduduk Muslim sebanyak 212,5 juta jiwa itu dikalikan dengan Rp 25.000 untuk seharga 2,5 kg beras bagi setiap orang. Belum termasuk dana zakat *mal* dan lain-lain (*fidyah*, *kaffarah*, dan sebagainya) yang hampir dipastikan jumlahnya lebih banyak lagi dari itu (Ubabuddin & Umi Nasikhah, 2021).

Berdasarkan riset BAZNAS, IDB, dan IPB beberapa waktu yang lalu, potensi zakat Indonesia tahun 2011 saja bisa mencapai 217 triliyun rupiah. Ini menunjukkan bahwa potensi zakat di Indonesia sesungguhnya adalah terbesar di dunia. Dengan dana zakat, infak, dan sedekah sebanyak itu, tentu memiliki peran penting dalam ekonomi, khususnya selama bulan ramadhan. Dalam konteks ekonomi ramadhan, zakat memiliki beberapa peran positif, baik bagi individu, masyarakat, maupun perekonomian secara keseluruhan:

1. Redistribusi kekayaan: zakat adalah mekanisme yang efektif untuk mendistribusikan kekayaan dari golongan yang lebih kaya kepada yang kurang mampu. Hal ini membantu mengurangi kesenjangan ekonomi dalam masyarakat, karena zakat diwajibkan kepada orang yang memiliki harta di atas batas tertentu (nisab) dan disalurkan kepada golongan yang berhak (*asnaf*), seperti fakir miskin.
2. Meningkatkan daya beli: pendistribusian zakat kepada golongan yang membutuhkan akan meningkatkan daya beli mereka. Uang yang diterima dari zakat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dasar, terutama selama bulan Ramadhan, yang sering kali identik dengan peningkatan konsumsi. Dengan demikian, zakat

berperan dalam memperkuat permintaan agregat di pasar.

3. Mendorong pertumbuhan ekonomi: dalam skala lebih luas, zakat yang terdistribusi dengan baik dapat membantu mendorong pertumbuhan ekonomi. Ketika masyarakat yang kurang mampu mendapatkan dana zakat, mereka tidak hanya memenuhi kebutuhan pokok, tetapi juga dapat berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi, baik dalam bentuk konsumsi barang maupun layanan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas dan menciptakan lapangan kerja.
4. Stabilitas sosial dan ekonomi: dengan memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan, zakat membantu menjaga stabilitas sosial dan ekonomi. Ketika kebutuhan dasar orang-orang terpenuhi, terutama di bulan ramadhan yang dianggap sebagai bulan berbagi dan kepedulian, potensi gejolak sosial yang diakibatkan oleh kemiskinan dapat diminimalisir.
5. Peningkatan kepedulian sosial: ramadhan adalah bulan yang mempertebal kesadaran spiritual dan kepedulian sosial umat Muslim. Zakat, terutama zakat fitrah, wajib dikeluarkan sebelum Idul Fitri dan bertujuan agar semua umat Muslim, termasuk yang miskin, dapat merayakan Idul Fitri dengan layak. Ini memperkuat solidaritas sosial, mendorong sikap saling tolong-menolong, serta membangun budaya berbagi yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan ekonomi kolektif.
6. Mengurangi beban negara: zakat dapat membantu mengurangi beban negara dalam menanggulangi

kemiskinan. Dengan adanya zakat, kebutuhan dasar masyarakat miskin dapat dipenuhi tanpa harus sepenuhnya bergantung pada bantuan pemerintah, sehingga memungkinkan pemerintah untuk fokus pada pembangunan infrastruktur dan sektor-sektor lain yang lebih strategis (Andira Tsaniya Al-Labiyah et al., 2023).

Namun, ada beberapa faktor yang menyebabkan dana ZIS Indonesia masih belum tersalurkan dengan baik sebagaimana hal yang sama sesungguhnya juga dialami oleh sebagian bangsa-bangsa Muslim yang lainnya, di antaranya M. Djamal Doa, yang menyimpulkannya sebagai berikut:

1. Problem *muzakki*, yang antara lain masih sering diselubungi dengan sikap *riya*, meskipun Alquran telah lama mewanti-wanti siapapun (para *muzakki*, *munfik* dan *mutashadiq*) untuk tidak terjebak dengan sikap dan apalagi perilaku *riya*.
2. Problem *mustahiq*, antara lain masih tercemari oleh sebagian oknum masyarakat yang pura-pura miskin (munafik) di satu pihak dan pembagian dana zakat yang belum merata mengingat masih ada yang bersifat tumpang tindih dan terkonsentrasi pada tempat-tempat tertentu.
3. Problem *khilafiyah*, masalah-masalah kontemporer yang sedikit banyak menimbulkan perbedaan atau bahkan perdebatan pendapat yang boleh jadi berujung pada kehadiran fatwa hukum fikih, terutama secara lisan, yang berbau fenomenal.

4. Problem normatif, peraturan perundang-undangan seputar pengelolaan zakat, terutama di masa-masa lalu dan belakangan juga terkait dengan korelasi pengurangan zakat atas pembayaran pajak yang secara teoritis masih tetap mengundang beberapa penafsiran sementara secara praksis baik kebijakan maupun teknis administratif masih tetap memiliki banyak kendala di lapangan. Apalagi terkait sosialisasinya yang nyaris tidak pernah tertangani apalagi ada yang menanganinya.
5. Problem internal, lembaga amil zakat sendiri yang dalam banyak hal dan praktiknya masih tetap mengalami beberapa kendala, termasuk dunia '*amilin*' sendiri yang hingga kini masih belum memiliki rambu-rambu penggajian/ upah yang benar-benar standar. Belum lagi terkait dengan keilmuan dan wawasan kesyariahnya yang masih memerlukan pembinaan di samping peningkatan keahlian (*skill*) teknis-operasional terkait pelayanan masyarakat *muzakki*, *munfiq* dan atau *mutashaddiq* maupun kalangan *mustahiq*.
6. Problem operasional, yang paling tidak dalam beberapa hal masih dihadapi oleh badan maupun lembaga amil zakat baik internal maupun eksternal (Doa, 2001).

E. Daftar Pustaka

- Afifi, A. T. dan S. I. (2010). *Kekuatan Zakat: Hidup Berkah Rezeki Melimpah*. Albana Pustaka.
- al-Juzayri, A. al-R. (n.d.). *al-Fiqh 'ala Madzahib al-Arba'ah* (Jilid I). Dar al-Fikr.

- al-Khinn, M. (n.d.). *al-Fiqh al-Manhaji 'ala Madzahib al-Imam al-Syafi'i*. Dar al-Fikr.
- al-Qaradhawi, Y. (n.d.). *Fiqh al-Zakah* (Jilid I). Mu'assasah al-Risalah.
- Amin Suma, M. (2013). Zakat, Infaq, dan Sedekah: Modal dan Model Ideal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Modern. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, V(2), 256.
- Andira Tsaniya Al-Labiyah, Lusi Nurul Aulia, Najuwa Aurel Annisa, & Lili Puspita Sari. (2023). Peran ZIS Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Sosial di Indonesia. *Islamic Economics and Business Review*, 2(2), 168–185. <https://doi.org/10.59580/iesbir.v2i2.6003>
- Anjelina, E. D., Salsabila, R., & Fitriyanti, D. A. (2020). Peranan Zakat, Infak dan Sedekah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Jihbiz Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 136–147. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v4i2.859>
- Darajat, U. A., Suharto, S., & Bahrudin, M. (2021). IMPLEMENTASI OPERASIONAL ZAKAT INFAK DAN SEDEKAH DALAM MEWUJUDKAN KESEJAHTERAAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil Fajar Metro). *Ijtima'iyya: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 14(1), 55–90. <https://doi.org/10.24042/ijpmi.v14i1.6557>
- Doa, M. D. (2001). *Menggagas Pengelolaan Zakat oleh Negara*. Nuansa Madani.

- Multifiah. (2011). *ZIS Untuk Kesejahteraan Ummat*. UB Pres.
- Nofiaturrahmah, F. (2015). Pengumpulan dan Pendayagunaan Zakat Infak dan Sedekah. *Zakat Dan Wakaf*, 2(2).
- Padlullah, C. (1993). *Mengenal Hukum ZIS (Zakat Infak dan Sedekah) dan Pengamalannya di DKI Jakarta*. Badan Amil Zakat dan Infak/Sedekah DKI Jakarta.
- Sabiq, A.-S. (1973). *Fiqh al-Sunnah* (Jilid I). Dar al-Jayl.
- Sahroni, O. (2018). *Fikih Zakat Kontemporer*. Rajawali Pers.
- Ubabuddin & Umi Nasikhah. (2021). Peran Zakat, Infaq dan Shadaqah dalam Kehidupan. *Kajian Dakwah Dan Sosial Keagamaan*, 6(1), 60–76.



RAMADHAN DAN EKONOMI BERBASIS KOMUNITAS: SINERGI SPIRITUAL DAN SOLIDARITAS SOSIAL

Dr. Salahuddin El Ayyubi, Lc., MA.

Departemen Ilmu Ekonomi Syariah – IPB University

Email: djibran@apps.ipb.ac.id

A. Pendahuluan

Ramadhan berfungsi sebagai waktu peningkatan spiritual, disiplin diri, dan empati, melalui ibadah puasa yang menumbuhkan persatuan dan solidaritas di antara umat Islam (Rostom, 2024). Tindakan amal dan kedermawanan seperti zakat dan infak semakin meningkatkan solidaritas sosial yang berkontribusi pada kohesi sosial melalui semangat kesadaran kolektif dan kerja sama (Shalihin *et al.*, 2020). Hal itu terlihat melalui tradisi berbagi makanan dan penguatan filantropi Islam yang berkontribusi pada penurunan kesenjangan sosial-ekonomi (Hakim *et al.*, 2024; Shalihin *et al.*, 2020).

Pada bulan ini juga terjadi peningkatan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat khususnya pada

kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan bahan pokok. Lonjakan permintaan tersebut berdampak langsung pada inflasi harga komoditas dasar, terutama pada sektor ritel dan pasokan bahan pangan (Ni'mah *et al.*, 2023). Peningkatan belanja konsumen selama ramadhan tidak hanya bersifat kultural, tetapi juga dipicu oleh perubahan prioritas kebutuhan rumah tangga, dimana alokasi anggaran bergeser kepada pemenuhan konsumsi harian dan persiapan hari raya (Abdou *et al.*, 2022). Dampak struktural dari perubahan perilaku ini terlihat pada perluasan permintaan di kedua sektor ekonomi baik primer maupun non-primer (Pratiwi, 2023).

Selama bulan ramadhan, terjadi peningkatan signifikan dalam belanja konsumen, terutama pada makanan dan kebutuhan rumah tangga, akibat tradisi dan praktik keagamaan. Hal ini mendorong peningkatan pendapatan yang dapat dibelanjakan, yang pada gilirannya merangsang aktivitas ekonomi dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat (Rohim & Muhibban, 2024). Selain itu, kegiatan sosial seperti penyaluran takjil tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis tetapi juga mempererat ikatan sosial dan mempromosikan solidaritas (Hakim *et al.*, 2024). Inisiatif-inisiatif ini menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat yang berkelanjutan dan kolaborasi dengan berbagai pihak terkait untuk menjaga manfaat ekonomi dan sosial yang telah dicapai (Hakim *et al.*, 2024).

Ramadhan sebagai momentum strategis menjadi waktu yang tepat untuk mengembangkan ekonomi berbasis komunitas. Model ini berfokus pada pemanfaatan sumber daya lokal, kolaborasi antar anggota masyarakat, dan distribusi manfaat yang merata. Dengan mengedepankan prinsip pemberdayaan, ekonomi komunitas memungkinkan individu dan kelompok marginal untuk berkontribusi secara

produktif, sehingga memberikan dampak positif tidak hanya pada peningkatan pendapatan tetapi juga pada penguatan kohesi sosial melalui jejaring saling percaya dan gotong royong.

B. Ekonomi Berbasis Komunitas

Ekonomi berbasis komunitas memiliki keterkaitan erat dengan ekonomi sosial dan solidaritas (SSE) karena dil&asi kesamaan prinsip seperti solidaritas serta saling ketergantungan, dengan fokus utama pada kerjasama, tolong-menolong, dan keadilan sosial. Kedua-duanya menawarkan perspektif yang beragam dalam interaksi ekonomi dan komunitas, serta berkontribusi signifikan terhadap ekonomi masyarakat (Healy et al, 2023). Ekonomi berbasis komunitas merupakan bagian integral dari transformasi eko-sosial yang bertujuan mengatasi tantangan global seperti pengangguran, kesenjangan sosial, dan degradasi lingkungan dengan kerjasama dan memanfaatkan potensi kreatif dari beragam anggota komunitas itu sendiri (Elsen, 2018b).

Berbeda dengan model ekonomi konvensional yang seringkali terpusat dan mengutamakan profit individu (Nalle & Ismail, 2024), ekonomi berbasis komunitas menekankan pada nilai-nilai kolektivitas, keberlanjutan, keadilan sosial, serta menekankan negosiasi dan solidaritas. Tujuan ekonomi ini adalah menciptakan sistem yang adil, selaras dengan beragam kosmologi budaya, dan mengatasi masalah keadilan sosial melalui praktik ekonomi inklusif (Cameron & Lyne, 2022) serta menciptakan sistem alternatif yang memprioritaskan keadilan, kesetaraan, dan persaudaraan (Prasad, 2023).

Beberapa contoh ekonomi berbasis komunitas yang telah berhasil diterapkan, antara lain: Desa Wisata

Nglanggeran dimana masyarakat berperan aktif dalam pengelolaan pariwisata melalui organisasi seperti POKDARWIS, sehingga meningkatkan kesejahteraan dan praktik pariwisata berkelanjutan (Widaningsih *et al.*, 2024), demikian pula partisipasi masyarakat di Desa Wisata Halal Setanggor telah membuka lapangan kerja dan memberikan dampak positif bagi kondisi ekonomi masyarakat setempat, dengan tetap menjunjung tinggi prinsip-prinsip Islam (Amalia *et al.*, 2024). Contoh yang lain adalah pengelolaan BUMdes Desa Sukamaju yang difokuskan pada integrasi sosial budaya melalui pemberdayaan masyarakat berhasil meningkatkan inovasi dan penjualan produk (Nursetiawan *et al.*, 2024), juga BUMDes di Kabupaten Ambarawa, melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang bertujuan untuk memperkuat ekonomi desa (Fahmi & Yulianto, 2024).

C. Berkah Ramadhan Peluang Emas bagi UMKM

Selama bulan ramadhan terjadi peningkatan signifikan dalam pengeluaran konsumen terutama kebutuhan makanan seperti tradisi buka puasa bersama, membeli pakaian baru, dan hadiah menjelang Idul Fitri (Abdou *et al.*, 2022), sehingga sektor-sektor bisnis dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan ini mengalami peningkatan penjualan (Hassan & Low, 2024). Sebagai contoh, selama Ramadhan permintaan akan makanan meningkat pesat, sehingga pedagang dapat memanfaatkan peluang ini dengan menawarkan produk berkualitas tinggi dan beragam untuk memenuhi preferensi konsumen yang semakin selektif (Berutu *et al.*, 2023).

Lonjakan permintaan selama bulan ramadhan memberikan peluang besar bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), namun juga menghadirkan tantangan tersendiri sehingga memerlukan perencanaan yang strategis dalam memenuhi permintaan pasar (Rasul & Uddin, 2023).

UMKM dapat memanfaatkan kearifan lokal untuk mengembangkan produk unik dan relevan, memperkuat identitas serta daya saing produk (Titin *et al.*, 2024). Selain itu, peningkatan sensitivitas budaya diperlukan untuk menyesuaikan penawaran dengan perubahan pola konsumsi masyarakat selama ramadhan, termasuk inovasi produk dan layanan bertema ramadhan (Juliyani, 2024).

Strategi digital yang inovatif yang mencakup aspek sosial-ekonomi, sosio-teknis, dan tekno-ekonomi, sangat penting untuk memastikan kelangsungan dan ketahanan bisnis dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen dan kondisi pasar (Soon, Vincent & Dinh, 2024). Pemanfaatan platform digital, terutama media sosial dan konten bertema Ramadhan juga dapat menjadi strategi kunci bagi UMKM untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan penjualan (Berutu, Siahaan & Nasrida, 2023; Heryadi *et al.*, 2024).

D. Optimalisasi Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) untuk Pemberdayaan

Selama ramadhan, umat Islam meningkatkan ibadah mereka dengan memperbanyak sedekah untuk meraih berkah dan ampunan (Fitria & Kusuma, 2022). Mereka juga lebih taat dalam menjalankan kewajiban agama, termasuk zakat, karena besarnya pahala spiritual di bulan suci ini (Wul&ari & Rabbani, 2019).

Dalam konteks ekonomi, zakat produktif berperan penting dalam memberikan modal usaha bagi *mustahik* untuk pembelian bahan baku, peralatan, dan kebutuhan operasional lainnya (Mafluhah, 2024). Zakat produktif berpotensi menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas (Afifah & Permana, 2024), memperkuat solidaritas sosial,

meningkatkan kesejahteraan komunitas, serta menciptakan siklus dukungan yang berkesinambungan (Nugraha, Malik & Himayasari, 2024). Lebih jauh lagi, salah satu indikator keberhasilan program zakat produktif adalah transformasi *mustahik* menjadi *muzakki* yang menjadi pencapaian penting dalam pembangunan sosial ekonomi jangka panjang (Hasyim & Wahyudi, 2024).

Lebih dari sekadar bantuan modal, program zakat produktif juga menyertakan proses pendampingan meliputi perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi secara komprehensif untuk memastikan bahwa program dikelola secara efektif sehingga *mustahik* dapat mempertahankan bisnis (Ashari *et al.*, 2023), meningkatkan pendapatan, mencapai kemandirian finansial, yang mampu meningkatkan kepercayaan diri dan mendorong inisiatif kewirausahaan (Firmansyah *et al.*, 2024).

E. Sinergi Komunitas dan Masjid

Masjid memiliki peran penting dalam pengembangan kewirausahaan dan bisnis masyarakat melalui diskusi bisnis dan pelatihan ekonomi Islam (Hilman & Qurni, 2024), pembentukan koperasi yang memberikan pinjaman tanpa bunga dan menjadi saluran distribusi bagi bisnis lokal (Muhardi *et al.*, 2023), sehingga dapat berkontribusi dalam mendukung UMKM dengan penciptaan lapangan kerja, dan membantu pemulihan ekonomi, terutama setelah krisis seperti pandemi (Asmara *et al.*, 2022), terutama memberikan peluang ekonomi bagi generasi muda yang ada (Zaharuddin *et al.*, 2024). Masjid Jogokariyan Yogyakarta misalnya mempunyai program pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengelolaan zakat dan sedekah dengan memberikan modal bagi UMKM, pelatihan bisnis, hingga penciptaan pasar untuk penjualan produk lokal (Rarasati & Priyadi, 2024).

Masjid ini juga memiliki program khusus di bulan ramadhan seperti “Desa Ramadhan Jogokariyan” dan “Pasar Umum” yang bertujuan meningkatkan aktivitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Hudiwasono *et al.*, 2024).

Kegiatan majelis taklim juga dapat melakukan program pemberdayaan perempuan secara ekonomi melalui pelatihan wirausaha seperti pembuatan sabun yang terbukti mengurangi pengeluaran dan membuka peluang bisnis rumahan (Dewi *et al.*, 2022). Selain itu, majelis taklim juga dapat mendorong kewirausahaan sosial dengan mengintegrasikan kegiatan ekonomi dan tujuan sosial melalui peningkatan peran perempuan (Luthfiah, 2021) dalam kegiatan amal yang dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab sosial dalam komunitas itu sendiri (Sholihah, 2023).

Masjid juga memiliki peran penting dalam keuangan sosial Islam melalui adopsi model *crowdfunding* berbasis digital (Nuriyah & Fakhri, 2022) dalam proses penggalangan dana masjid (Mutiarra & Murod, 2022) yang dapat memberdayakan masyarakat lokal melalui proyek-proyek yang dikelola oleh masjid (Mohd Ali *et al.*, 2023) dengan melibatkan komunitas masjid sehingga mampu mendapatkan kepercayaan dan legitimasi (Nieman, Putoto & Atzori, 2023)

F. Tantangan dan Solusi

Ekonomi berbasis komunitas meski menawarkan segudang manfaat, juga menyimpan tantangan yang perlu diatasi antara lain adalah modal sosial sebagai fondasi penting dalam mengatasi kendala finansial dan menopang inisiatif ekonomi. Contohnya di pasar tradisional, modal sosial memungkinkan pedagang kecil memanfaatkan platform ekonomi digital, sehingga memperluas peluang ekonomi mereka walaupun dengan keterbatasan sumber daya finansial (Suyatna *et al.*, 2024). Lebih jauh, keberhasilan

ekonomi sosial seringkali linear dengan kekuatan modal sosial dan tingkat partisipasi masyarakat. Keterlibatan aktif, kolaborasi dengan institusi lokal, dan kemitraan dengan bisnis dapat secara signifikan meningkatkan pengembangan dan keberlanjutan inisiatif ekonomi sosial (M&rysz, 2020).

Produk dan jasa dari ekonomi berbasis komunitas acapkali kesulitan menembus pasar yang lebih luas. Keterbatasan akses informasi, jaringan pemasaran, dan st&ar kualitas menjadi penghalang bagi produk lokal untuk bersaing di pasar. Usaha berbasis komunitas seringkali terhambat oleh kurangnya jaringan yang memadai, sehingga sulit terhubung dengan pasar yang lebih luas dan mitra potensial. Keterbatasan ini menghambat pertumbuhan dan akses ke basis pelanggan baru (Mondal, Gupta & Singh, 2024). Tak hanya itu, kurangnya dukungan dari pemerintah daerah dalam memfasilitasi akses pasar juga menjadi kendala. Ketidadaan kebijakan dan inisiatif yang mendukung perkembangan usaha berbasis masyarakat semakin mempersulit mereka untuk berkembang (Setokoe & Ramukumba, 2020).

Selain itu, keterbatasan keterampilan juga menjadi batu s&ungan. Masyarakat lokal mungkin membutuhkan pelatihan dan pengembangan kapasitas untuk mengelola kegiatan ekonomi secara efektif. Kurangnya pengetahuan tentang manajemen usaha, pemasaran, dan teknologi dapat menghambat perkembangan usaha. Ekonomi informal, dengan keterampilan yang dimilikinya, memiliki potensi ekonomi yang signifikan. Namun, potensi ini seringkali terhambat oleh tantangan-tantangan seperti akses terbatas ke modal, jangkauan pemasaran yang sempit, dan persaingan dengan produk-produk massal (Wawuru & Aryaningtyas, 2024). Lebih lanjut, pekerja informal cenderung memiliki tingkat pendidikan yang lebih rendah dan akses

terbatas untuk mengembangkan keterampilan, yang menyebabkan ketidaksesuaian antara keterampilan yang mereka miliki dengan permintaan di ekonomi formal (OECD, 2024).

Tak kalah penting, ketidakcocokan antara kondisi lokal dan kebijakan ekonomi seringkali terjadi karena kebijakan ekonomi nasional atau global tidak selaras dengan kondisi, nilai, dan aspirasi masyarakat setempat (Cameron & Lyne, 2022). Akibatnya, kebijakan tersebut gagal mengenali atau mendukung karakteristik unik dan mengabaikan sisi ekologis serta sosial ekonomi masyarakat itu sendiri (Elsen, 2018a).

Oleh karena itu, kebijakan yang memfasilitasi akses pasar dan memberikan dukungan keuangan dapat meningkatkan kelangsungan ekonomi berbasis masyarakat. Contohnya, di Global Selatan, *Rotating Savings & Credit Associations* (ROSCA) berkembang dengan menciptakan koperasi keuangan yang diatur dan digerakkan oleh masyarakat. Meski demikian, mereka membutuhkan lingkungan yang mendukung dan pengakuan serta integrasi ke dalam kerangka ekonomi yang lebih luas (Caroline & P.J., 2022).

G. Daftar Pustaka

- Abdou, F.A.M., Memon, M.I. and Shaik, J.H. (2022) 'Sentimental Analysis of Behavioral Changes in the Society Due To Ramadan in Islamic World', in *2022 2nd International Conference on Computing and Machine Intelligence (ICMI)*, pp. 1–5. Available at: <https://doi.org/10.1109/ICMI55296.2022.9873673>.
- Afifah, F.Z. and Permana, M.Y.G. (2024) 'Peran Distribusi Zakat Produktif Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Mustahik Kampung Zakat Terpadu Jember', *Al-*

- Mabstut: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 18(2), pp. 173–190.
- Amalia, R. *et al.* (2024) 'Development of Halal Tourism to Improve The Community Economy in The Halal Tourism Village of Setanggor', *Ijtimā iyya Journal of Muslim Society Research*, 9(1 SE-Articles), pp. 1–14. Available at: <https://doi.org/10.24090/ijtimaiyya.v9i1.10797>.
- Ashari, A. *et al.* (2023) 'BAZNAS Contribution Through Productive Zakat Program to the Economy Poor Society', *Majapahit Journal of Islamic Finance and Management*, 3(1 SE-Articles), pp. 1–14. Available at: <https://doi.org/10.31538/mjifm.v3i1.30>.
- Asmara, M.E. *et al.* (2022) 'Urgensi Pembentukan Unit Usaha Masjid sebagai Pemberdayaan Ekonomi Ummat Program Studi Akuntansi Universitas Deli Sumatera , Indonesia', *JEKKP (Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik)*, 4(1), pp. 8–16.
- Berutu, L., Siahaan, R.O. and Nasrida, M.F. (2023) 'Analisis SWOT Upaya Pengembangan Bisnis Kuliner Pasar Ramadan (Study kasus pada UMKM Pasar Ramadan Food kota Palangka Raya)', *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), pp. 160–175. Available at: <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i2.1139>.
- Cameron, J. and Lyne, I. (2022) 'Community economies', in *The Routledge Handbook of Global Development*.
- Caroline, S.H. and P.J., C. (2022) 'Community Economies in the Global South: Case Studies of Rotating Savings and Credit Associations and Economic Cooperation'. Edited by S.H. Caroline and C. P.J. Available at:

<https://doi.org/10.1093/oso/9780198865629.001.0001>

- .
- Dewi, I.N. *et al.* (2022) 'Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Majelis Taklim Melalui Pelatihan Pembuatan Produk Rumah Tangga sebagai Upaya Ide Bisnis', *Nuras: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4 SE-Articles), pp. 148–157. Available at: <https://doi.org/10.36312/njpm.v2i4.136>.
- Elsen, S. (2018a) 'Community Based Solidarity Economy and Eco-Social Transformation', *Postmodernisme Problems*, 8(1), pp. 50–68.
- Elsen, S. (2018b) *Eco-Social Transformation and Community-Based Economy*. Available at: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781351119863/eco-social-transformation-community-based-economy-susanne-elsen>.
- Fahmi, T. and Yulianto (2024) 'Penguatan Kapasitas BUMDes dan Prakarsa BUMDesma di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu', *Kreativasi: Journal of Community Empowerment*, 3(2 SE-Articles), pp. 203–213. Available at: <https://doi.org/10.33369/kreativasi.v3i2.37078>.
- Firmansyah, Y., Sukarno, H. and Masruroh, N. (2024) 'The Productive Zakat in Empowering Mustahik Entrepreneurship', *The Es Economics and Entrepreneurship*, 2(03 SE-Articles), pp. 230–239. Available at: <https://doi.org/10.58812/esee.v2i03.233>.
- Fitria, T.N. and Kusuma, I.L. (2022) 'The Phenomenon of Seasonal Beggars in The Month of Ramadan: An Islamic Economics Perspective', *Jurnal Ilmiah*

- Ekonomi Islam*, 8(1), pp. 882–887. Available at: <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.2449>.
- Hakim, L. et al. (2024) ‘Kontribusi Sosial Melalui Pembagian Takjil pada Masyarakat Selama Bulan Ramadhan’, *Nusantara Community Empowerment Review*, 2(2 SE-Articles), pp. 80–84. Available at: <https://doi.org/10.55732/ncer.v2i2.1306>.
- Hassan, S.H. and Low, E.C. (2024) ‘Spur of the moment: the unintended consequences of excessive food purchases and food waste during Ramadan’, *British Food Journal*, 126(7), pp. 2732–2745. Available at: <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2023-0917>.
- Hasyim, I. and Wahyudi, I. (2024) ‘IMPLEMENTASI PENERAPAN ZAKAT PRODUKTIF TERHADAP KESEJAHTERAAN MUSTAHIK DI LEMBAGA (LAZISMU) PAMEKASAN’, *Islamic Economics And Finance Journal*, 2(2 SE-Articles). Available at: <https://doi.org/10.62005/iseco.v2i2.98>.
- Healy, S., Heras, A.I. and North, P. (2023) ‘Community economies’, in *Encyclopedia of the Social and Solidarity Economy*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, pp. 12–18. Available at: <https://doi.org/10.4337/9781803920924.00014>.
- Heryadi, D.Y., Afiat, M.N. and Kraugusteeliana, K. (2024) ‘Effective Social Media Communication Strategies to Expand the Market Reach of MSMEs During Ramadan Season’, *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 2(1), pp. 409–415. Available at: <https://doi.org/10.61100/adman.v2i1.160>.
- Hilman, A. and Qurni, U. (2024) ‘Potential for Community Economic Development through Various Activities at

- the Tahtasyajarah Mosque, Pasir Angin Kiambon Village, Warga Jaya Village, Cigudeg District – Bogor’, *ALIF: Sharia Economics Journal*, 3(1 SE-Articles), pp. 30–34. Available at: <https://doi.org/10.37010/alif.v3i1.1577>.
- Hudiwasono, K. et al. (2024) ‘The Mosque as a Source of Community Prosperity : Lessons from the Jogokariyan Mosque’, *JIEP: Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, 7(1), pp. 13–27.
- Juliyani, E. (2024) ‘Strategi Sukses Wirausaha Perempuan Menghadapi Tantangan dan Peluang di Bulan Ramadhan’, *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 4(2 SE-Articles), pp. 67–77. Available at: <https://doi.org/10.55352/maqashid.v4i2.1173>.
- Luthfiyah, Z. (2021) ‘Strengthening the Role of Women in Empowering Mosque Functions After the Covid 19 Pandemic with a Social Entrepreneurship Approach’, *DIMAS: Jurnal Pemikiran Agama dan Pemberdayaan*, 21(2), pp. 297–322. Available at: <https://doi.org/10.21580/dms.2021.212>.
- Mafluhah, M. (2024) ‘Peran Zakat Produktif dalam Pemberdayaan Ekonomi Mustahik’, *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 9(2 SE-Articles), pp. 99–116. Available at: <https://doi.org/10.30736/jes.v9i2.882>.
- Mandrysz, W. (2020) ‘Community-Based Social Economy – Social Capital and Civic Participation in Social Entrepreneurship and Community Development’, *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 8(1), pp. 81–93. Available at: <https://doi.org/10.2478/mdke-2020-0006>.

- Mohd Ali, S.N. et al. (2023) 'Synergizing Community Empowerment: Unveiling the Holistic Framework of Waqf Zakat and Infaq-Funded Agricultural Mosque Projects', *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 8(26 SE-Community Environment / Social Psychology), pp. 131–136. Available at: <https://doi.org/10.21834/e-bpj.v8i26.5146>.
- Mondal, S., Gupta, H. and Singh, S. (2024) 'Barriers and Enablers of Community Entrepreneurship Ventures: A Mixed Method Approach', *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, pp. 15209–15223. Available at: <https://doi.org/10.1109/TEM.2024.3445989>.
- Muhardi, M., Nurdin, N. and Ihwanuddin, N. (2023) 'Social Entrepreneurship Through Mosque Cooperatives in Building Loan-shark-free Society Economy', *KnE Social Sciences*, 8(18 SE-Articles). Available at: <https://doi.org/10.18502/kss.v8i18.14202>.
- Mutiara, S. and Murod, M.M. (2022) 'RANCANG BANGUN PLATFORM PENGALANGAN DANA MASJID BERBASIS WEBSITE DENGAN METODE CROWDFUNDING', *Jurnal Tekinkom (Teknik Informasi dan Komputer)*; Vol 5 No 1 (2022) DO - 10.37600/tekinkom.v5i1.461 [Preprint]. Available at: <https://jurnal.murnisadar.ac.id/index.php/Tekinkom/article/view/461>.
- Nalle, F. and Ismail, M. (2024) 'Epistemological criticism of the concept of individualism in conventional economies', *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 12(1 SE-), pp. 67–90. Available at: <https://doi.org/10.22437/ppd.v12i1.30759>.

- Ni'mah, A. et al. (2023) 'Increase in Prices of Staples in the Month of Ramadan in the Perspective of Islamic Economic Philosophy', *Pressacademia*, 2(2021), pp. 215–216. Available at: <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2023.1790>.
- Nieman, N.R., Putoto, G. and Atzori, A. (2023) 'Community Engagement: Non-Governmental and Faith-based Organizations', in M.C.B. Raviglione et al. (eds) *Global Health Essentials*. Cham: Springer International Publishing, pp. 315–320. Available at: https://doi.org/10.1007/978-3-031-33851-9_48.
- Nugraha, S., Malik, Z.A. and Himayasari, N.D. (2024) 'Efektivitas Penyaluran Zakat Produktif Melalui Program Pemberdayaan Ekonomi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik', *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 4(1), pp. 31–38.
- Nuriyah, A. and Fakhri, U.N. (2022) 'Designing of digital-based Islamic social finance model through role of mosque', *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 8(1 SE-Articles), pp. 77–93. Available at: <https://doi.org/10.20885/jeki.vol8.iss1.art6>.
- Nursetiawan, I. et al. (2024) 'Pelatihan Manajemen BUMDes Berbasis Sosiokultural Masyarakat Lokal di Desa Sukamaju', *Warta LPM*, 27(1 SE-Articles), pp. 21–32. Available at: <https://doi.org/10.23917/warta.v27i1.2863>.
- OECD (2024) *Breaking the Vicious Circles of Informal Employment and Low-Paying Work*. Paris.
- Prasad, K.K. (2023) 'Community-based organizations', in *Encyclopedia of the Social and Solidarity Economy*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, pp. 121–

130. Available at:
<https://doi.org/10.4337/9781803920924.00029>.
- Pratiwi, B.E. (2023) 'Pertumbuhan dan kinerja indeks pasar sektoral dalam periode Ramadhan', *Riset Akuntansi dan Portofolio Investasi*, 1(2 SE-Article), pp. 38–42. Available at: <https://doi.org/10.58784/rapi.42>.
- Rarasati, I. and Priyadi, U. (2024) 'Empowering MSMEs: The Role of Mosques in Community Economic Development', *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 9(3), pp. 397–410. Available at: <https://doi.org/10.22515/shirkah.v9i3.566>.
- Rasul, U.S.M. and Uddin, M.S. (2023) 'Blessings on a Cart: Ramadan and Street Vendors in Dhaka', *Asian Journal of Management*, 14(01), pp. 29–36. Available at: <https://doi.org/10.52711/2321-5763.2023.00006>.
- Rostom, R.A.H. (2024) 'The Hadiths Contained in the Virtue of the Month of Ramadan (Analytical StudyH)', *International Journal of Religion*, 5(7 SE-Articles), pp. 1160–1170. Available at: <https://doi.org/10.61707/2bxtzv29>.
- Setokoe, T.J. and Ramukumba, T. (2020) 'CHALLENGES OF COMMUNITY PARTICIPATION IN COMMUNITY-BASED TOURISM IN RURAL AREAS', *Sustainable Tourism*, 248, pp. 13–22. Available at: <https://doi.org/10.2495/ST200021>.
- Shalihin, N. et al. (2020) 'Ramadan and strengthening of the social capital of indonesian muslim communities', *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*, 76(3), pp. 1–9. Available at: <https://doi.org/10.4102/HTS.V76I3.6241>.

- Sholihah, F.N. (2023) 'EMPOWERMENT OF YOUTH TAKLIM ASSEMBLY IN INCREASING SOCIAL ACTIVITIES IN BINTARA ENVIRONMENT', *Al-Basyar: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 2(2), pp. 66–73.
- Soon, P.-S., Vincent, R.L. and Dinh, T.D. (2024) 'A Netnographic View of Ramadan E-Bazaars—Digital Transformation Amid Crisis', in D.S. Mutum et al. (eds) *Marketing Case Studies in Emerging Markets: Contemporary Multi-industry Issues and Best-practices*. Cham: Springer Nature Switzerland, pp. 191–203. Available at: https://doi.org/10.1007/978-3-031-51689-4_15.
- Suyatna, H. et al. (2024) 'Challenging Social Capital to Develop Community-based Digital Economy Platform in the Traditional Market', *Journal of Social Development Studies*, 5(1 SE-Articles). Available at: <https://doi.org/10.22146/jsds.11378>.
- Titin et al. (2024) 'Product Development Strategy Based on Local Wisdom to Strengthen the Identity of SMEs during Ramadan', *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 2(1 SE-Articles), pp. 394–401. Available at: <https://doi.org/10.61100/adman.v2i1.158>.
- Wawuru, J.W. and Aryaningtyas, A.T. (2024) 'Pemberdayaan Masyarakat melalui Keterampilan Lokal dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata di Kampung Pelangi Semarang', *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), pp. 1125–1131. Available at: <https://doi.org/10.33087/jjubj.v24i2.5110>.

- Widaningsih, N. et al. (2024) 'Konsep Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perencanaan Desa Wisata Nglanggeran', *Jurnal Industri Pariwisata*, 7(1), pp. 56–67. Available at: <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v7i1.1971>.
- Wulandari, P. and Rabbani, M. (2019) 'Do Religiosity and Socio-Economic Aspects Influence Zakat and Waqf Payment?', in K.M. Ali, M.K. Hassan, and A. elrahman E.S. Ali (eds) *Revitalization of Waqf for Socio-Economic Development*. Cham: Springer International Publishing, pp. 269–292. Available at: https://doi.org/10.1007/978-3-030-18449-0_14.
- Zaharuddin, Z. et al. (2024) 'Pemberdayaan Remaja Masjid Berbasis Wirausaha untuk Meningkatkan Perekonomian Masjid', *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), pp. 150–159.



CONTINUOUS IMPROVEMENT DALAM SISTEM MANAJEMEN MUTU MASJID GUNA PENGEMBANGAN EKONOMI MASJID

Azil Awaludin¹, Lutfi Djoko Djumeno², Fahrul Fauzi³

¹ Auditor Utama QSCert: ISO 9001:2015, 14001:2015,
45001:2018

² Pemerhati Manajemen Mutu Masjid

³ Alumni Universitas Indonesia

Email: lutfidjoko@gmail.com

A. Pendahuluan

Pergolakan ekonomi era ini menimbulkan ketidakpastian dunia, usaha yang tak jarang justru menumbangkan usaha tersebut. Era ketidakpastian ekonomi saat ini menuntut akselerasi yang tinggi dan ketepatan strategi yang jitu. Kondisi ini mengharuskan perbaikan produk yang terus-menerus atau perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*) menjadi kunci dimana korporasi bisa tumbuh dan menciptakan kesejahteraan dan kebahagiaan.

Continuous improvement merupakan sebuah filosofi dasar bagaimana mencapai standar kualitas optimal melalui beberapa perbaikan yang sistematis dan dilaksanakan secara berkesinambungan. *Continuous improvement* lebih menekankan pada tindakan perbaikan yang sederhana namun dilakukan secara berlanjut yang kemudian akan menumbuhkan banyak ide atau inovasi sebagai sebuah solusi atas masalah yang timbul. Filosofi *continuous improvement* merupakan transformasi dari konsep *kaizen*, yang memperbaiki setiap kesalahan yang muncul dalam proses produksi secara bertahap dan dimulai dengan memperbaiki kesalahan yang besar hingga ke yang kecil sampai tidak ditemukan lagi kesalahan dalam proses produksi (*zero defect*).

Continuous improvement dapat dikatakan sebagai jantung untuk meningkatkan kualitas. Berdasarkan hasil studi tentang keberhasilan perusahaan-perusahaan industri kelas dunia yang berhasil mengembangkan konsep kualitas dalam perusahaan, lahirlah apa yang disebut sebagai Manajemen Kualitas Terpadu (*Total Quality Management*, TQM). TQM merupakan peningkatan secara terus menerus yang dilakukan oleh setiap orang dalam organisasi untuk memahami, memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan. Berbicara mengenai TQM maka erat kaitannya dengan pembahasan terkait kualitas dan mutu.

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategis. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti: performansi (*performance*), keandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*ready to use*), estetika (*esthetics*) dan sebagainya (Gaspersz, 2006). Dalam ISO

8402 (*quality vocabulary*), kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Kualitas seringkali diartikan sebagai kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) atau konformasi terhadap kebutuhan atau persyaratan (*conformance to the requirement*) (Gaspersz, 2006).

Sedangkan istilah mutu adalah kemampuan suatu produk, baik itu barang maupun jasa/layanan untuk memenuhi keinginan pelanggannya. Sehingga setiap barang atau jasa selalu diacu untuk memenuhi mutu yang diminta pelanggan melalui pasar (Tampubolon, 2004). Disamping pengertian kualitas dan mutu di atas, kualitas juga dapat diartikan segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan dan upaya perubahan ke arah perbaikan terus menerus sehingga dikenal istilah *Q-MATCH (Quality- Meets Agreed Terms and Change)* (Tjiptono, 1996).

Secara umum, perubahan-perubahan kecil seringkali terkesan tak bermakna karena tidak langsung membawa perubahan nyata pada hidup suatu manusia. Apabila diumpamakan sekeping koin tidak bisa menjadikan kaya, suatu perubahan positif seperti meditasi selama satu menit atau membaca buku satu halaman setiap hari mustahil menghasilkan perbedaan yang bisa terdeteksi. Namun hal tersebut tidak sejalan dengan pemikiran James Clear, seorang pakar dunia yang terkenal dengan *habits* atau kebiasaan. Menurut Clear (2019) bahwa tiap perbaikan kecil bagaikan menambahkan pasir ke sisi positif timbangan dan akan menghasilkan perubahan nyata yang berasal dari efek gabungan ratusan bahkan ribuan keputusan kecil. Clear (2019) menamakan perubahan kecil

yang membawa pengaruh yang luar biasa dengan nama *atomic habits* (Clear, 2019).

Umat Muslim menganggap Islam bukan sebagai agama Iman tetapi juga sebagai cara hidup yang unik. Keunikan ini telah dijelaskan oleh para ulama Islam yang menyatakan bahwa cara hidup Islam didasarkan pada konsep unik tempat manusia di alam semesta yang mencakup kehidupan individu dan masyarakat dengan cara yang memastikan Kerajaan Allah Swt. Benar-benar terwujud di bumi, bahwa tidak ada perbedaan yang jelas dalam Islam antara aspek spiritual dan fisik. Oleh karena itu, keduanya sama penting dalam cara hidup Muslim (Mokhtar & Ahmad, 2021).

Cara hidup yang unik ini berasal dari sumber-sumber pengetahuan dalam Islam yang terdiri dari Alquran, Hadis Nabi Muhammad Saw, *Ijma*, dan *Qiyas*. Alquran telah menjadi sumber utama pengetahuan dalam Islam. Namun menurut salah satu ulama Islam yang paling berpengaruh, Alquran tidak dapat diinterpretasikan tanpa menunjuk Hadis dan tafsir Alquran karena larangan dari Nabi Muhammad Saw untuk tidak menafsirkan Alquran berdasarkan pendapat sendiri. Oleh karena itu, dalam upaya memahami mengelaborasi dan menafsirkan Alquran, maka perlu merujuk pada Hadis Nabi Muhammad Saw dan tafsir ulama. Salah satu tafsir terkenal di dunia Islam ditulis oleh ulama besar Indonesia yang dikenal sebagai tafsir *Al-Azhar* karangan Haji Abdul Malik Karim Amarullah (Hamka). Oleh karena itu, tulisan ini akan fokus pada *continuous improvement* berdasarkan perspektif Hamka di dalam Tafsir *Al-Azhar*.

Metode penelitian ini menggunakan penelitian pustaka dengan berbagai data sekunder termasuk sumber utama pengetahuan dalam Islam yang merupakan tafsir

Alquran. tafsir Alquran yang digunakan dalam penelitian ini adalah tafsir *Al-Azhar*. Selain itu, teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menguji data meliputi studi dokumentasi mengenai Hamka dan tafsir *Al-Azhar*. Metode penelitian yang digunakan untuk menguji data adalah kualitatif dan terdiri dari pendekatan analisis konten (Moleong, 2017).

B. Pengenalan Hamka dan Corak Penafsiran Tafsir *Al-Azhar*

Prof. Dr. H. Abdul Malik Karim Amarullah Datuk Indomo, yang lebih populer dengan nama penanya Hamka (08 Februari 1908-24 Juli 1981). Seorang otodidak dalam berbagai ilmu. Hamka tercatat sebagai penulis Islam yang paling prolifk dalam sejarah modern Islam. Karya-karyanya mengalami cetak ulang berkali-kali dan banyak dikaji oleh peneliti negara-negara di Asia Tenggara. Hamka melahirkan 100 buku tentang Islam (Roeder, 1971). Tuduhan melakukan gerakan subversif pada pemerintahan Orde Lama membuat Hamka dituduh dari rumahnya ke tahanan Sukabumi pada 1964. Dalam keadaan sakit sebagai tahanan, ia menyelesaikan tafsir *Al-Azhar*.

Hamka dalam menafsirkan Alquran mengikuti gaya *Al-Manar*. Ciri khas pemikiran *Al-Manar* adalah salafi dalam bidang akidah, kebebasan dalam berfikir, rasionalis, menggalakkan *ijtihad*, anti *taklid*, menjadikan Alquran sebagai pilihan utama untuk mengubah nasib masyarakat, dan menjadikan sejarah kemajuan atau kemunduran suatu bangsa sebagai pelajaran kehidupan (Majelis Ulama Indonesia, 2022). Banyak pengalaman kehidupan yang dirasakan oleh Hamka tertuang dalam tafsirannya ini. Selain itu, dalam hal pemikiran yang tertuang di tafsirnya ini, Hamka sangat terpengaruh oleh gerakan pencerahan

kelIslaman Jamaludin Al-Afghani, Muhammad Abduh dan Rasyid Ridha. Namun, sebagai ulama besar dan kharismatik, Hamka juga banyak mengutip hadis Nabi Muhammmad Saw, perkataan sahabat dan *tabi'in* sehingga Tafsir *Al-Azhar* menjadi karya tafsir yang harmonis antara tafsir *bil-matsur* dan *bil-ma'qul* (Majelis Ulama Indonesia, 2022).

C. *Continuous Improvement* dan *Atomic Habits* dalam Perspektif Hamka

Continous Improvement dan *Atomic Habits* merupakan istilah lama yang tetap menarik dibahas. Pembahasan *Continous Improvement* dan *Atomic Habits* dalam penelitian ini didasarkan pada perspektif Islam. Islam mengenal trilogi dari Iman, Islam, dan *Ihsan* disebut juga Akidah, Ibadah, dan Akhlak. Iman, Islam, dan *Ihsan* sering juga disebutkan hubungan diantara ketiganya layaknya segitiga sama sisi yang sisi satu dan sisi lainnya berkaitan erat. Segitiga tersebut tidak akan terbentuk kalau ketiga sisinya tidak saling mengait. Manusia yang bertakwa harus bisa menarik dan menyeimbangkan antara Iman, Islam, dan *Ihsan*. Disamping adanya hubungan diantara ketiganya, juga terdapat perbedaan diantaranya sekaligus merupakan identitas masing masing. Iman lebih menekankan pada segi keyakinan dalam hati. Islam merupakan sikap untuk berbuat dan beramal. Sedangkan *Ihsan* merupakan pernyataan dalam bentuk tindakan nyata, *Ihsan* dapat mengukur seorang Muslim akan tipis atau tebal Iman dan Islam-nya.

Hamka membagi *ihsan* menjadi dua. Pertama adalah *ihsan* kepada Allah Swt. Sebagaimana Hadis Nabi yaitu engkau beribadah kepada Allah Swt. Seakan-akan engkau melihatnya jika engkau tidak melihatnya, maka

sesungguhnya Allah Swt. Melihat engkau. Kedua adalah *ihsan* sesama manusia, yaitu hubungan yang baik, budi yang baik, penyelenggaraan yang baik, bermulut manis, berhati yang lapang, berbelas kasih kepada fakir miskin. Kemudian ada pula *ihsan* kepada diri sendiri, memperteguh pribadi, guna mencapai kemanusiaan yang lebih sempurna, sehingga berguna dalam masyarakat dan janganlah berbuat kerusakan di muka bumi. Segala perbuatan yang merugikan orang lain, yang akan menyakiti hati sesama manusia, membuat onar, menipu dan mengecoh, mencari keuntungan semata untuk diri dengan melupakan hak hak orang lain, semua itu adalah merusak (Ariandi, 2019).

D. Konsep *Ihsan/Continuous Improvement* dan *Atomic Habits* Menurut Tafsir Al-Azhar

1. Surat Ar-Ra'd ayat (11)

Berdasarkan Tafsir Al-Azhar terhadap surah tersebut “*Sesungguhnya Allah tidaklah akan mengubah apa yang ada pada satu kaum, sehingga mereka ubah apa yang ada pada diri mereka (sendiri)*”.

Inilah ayat yang terkenal tentang kekuatan dan akal budi yang dianugerahkan Allah Swt. Kepada manusia sehingga manusia itu dapat bertindak sendiri dan mengendalikan dirinya sendiri di bawah naungan Allah Swt. Dia mempunyai akal dan dia pun mempunyai tenaga buat mencapai yang lebih baik dalam batas-batas yang ditentukan oleh Allah Swt. Kita harus berusaha sendiri mengubah nasib kepada yang lebih baik, mempertinggi mutu diri dan mutu amal, melepaskan diri dari perbudakan dari yang selain Allah Swt. (Hamka, 1992).

Namun membaca ayat ini hendaklah lengkap, jangan tengahnya saja, *“Allah Swt. tidak akan mengubah nasib suatu kaum, sehingga kaum itu sendiri merubah nasibnya.”*

Sebab kalau itu saja yang dibaca, kita akan ditipu oleh kekuatan diri kita sendiri dan mungkin akan banyak terbentur. Tetapi teruskan, *“Dan apabila Allah Swt. hendak menimpakan celaka, maka tidaklah ada penolakannya.”* Sebab kecelakaan itu kerap kali datang dari tempat yang tidak kita sangka sangka. *“Dan selain daripada-Nya, tidaklah ada bagi mereka akan Pelindung.”*

2. Surat An-Nisa ayat (146)

Pada ayat ini Hamka menafsirkan, istilah “berbuat baik” atau *“wa ahsinu”* dalam bahasa Arab berarti selalu berbuat baik dan selalu memperbaiki diri. Hamka juga menuliskan bahwa istilah itu tersimpul dari kata *Ihsan*. *Ihsan* mengandung makna beribadah kepada Allah Swt. Seakan-akan kamu lihat Allah Swt. Tetapi karena Allah Swt. Itu tidak dapat dilihat mata, namun Allah Swt. Tetap melihat kamu dengan lain perkataan Allah Swt. Selalu hadir di depan orang yang beribadah. Berdasarkan penjelasan tersebut Hamka berpendapat bahwa orang-orang yang beriman harus selalu memperbaiki mutu amalnya dan mutu ibadahnya kepada Allah Swt. (Hamka, 2019).

Hal yang perlu diperhatikan Hamka juga menyebutkan bahwa karena konteks ayat ini mengacu pada perjuangan di jalan Allah Swt. Maka aspek lain yang harus terus ditingkatkan adalah aspek yang berkaitan dengan perang. Hamka menjelaskan salah satu aspek perang yang harus terus ditingkatkan adalah

teknologi. Dalam penjelasannya Hamka menyebutkan perbedaan taktis antara periode Nabi Muhammad Saw. dan Khalid al-Walid serta sifat perang modern yang mana peralatan yang sudah berusia lima tahun ke atas dianggap sudah ketinggalan zaman. Hamka juga menyebutkan krisis Arab-Israel yang menyebabkan negara-negara Arab kalah dari Israel karena taktik dan teknis yang sudah ketinggalan zaman. Hamka menulis tafsir *Al-Azhar* selama periode konflik antara dunia Arab dan Israel. Oleh karena itu berdasarkan ayat Surat Al-Baqarah ayat 195, perbaikan terus menerus yang disarankan oleh Hamka meliputi aspek spiritual seperti Iman dan ibadah, serta aspek seperti teknologi, peralatan, metode, dan taktik.

3. Surat An-Nisa ayat (146) dan Surat An-Nahl ayat (128)

Penafsiran terhadap surat An-Nisa ayat (146), Hamka mengaitkan konsep *ihsan* dengan konsep taubat. Hamka beragumen bahwa taubat dicapai jika diikuti oleh *ihsan* yang terus menerus meningkat karena menurut Hamka, taubat hanya merupakan niat yang berasal dari hati tetapi *ihsan* adalah tindakan untuk akhirnya menyempurnakan taubat. Sedangkan di dalam Surat An-Nahl ayat (128), Hamka menafsirkan ayat ini dengan mengaitkan konsep *ihsan* dengan konsep takwa. Hamka menyebutkan bahwa takwa adalah pakaian hati sedangkan *ihsan* adalah tindakan nyata. Takwa adalah alasan bagi seorang Muslim untuk menjadi *ihsan*. Hamka menyebutkan bahwa *ihsan* memiliki dua makna yaitu berbuat baik dan memperbaiki. Berdasarkan ayat ini, Hamka menyebutkan bahwa *ihsan* harus holistik, baik dalam pekerjaan dan profesi maupun *ihsan* terhadap sesama.

4. Surat Al-Mulk ayat (2)

Hamka menafsirkan ayat “*karena Dia akan menguji kamu, manakah diantara kamu yang terlebih baik amalannya.*” Tegasnya disini dijelaskan bahwa yang dikehendaki Allah Swt. Dari kita ialah “*ahsanu amalan*”, amalan yang terlebih baik, biarpun sedikit, bukan amalan yang banyak tetapi tidak bermutu. Maka dari itu, janganlah beramal hanya karena mengharapkan banyak bilangan atau kuantitas, tetapi beramalah yang bermutu tinggi walaupun sedikit, atau berkualitas.

E. Pengelolaan dan Manajemen Masjid Bermutu Untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi Masjid

Nabi Muhammad Saw. menjanjikan ada tujuh golongan yang dinaungi Allah Swt. di hari Ketika tidak ada naungan kecuali naungan Allah Swt. Saja, naungan itu hanya diberikan kepada tujuh golongan salah satunya adalah “*rajuulun qalbahu mu’allaqun fil masaajid*”. Seseorang yang hatinya bergantung ke masjid. Kelak di padang mahsyar matahari jaraknya cuma sejengkal, dan mengantri ribuan milyaran manusia mempertanggungjawabkan hisab di hadapan Allah Swt. Namun golongan tersebut dinaungi Allah Swt. Dipayungi oleh Allah Swt. Mengapa? Karena hatinya terpaut di masjid (Ikhwani, 2021).

Pengelolaan masjid perlu ditangani secara handal agar dapat menjadi pusat peradaban yang lebih dari sekedar tempat beribadah. Pengelolaan masjid dengan baik semestinya tidak kalah dengan pengelolaan usaha seseorang yang hanya mencari keuntungan dunia saja. Menjawab tantangan di atas, Kementerian Agama RI menerbitkan Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan

Masyarakat Islam Nomor DJ.II/802/2014 tentang standar pembinaan manajemen masjid. Standar pembinaan manajemen masjid adalah batasan atau kualifikasi pembinaan dan pengelolaan masjid berdasarkan tipologi dan perkembangannya, ditinjau dari aspek: (1) *Idarah*, merupakan kegiatan pengelolaan yang menyangkut perencanaan, pengorganisasian, pengadministrasian, keuangan, pengawasan, dan pelaporan; (2) *Imarah*, yakni kegiatan memakmurkan masjid seperti peribadatan, pendidikan, kegiatan sosial, dan peringatan hari besar Islam; (3) *Ri'ayah*, adalah kegiatan pemeliharaan bangunan, peralatan, lingkungan, kebersihan, keindahan dan keamanan masjid termasuk penentuan arah kiblat.

Dalam perencanaan *idarah*, *imarah*, dan *ri'ayah* ketentuan Dirjen Bimas Islam menentukan agar pengurus masjid perlu mengadakan rapat, untuk mempersiapkan dan merealisasikan suatu rencana. Rapat pengurus masjid dilaksanakan secara periodik baik sekali dalam sebulan atau sekali dalam dua minggu. Waktu rapat ditetapkan dalam rapat sebelumnya. Beberapa hal yang harus dipersiapkan dalam rapat:

1. Acara yang jelas, kapan dimana siapa yang berbicara, siapa panitianya, siapa saja yang diundang, apa alat yang diperlukan, kegiatan apa yang perlu diadakan, berapa biaya yang dibutuhkan, untuk apa biaya tersebut, dan dari mana sumbernya.
2. Target rapat harus konkrit.
3. Pemimpin rapat hendaknya menghayati betul apa yang ingin dicapai.
4. Ketegasan pemimpin rapat. Tegas dalam arti harus selalu mengarahkan rapat kepada tujuan dan target yang telah ditentukan di atas.

5. Menjaga waktu. Rapat sebaiknya diadakan tepat pada waktu yang telah ditetapkan seperti tertulis dalam undangan. Lama suatu rapat sebaiknya antara dua jam dan maksimum tiga jam.
6. Pemimpin rapat harus mempersiapkan beberapa pilihan keputusan rapat. Suatu rapat dapat dimaksudkan sebagai wahana untuk menguji pemecahan pemecahan yang sudah difikirkan atau bahkan ditulis.
7. Semua keputusan dan jalannya rapat dicatat dalam notulen rapat. Notulen memuat ikhtisar ringkas isi pembicaraan, kesimpulan dan data, waktu dan peserta rapat. Notulen dapat segera disusun oleh sekretaris begitu selesai rapat, diperbanyak dan dikirimkan kepada peserta rapat, baik yang hadir maupun yang tidak hadir dalam rapat. Manfaat notulen adalah merekam semua kesimpulan rapat sehingga dapat dikoreksi dan yang tidak hadir dapat segera mengetahui keputusan.

Dari tahapan rapat perencanaan tergambar kegiatan *continuous improvement* dalam pelaksanaan rapat secara periodik sedangkan keputusan rapat yang hasilnya dilaksanakan secara periodik dapat dikategorikan sebagai *atomic habits*.

Kegiatan *continuous improvement* dalam mendongkrak ekonomi masjid mempunyai potensi yang besar untuk meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan umat. Masjid tidak hanya berfungsi sebagai sarana ibadah, namun menjadi pusat aktivitas ekonomi yang dapat bermanfaat dan diberdayakan oleh masyarakat. Konsep *continuous improvement* yang terus mengevaluasi untuk peningkatan yang berkesinambungan dapat diterapkan dengan mengidentifikasi peluang-peluang usaha yang relevan dengan kebutuhan jemaah.

Dengan melakukan evaluasi rutin terhadap program-program yang ada dan menyesuaikan dengan *feedback* dari jemaah, masjid dapat memperbaiki strategi pemasaran, pengelolaan dana, serta distribusi bantuan. Hal ini tidak hanya mengoptimalkan sumber daya masjid, tetapi juga memperkuat ikatan sosial antar jemaah dan memperluas dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar. Implementasi prinsip *continuous improvement* akan memastikan bahwa setiap tahunnya masjid dapat beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan meningkatkan efektivitas kegiatan ekonomi yang dijalankan, sehingga memberikan manfaat yang lebih besar bagi umat Islam.

F. Penutup

Konsep *ihsan* yang berupa perbaikan yang terus menerus dan *atomic habits* merupakan konsep perbaikan yang holistik dari perspektif Islam yang mencakup baik aspek spiritual seperti Iman dan ibadah dan aspek material seperti pekerjaan dan teknologi. Konsep *ihsan* dan *atomic habits* bermakna perbaikan terus menerus atau perbaikan berkelanjutan perbaikan ini bersifat sedikit demi sedikit, komprehensif dan terintegrasi. “*the best revenge is to improve yourself*,” ucap Ali bin Abi Thalib.

G. Daftar Pustaka

- Ariandi, A. N. (2019). *Penafsiran Hamka tentang Ihsan dalam Al-Qur'an: Analisis Semiotika*. IAIN Palangka Raya.
- Awaludin, A. (2020). *Life Time Auditor*. Elfa Mediatama.

- Awaludin, A., & Djumeno, L. D. (2020). *Apa dan bagaimana: sistem manajemen mutu masjid (SM3) berdasarkan ISO 9001-2015*. Elfa Mediatama.
- Clear, J. (2019). *Atomic Habits*. Gramedia Pustaka Utama.
- Dinsi, V. (2017). *Masjid Mandiri Membangun Ekonomi Ummat Berbasis Masjid*. Majelis Ta'lim Wirausaha.
- Direktorat Jenderal Bina Masyarakat Islam. *Keputusan Direktorat Jenderal Bina Masyarakat Islam tentang Standar Pembinaan Manajemen Masjid*. Keputusan Dirjen Bimas Islam No. DJ.II/802/2014.
- Domingo, R. T. (1998). *Quality Means Survival*. Prentice Hall.
- Gaspersz, V. (2006). *Total Quality Management (TQM): Untuk Praktisi Bisnis dan Industri*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hamka. (1992). *Tafsir Al Azhar*. Pustaka Panjimas.
- Hamka. (2019). *Tafsir Al-Azhar*. Gema Insani.
- Ikhwani, K. (2021). *Strategi Memakmurkan Masjid*. Hudan Media Utama.
- Ikhwani, K., & Masthour, M. S. (2021). *Strategi Memakmurkan Masjid*. Hudan.
- Ismail, A. U., & Castrawijaya, C. (2010). *Manajemen Masjid*. Angkasa.
- Majelis Ulama Indonesia. (2022, July 20). *Corak Penafsiran Buya Hamka dalam Mahakaryanya Tafsir Al-Azhar*. Majelis Ulama Indonesia.
- Mokhtar, M. S. M., & Ahmad, F. A. (2021). The Concept of Continuous Improvement from Perspectives of

- Hamka. *Proceedings of the BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference (BISTIC 2021)*, 252–255.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *PT. Remaja Rosda Karya* (36th ed.).
- Roeder, O. G. (1971). *Who's who in Indonesian*. Gunung Agung.
- Tampubolon, M. P. (2004). *Manajemen Operasional*. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (1996). *Manajemen Jasa* (1st ed.). Andi.
- Vallence, K. E., & Wallace, L. (1993). *Quality concepts : an introduction to the concepts, processes and key terms in quality*. Nelson.



KOLABORASI SOSIAL & EKONOMI BERBASIS JEMAAH

Dr. H. Imron Natsir, S.E., M.M.

Pascasarjana Universitas PTIQ Jakarta

Email: imronnatsir@ptiq.ac.id

A. Latar Belakang

Bulan Ramadhan adalah momen penting dalam kalender Islam, berdampak pada aspek spiritual, sosial, dan ekonomi. Ramadhan mendorong umat Islam untuk memperbanyak ibadah dan amal kebaikan serta memperkuat hubungan sosial melalui tradisi berbagi dan solidaritas. Ramadhan juga meningkatkan kegiatan kebersamaan umat Islam, seperti berbuka puasa bersama, memberikan sedekah, dan mempererat persaudaraan. Secara ekonomi, Ramadhan meningkatkan konsumsi rumah tangga, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan memajukan aktivitas ekonomi jemaah. Tradisi berbagi selama Ramadhan menciptakan lingkungan solidaritas sosial yang mendorong kepedulian terhadap sesama, terutama mereka yang kurang

mampu. Tradisi ini bukan hanya bagian dari ibadah, tetapi juga berfungsi sebagai alat redistribusi kekayaan yang efektif, mengurangi kesenjangan ekonomi dalam masyarakat. Menurut studi oleh Ahmed dan Khalid (2021), aktivitas berbagi selama Ramadhan berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi kelompok rentan dan mendorong pembangunan sosial yang berkelanjutan.

Aktivitas ekonomi jemaah saat Ramadhan menguatkan ekonomi komunitas. Masjid sering jadi pusat kegiatan ekonomi. Kolaborasi dengan sektor swasta, pemerintah, dan lembaga keuangan syariah ciptakan ekosistem ekonomi inklusif. Inovasi dalam pengelolaan keuangan komunitas, seperti teknologi digital untuk distribusi zakat dan produk halal, buka peluang baru. Digitalisasi aktivitas ekonomi jemaah saat Ramadhan tingkatan efisiensi, transparansi, dan partisipasi masyarakat.

Penulisan ini membahas kolaborasi sosial dan ekonomi berbasis jemaah selama Ramadhan untuk memperkuat kesejahteraan umat. Menyoroti peran masjid dalam pemberdayaan ekonomi, tulisan ini menunjukkan integrasi tradisi berbagi dan solidaritas sosial dengan strategi pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan. Tujuan penulisan ini mencakup:

1. Menggambarkan Kolaborasi Sosial dan Ekonomi Berbasis Jemaah. Menjelaskan bagaimana aktivitas ekonomi berbasis jemaah, seperti pengelolaan zakat produktif, koperasi masjid, dan bazar Ramadhan, dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat.
2. Menganalisis Peran Institusi Keagamaan dalam Pemberdayaan Ekonomi. Menganalisis bagaimana masjid dan lembaga keagamaan lainnya dapat berperan sebagai katalisator dalam pemberdayaan ekonomi, termasuk

dalam pengelolaan dana sosial syariah dan penyediaan pelatihan.

3. Kewirausahaan Berbasis Komunitas. Penulisan ini menggunakan pendekatan studi literatur dan analisis data sekunder untuk mengeksplorasi peran Ramadhan dalam memperkuat kolaborasi sosial dan ekonomi berbasis jemaah. Data dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk jurnal akademik, laporan lembaga keuangan syariah, dan dokumentasi program-program pemberdayaan ekonomi yang berbasis masjid. Adapun teori yang digunakan adalah teori kolaborasi-ekonomi dan ekonomi syariah seperti terlihat pada tabel 1

Tabel 1.

Teori Kolaborasi Sosial-Ekonomi dan Ekonomi Syariah	
1) Teori Kolaborasi Sosial-Ekonomi:	
Teori ini menjelaskan bagaimana kerja sama antar anggota komunitas dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara kolektif. Kolaborasi sosial-ekonomi berbasis jamaah menciptakan sinergi antara individu, komunitas, dan institusi keagamaan dalam mengelola sumber daya secara bersama-sama. Menurut Nasution (2023), kolaborasi ini dapat memperkuat ketahanan ekonomi komunitas dan menciptakan ekosistem ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.	
2) Teori Ekonomi Syariah:	
Ekonomi syariah berfokus pada prinsip-prinsip keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan sosial. Prinsip-prinsip seperti zakat, wakaf, dan mudharabah (bagi hasil) memainkan peran penting dalam menciptakan sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Ekonomi syariah juga menekankan	

pentingnya redistribusi kekayaan untuk mengurangi kesenjangan sosial dan mempromosikan solidaritas dalam komunitas. Penelitian oleh Rahman dan Sani (2024) menunjukkan bahwa pengelolaan dana sosial syariah yang efektif dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat secara signifikan.

B. Ramadhan Momentum Kolaborasi Sosial Ekonomi.

Bulan Ramadhan memiliki makna yang sangat dalam bagi umat Islam. Selain aspek spiritual yang menjadi fokus utama, bulan suci ini juga memiliki dampak yang signifikan dalam bidang sosial dan ekonomi. Dari segi ekonomi, Ramadhan bukan hanya sekadar bulan puasa, tetapi juga menjadi momen penting dalam meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat.

Tidak hanya itu, Ramadhan juga menjadi waktu yang tepat untuk memperkuat kolaborasi sosial melalui berbagai kegiatan filantropi. Misalnya, banyak umat Islam yang aktif dalam menggalang dana untuk membantu sesama yang membutuhkan, baik dalam bentuk bantuan pangan maupun pendidikan. Prinsip-prinsip Islam seperti *ta'awun* (tolong-menolong) dan *ukhuwah* (persaudaraan) menjadi landasan utama dalam membangun solidaritas ekonomi di tengah masyarakat Muslim.

Dengan adanya nilai-nilai tersebut, umat Islam diajarkan untuk saling menguatkan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal ekonomi. Solidaritas ekonomi yang dibangun di bulan Ramadhan tidak hanya berhenti pada bulan tersebut, tetapi menjadi landasan kuat untuk menjaga kebersamaan dan kerjasama di antara sesama umat Islam. Dengan demikian, bulan Ramadhan bukan hanya menjadi waktu untuk beribadah, tetapi juga momentum untuk

mempererat tali persaudaraan dan kerjasama ekonomi di kalangan umat Islam.

1. Karakteristik Ekonomi Ramadhan

a. Peningkatan Konsumsi dan Belanja Masyarakat

Bulan Ramadhan secara signifikan mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Sebagai bulan penuh berkah, umat Islam meningkatkan konsumsi, terutama untuk kebutuhan pokok dan persiapan menjelang Idul Fitri. Menurut penelitian oleh Al-Ghazali & Hassan (2021), terjadi peningkatan pengeluaran rumah tangga selama Ramadhan yang mencakup makanan, pakaian, dan hadiah. Hal ini mencerminkan bagaimana budaya konsumsi dalam Ramadhan tidak hanya didorong oleh kebutuhan tetapi juga oleh aspek sosial, seperti berbagi dengan keluarga dan komunitas.

Selain itu, sektor ritel dan industri makanan mengalami lonjakan permintaan. Penelitian yang dilakukan oleh Yusuf dan Karim (2022). Menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan ritel selama Ramadhan di beberapa negara mayoritas Muslim meningkat hingga 20-30% dibandingkan dengan bulan-bulan biasa. Ini menunjukkan bahwa Ramadhan menjadi pendorong siklus ekonomi musiman yang signifikan.

Namun, peningkatan konsumsi ini tidak selalu sejalan dengan prinsip kesederhanaan yang diajarkan dalam Islam. Sebagian masyarakat cenderung berlebihan dalam pengeluaran, yang berpotensi menimbulkan pemborosan (*israf*). Oleh karena itu, penting untuk menyeimbangkan antara konsumsi yang wajar dan pengelolaan keuangan yang bijak selama Ramadhan (Rahman, 2023).

b. Aktivitas Filantropi Zakat, Infak, dan Sedekah

Selain peningkatan konsumsi, Ramadhan juga identik dengan peningkatan aktivitas filantropi. Zakat, infak, dan sedekah menjadi bagian integral dari ibadah di bulan ini. Zakat *fitrah* wajib dikeluarkan oleh setiap Muslim sebelum Idul Fitri, sementara zakat *mal*, infak, dan sedekah sunnah seringkali meningkat sebagai bentuk solidaritas sosial.

Menurut penelitian oleh Abdullah dan Suryani (2021), Ramadhan menyumbang lebih dari 50% total pengumpulan zakat tahunan di banyak lembaga amil zakat. Fenomena ini menunjukkan bahwa umat Islam memanfaatkan momentum Ramadhan untuk meningkatkan kontribusi sosial mereka, memperkuat solidaritas dengan sesama, terutama bagi mereka yang kurang mampu. Zakat dan sedekah tidak hanya berdampak pada penerima, tetapi juga memiliki efek pengganda dalam ekonomi.

Distribusi zakat produktif, seperti modal usaha kecil, dapat mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat miskin (Hidayat & Putri, 2022). Aktivitas ini membantu mengurangi kesenjangan sosial dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi komunitas.

2. Prinsip Kolaborasi dalam Islam

a. Konsep *Ta'awun* (Tolong-Menolong) dan *Ukhuwah* (Persaudaraan).

Islam menekankan pentingnya kolaborasi sosial dan ekonomi melalui konsep *ta'awun* (tolong-menolong) dan *ukhuwah* (persaudaraan). *Ta'awun* mengacu pada prinsip saling membantu dalam kebaikan dan ketakwaan, sebagaimana disebutkan dalam Alquran:

"Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran" (QS. Al-Maidah: 2).

Prinsip ini mendorong umat Islam untuk berpartisipasi aktif dalam mendukung kesejahteraan sosial melalui kerja sama ekonomi. Misalnya, kolaborasi dalam membangun usaha bersama berbasis komunitas atau jemaah, seperti koperasi syariah atau *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT), merupakan implementasi nyata dari *ta'awun* dalam konteks ekonomi (Nasution, 2023). *Ukhuwah*, atau persaudaraan, memperkuat hubungan antarindividu dalam komunitas Muslim.

Persaudaraan ini bukan hanya bersifat spiritual, tetapi juga mendorong solidaritas ekonomi. Dalam konteks Ramadhan, *ukhuwah* tercermin dalam praktik berbagi makanan untuk berbuka puasa, memberikan zakat, atau membantu sesama dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka.

b. Landasan Alquran dan Hadis dalam Membangun Solidaritas Ekonomi.

Landasan kolaborasi sosial dan ekonomi dalam Islam tidak terlepas dari ajaran Alquran dan Hadis. Selain ayat tentang *ta'awun*, banyak ayat dan hadis yang menekankan pentingnya membantu sesama dan berbagi rezeki. Rasulullah Saw. bersabda:

"Tidaklah beriman seseorang di antara kalian hingga ia mencintai saudaranya seperti ia mencintai dirinya sendiri" (HR. Bukhari dan Muslim).

Hadis ini mengajarkan bahwa kesejahteraan individu terkait dengan kesejahteraan komunitasnya. Solidaritas ekonomi adalah kewajiban sosial dan bagian dari keimanan. Islam memperkenalkan zakat sebagai mekanisme distribusi kekayaan yang adil. Alquran menyebutkan:

"Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka"
(QS. At-Taubah: 103).

Zakat berfungsi untuk menyucikan harta dan mendukung kesejahteraan masyarakat. Penekanan pada zakat dan sedekah memperkuat solidaritas ekonomi syariah.

C. Peran Masjid dan Jemaah dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat

Masjid, institusi keagamaan tertua dalam Islam, berperan penting dalam aspek spiritual, sosial, dan ekonomi umat. Peran masjid berkembang menciptakan ekosistem ekonomi komunitas berkelanjutan. Kolaborasi masjid dan jemaah efektif menguatkan perekonomian umat melalui inisiatif produktif, terutama saat Ramadhan.

1. Masjid sebagai Pusat Ekonomi dan Sosial.

Fungsi masjid dalam sejarah Islam sebagai pusat perdagangan dan ekonomi sejak masa Rasulullah Saw., masjid telah menjadi pusat kehidupan umat Islam, tidak hanya dalam aspek ibadah tetapi juga sebagai pusat kegiatan sosial dan ekonomi. Masjid Nabawi di Madinah, misalnya, bukan hanya tempat shalat tetapi juga pusat diskusi, pendidikan, dan transaksi ekonomi (Nasution, 2021). Pasar di dekat masjid dikelola dengan prinsip-prinsip syariah yang adil dan transparan, memastikan

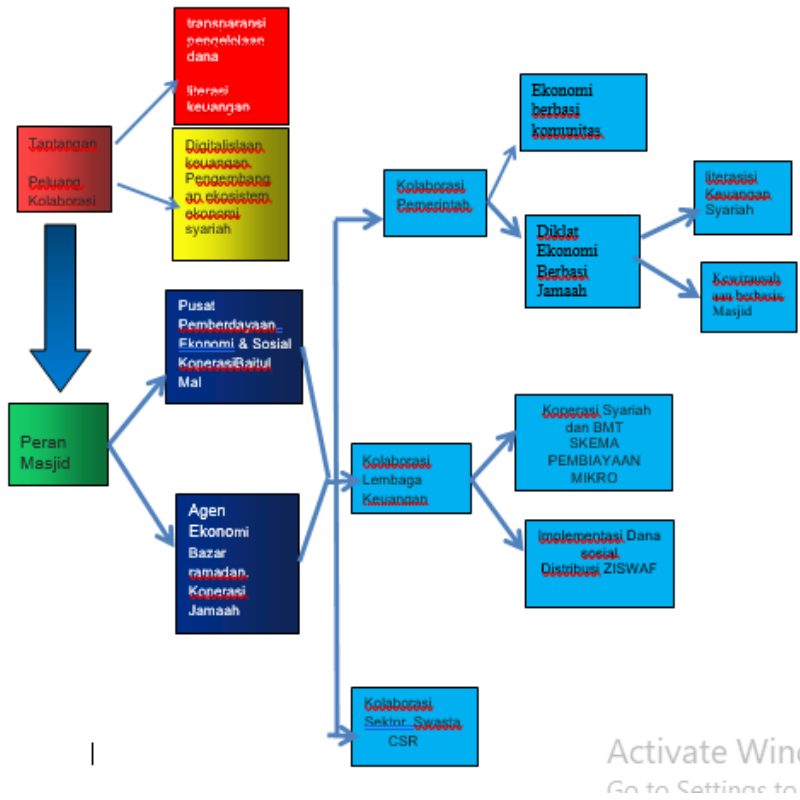
bahwa perdagangan dilakukan secara etis sesuai ajaran Islam.

Sejarah mencatat bahwa masjid sering kali berfungsi sebagai pusat distribusi zakat dan bantuan sosial, yang secara langsung mendukung kesejahteraan ekonomi masyarakat. Masjid juga menjadi tempat pengelolaan wakaf, yang hasilnya digunakan untuk mendanai berbagai kegiatan produktif, seperti pertanian, pendidikan, dan kesehatan (Hassan & Abdullah, 2023). Studi kasus: masjid yang mengelola koperasi atau *Baitul Mal*.

Dalam konteks modern, banyak masjid yang mengelola koperasi atau *Baitul Mal* sebagai bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi jemaah. Misalnya, Masjid Jogokariyan di Yogyakarta, Indonesia, dikenal luas karena manajemen keuangannya yang transparan dan pemberdayaan ekonomi melalui koperasi masjid. Koperasi ini tidak hanya menyediakan layanan simpan pinjam, tetapi juga mendukung usaha kecil milik jemaah dengan modal berbunga rendah dan pelatihan kewirausahaan (Yusuf & Karim, 2022).

Studi lain menunjukkan bahwa *Baitul Mal* yang dikelola oleh masjid di Malaysia berhasil mengumpulkan dana zakat, infak, dan sedekah untuk diinvestasikan dalam usaha produktif yang menguntungkan jemaah. Hasil dari investasi ini digunakan untuk mendanai program sosial seperti beasiswa pendidikan, pelatihan keterampilan, dan bantuan modal usaha kecil (Ibrahim & Sani, 2020).

Gambar 1.
Kolaborasi Sosial dan Ekonomi Berbasis Jemaah



2. Jemaah sebagai Agen Ekonomi
a. Penguatan Jaringan Usaha Berbasis Komunitas Jemaah

Jemaah masjid, sebagai komunitas yang terhubung secara spiritual, memiliki potensi besar untuk menjadi agen ekonomi yang kuat. Melalui ikatan *ukhuwah* (persaudaraan), jemaah dapat membentuk jaringan usaha berbasis komunitas yang saling mendukung. Model ekonomi berbasis komunitas ini

mengutamakan kolaborasi dan solidaritas, di mana keuntungan tidak hanya dinikmati oleh individu tetapi juga oleh komunitas secara keseluruhan (Rahman & Fauzi, 2021).

Penguatan jaringan usaha ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti pembentukan kelompok usaha bersama (KUB), koperasi jemaah, atau kemitraan dengan lembaga keuangan syariah. Dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di komunitas, jemaah dapat mengembangkan berbagai usaha produktif, mulai dari perdagangan kecil hingga industri kreatif berbasis syariah (Hidayat & Nur, 2023).

b. Contoh Kegiatan Ekonomi Produktif selama Ramadhan

Salah satu contoh kegiatan ekonomi produktif selama Ramadhan adalah penyelenggaraan bazar Ramadhan. Bazar ini tidak hanya menyediakan kebutuhan pokok dengan harga terjangkau, tetapi juga menjadi sarana bagi para anggota jemaah untuk memasarkan produk mereka. Menurut studi oleh Abdullah dan Suryani (2021), bazar Ramadhan yang dikelola oleh komunitas masjid dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga hingga 30% selama bulan suci. Koperasi jemaah penting selama Ramadhan, menyediakan kebutuhan dengan harga murah, dan program kredit mikro. Koperasi jemaah mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat.

Masjid Al-Falah di Jakarta mengelola koperasi dengan layanan simpan pinjam dan pelatihan kewirausahaan. Selama Ramadhan, koperasi ini menyelenggarakan program khusus seperti paket

sembako murah dan pelatihan bisnis kuliner syariah, meningkatkan pendapatan jemaah dan memperkuat ikatan sosial di komunitas.

D. Kolaborasi Masjid dengan Lembaga Keuangan Syariah

Kolaborasi antara masjid dan lembaga keuangan syariah merupakan salah satu bentuk sinergi yang potensial dalam memberdayakan ekonomi umat. Masjid, sebagai institusi sosial keagamaan, memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat Muslim, sementara lembaga keuangan syariah menyediakan infrastruktur finansial yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem ekonomi yang inklusif, adil, dan berkelanjutan, khususnya melalui skema pembiayaan mikro, pengelolaan zakat produktif, dan distribusi dana sosial syariah.

1. Sinergi dengan Koperasi Syariah dan Baitul Mal wa Tamwil (BMT) Skema Pembiayaan Mikro untuk Usaha Jemaah.

Koperasi Syariah dan *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) memainkan peran strategis dalam menyediakan pembiayaan mikro bagi jemaah masjid. Skema pembiayaan mikro ini dirancang untuk membantu anggota jemaah memulai atau mengembangkan usaha kecil mereka tanpa harus terjebak dalam sistem bunga yang bertentangan dengan prinsip syariah. Menurut Abdullah dan Sani (2021), pembiayaan mikro syariah yang dikelola oleh BMT memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dalam mengurangi kemiskinan dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional.

Masjid, dalam hal ini, berfungsi sebagai penghubung antara jemaah dan BMT. Dengan memanfaatkan data dan hubungan sosial yang ada di

masjid, proses seleksi dan monitoring usaha menjadi lebih efisien. Skema seperti *qardhul hasan* (pinjaman tanpa bunga) atau bagi hasil diterapkan untuk memastikan bahwa pembiayaan tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga memperkuat solidaritas sosial di komunitas tersebut (Hassan & Yusuf, 2022).

2. Pengelolaan Zakat Produktif untuk Pemberdayaan Ekonomi.

Zakat produktif merupakan salah satu bentuk inovasi dalam pengelolaan zakat, di mana dana zakat tidak hanya diberikan untuk konsumsi tetapi juga diinvestasikan dalam kegiatan produktif yang dapat menghasilkan pendapatan berkelanjutan bagi *mustahik* (penerima zakat). Masjid, bekerja sama dengan BMT atau koperasi syariah, dapat mengelola dana zakat ini untuk mendanai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) milik jemaah yang memenuhi syarat sebagai *mustahik*.

Menurut penelitian oleh Nasution (2023), pengelolaan zakat produktif melalui kolaborasi antara masjid dan BMT di Indonesia menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan pendapatan *mustahik*. Program seperti pelatihan kewirausahaan, pendampingan bisnis, dan akses ke pasar menjadi bagian integral dari skema ini, memastikan bahwa penerima zakat tidak hanya menerima bantuan finansial tetapi juga mendapatkan keterampilan yang dibutuhkan untuk mandiri secara ekonomi.

3. Penerapan Dana Sosial Syariah dalam Mendorong Ekonomi Umat

a. Distribusi Zakat, Infak, dan Sedekah untuk Pemberdayaan Usaha Kecil

Dana sosial syariah, yang mencakup zakat, infak, dan sedekah, memiliki potensi besar untuk mendorong pemberdayaan ekonomi umat, khususnya dalam mendukung usaha kecil. Masjid, dengan jaringan sosialnya yang luas, dapat berfungsi sebagai pusat distribusi dana sosial syariah yang efektif dan efisien. Distribusi ini tidak hanya bersifat konsumtif tetapi juga produktif, dengan fokus pada pemberdayaan ekonomi *mustahik* melalui pembiayaan usaha kecil, pelatihan, dan pendampingan.

Hidayat dan Nur (2021) menemukan bahwa program distribusi zakat produktif yang dilakukan oleh masjid-masjid di Malaysia berhasil meningkatkan pendapatan keluarga *mustahik* hingga 40% dalam waktu dua tahun. Selain itu, program ini juga mendorong partisipasi aktif jemaah dalam kegiatan ekonomi komunitas, memperkuat jaringan sosial, dan meningkatkan solidaritas antaranggota komunitas.

b. Studi Kasus Implementasi Zakat Produktif di Berbagai Daerah

Beberapa studi kasus menunjukkan bagaimana implementasi zakat produktif yang efektif dapat memberdayakan ekonomi umat di berbagai daerah. Misalnya, di Aceh, Indonesia, *Baitul Mal* Aceh bekerja sama dengan masjid-masjid lokal untuk mengelola zakat produktif dalam bentuk bantuan modal usaha bagi petani dan nelayan. Program ini tidak hanya meningkatkan pendapatan para *mustahik* tetapi juga

mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara keseluruhan (Rahman & Fauzi, 2024).

Studi lain di Jawa Barat menunjukkan bahwa program zakat produktif yang dikelola oleh masjid dan koperasi syariah berhasil mengurangi angka kemiskinan di kalangan penerima zakat. Program ini mencakup pelatihan keterampilan, bantuan modal, dan pendampingan bisnis, yang semuanya dilakukan dalam kerangka kerja sama antara masjid, lembaga keuangan syariah, dan pemerintah daerah (Ibrahim & Suryani, 2022).

E. Pendidikan dan Pelatihan Ekonomi Berbasis Jemaah

Pendidikan dan pelatihan ekonomi berbasis jemaah menjadi salah satu instrumen penting dalam pemberdayaan ekonomi umat. Masjid, sebagai pusat komunitas umat Islam, tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah tetapi juga sebagai pusat edukasi yang berperan dalam meningkatkan literasi keuangan syariah dan keterampilan kewirausahaan. Pendekatan ini menciptakan ekosistem ekonomi yang kuat dan berkelanjutan, sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Bulan Ramadhan, sebagai bulan penuh berkah, sering kali menjadi momentum yang tepat untuk menyelenggarakan program-program edukasi ekonomi yang lebih intensif.

1. Peningkatan Literasi Keuangan Syariah

a. Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Masjid

Masjid memiliki potensi besar sebagai pusat pelatihan kewirausahaan yang dapat memberdayakan ekonomi jemaah. Program pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan manajerial dan kewirausahaan anggota jemaah, terutama dalam konteks bisnis berbasis syariah. Menurut studi oleh Ahmad dan Musa (2021), masjid di beberapa negara

Asia Tenggara telah mengadopsi pendekatan ini dengan menyediakan pelatihan kewirausahaan, seperti manajemen bisnis kecil, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan syariah.

Pelatihan kewirausahaan berbasis masjid fokus pada pengembangan keterampilan teknis dan nilai-nilai etika bisnis Islam. Etika ini meliputi prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam usaha. Penelitian Rahim dan Hassan (2023). Menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis masjid dengan prinsip syariah lebih efektif dalam menciptakan wirausahawan beretika dan berkelanjutan.

Program pelatihan kewirausahaan di Masjid Al-Falah Jakarta melibatkan manajemen usaha mikro, keuangan syariah, dan pemasaran digital. Lebih dari 60% peserta berhasil memulai usaha sendiri dalam satu tahun setelah pelatihan (Yusuf & Karim, 2022).

b. Program Edukasi Ekonomi Syariah Selama Ramadhan

Bulan Ramadhan sering kali menjadi waktu yang ideal untuk menyelenggarakan program edukasi ekonomi syariah, mengingat peningkatan partisipasi jemaah dalam kegiatan masjid selama bulan suci ini. Program-program ini biasanya meliputi seminar, workshop, dan diskusi kelompok yang membahas berbagai aspek ekonomi syariah, seperti pengelolaan zakat, investasi halal, dan prinsip-prinsip keuangan Islam.

Menurut penelitian oleh Abdullah dan Sani (2022), program edukasi ekonomi syariah selama Ramadhan memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan literasi keuangan umat. Studi mereka

menemukan bahwa peserta program menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan tentang produk-produk keuangan syariah, seperti sukuk, tabungan syariah, dan pembiayaan berbasis bagi hasil. Selain itu, program ini juga membantu peserta memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu contoh program edukasi yang berhasil adalah *Ramadhan Financial Literacy Program* yang diselenggarakan oleh *Islamic Financial Services Board* (IFSB) di Kuala Lumpur. Program ini mencakup serangkaian seminar dan workshop yang membahas topik-topik seperti investasi halal, pengelolaan zakat produktif, dan kewirausahaan syariah. Evaluasi program menunjukkan bahwa lebih dari 75% peserta merasa lebih percaya diri dalam mengelola keuangan mereka sesuai dengan prinsip syariah setelah mengikuti program ini (Hidayat & Nur, 2024).

Program edukasi ekonomi syariah selama Ramadhan juga sering kali mencakup pelatihan praktis dalam pengelolaan usaha kecil dan menengah (UKM). Misalnya, Masjid An-Nur di Singapura mengadakan *Ramadhan Business Bootcamp*, sebuah program intensif yang mengajarkan keterampilan bisnis praktis, mulai dari pembuatan rencana bisnis hingga pemasaran online. Program ini telah membantu puluhan pengusaha Muslim memulai usaha mereka sendiri dengan pendekatan yang sesuai syariah (Ibrahim & Yusuf, 2023).

c. Peran Pemuda dan Komunitas dalam Mendorong Inovasi Ekonomi

Pemuda memiliki peran strategis dalam mendorong inovasi ekonomi berbasis komunitas. Dengan semangat, kreativitas, dan pemahaman teknologi yang tinggi, generasi muda dapat menjadi agen perubahan yang signifikan dalam pengembangan ekonomi umat. Komunitas berbasis masjid atau jemaah, dengan dukungan pemuda, dapat mempercepat pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui integrasi teknologi dan pendekatan kolaboratif. Pemanfaatan teknologi digital, inovasi model bisnis, dan keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial-ekonomi menjadikan pemuda sebagai kunci dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berbasis syariah.

d. Kegiatan Sosial-Ekonomi yang Melibatkan Generasi Muda

Keterlibatan generasi muda dalam kegiatan sosial-ekonomi berbasis komunitas menciptakan dinamika baru dalam pemberdayaan ekonomi umat. Masjid dan komunitas Islam sering kali menjadi platform untuk menggerakkan pemuda dalam berbagai program kewirausahaan, pelatihan keterampilan, dan inovasi sosial. Menurut penelitian oleh Ahmed dan Khalid (2021), kegiatan ekonomi yang melibatkan pemuda cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan mampu memanfaatkan teknologi secara efektif untuk memperluas jangkauan usaha.

Salah satu bentuk keterlibatan pemuda adalah dalam *startup* berbasis komunitas yang mengusung prinsip-prinsip ekonomi syariah. Di beberapa negara

Muslim, pemuda aktif dalam membangun *startup* yang fokus pada solusi keuangan syariah, *e-commerce* halal, dan aplikasi berbasis zakat dan wakaf. Misalnya, program *Youth Entrepreneur Network* di Malaysia berhasil menghubungkan pemuda Muslim dengan mentor bisnis, memberikan pelatihan kewirausahaan, dan memfasilitasi akses ke pendanaan syariah (Hassan & Nur, 2022).

Selain itu, pemuda juga memainkan peran penting dalam inisiatif filantropi berbasis ekonomi, seperti penggalangan dana zakat melalui platform digital, penyelenggaraan bazar Ramadhan, dan program pemberdayaan masyarakat. Inisiatif ini tidak hanya memperkuat ekonomi komunitas tetapi juga meningkatkan kesadaran sosial di kalangan generasi muda tentang pentingnya ekonomi yang inklusif dan berbasis nilai-nilai Islam (Rahman & Sani, 2023).

e. Pengembangan UMKM Berbasis Jemaah dengan Dukungan Teknologi

Teknologi digital telah menjadi alat yang efektif dalam mendorong pengembangan UMKM berbasis jemaah. Generasi muda, dengan keahlian dalam teknologi informasi, memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi dalam pengelolaan usaha komunitas, mulai dari pemasaran digital hingga manajemen keuangan berbasis aplikasi. Menurut studi oleh Yusuf dan Karim (2024), pemanfaatan teknologi oleh pemuda dalam pengembangan UMKM berbasis jemaah meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing produk lokal.

Platform *e-commerce* berbasis komunitas, seperti *Halal Mart* atau *Muslim Marketplace*, yang dikembangkan oleh komunitas pemuda di Indonesia dan Malaysia, menjadi contoh sukses bagaimana teknologi dapat mendukung ekonomi berbasis jemaah. Platform ini tidak hanya menyediakan akses pasar yang lebih luas bagi UMKM tetapi juga mempromosikan produk-produk halal yang sesuai dengan prinsip syariah (Ibrahim & Musa, 2023).

Selain itu, pemuda juga memanfaatkan teknologi untuk pengelolaan keuangan syariah, seperti aplikasi *fintech* yang memfasilitasi pembayaran zakat, infak, dan sedekah secara digital. Inovasi ini tidak hanya mempermudah proses pembayaran tetapi juga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana sosial syariah (Hidayat & Abdullah, 2021).

Program pelatihan teknologi untuk pengembangan UMKM berbasis jemaah juga mulai banyak diadopsi oleh komunitas masjid. Misalnya, *Digital Muslimpreneur Program* yang diselenggarakan oleh Masjid An-Nur di Singapura memberikan pelatihan intensif kepada pemuda dalam bidang *e-commerce*, pemasaran digital, dan pengembangan aplikasi berbasis syariah. Program ini berhasil melahirkan banyak pengusaha muda yang mampu bersaing di pasar global dengan tetap memegang teguh prinsip-prinsip Islam (Rahim & Khalid, 2022).

F. Sinergi Masjid, Pemerintah, dan Sektor Swasta dalam Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Jemaah.

Pemberdayaan ekonomi berbasis jemaah butuh kolaborasi kuat antara masjid, pemerintah, dan sektor

swasta. Sinergi penting untuk ekosistem ekonomi berkelanjutan dan inklusif, memperkuat individu dan komunitas. Masjid bisa jadi katalisator perubahan ekonomi, tapi perlu dukungan kebijakan pemerintah dan inisiatif sektor swasta, termasuk program CSR.

1. Kebijakan Pemerintah dalam Mendukung Ekonomi Berbasis Komunitas

Pemerintah di berbagai negara Muslim telah mengambil langkah-langkah untuk mendukung ekonomi berbasis komunitas melalui kebijakan yang mempromosikan ekonomi syariah. Kebijakan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pembiayaan mikro syariah, pengelolaan zakat, hingga pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis komunitas.

Menurut studi oleh Abdullah dan Rahman (2021), pemerintah Malaysia, misalnya, telah meluncurkan *Halal Industry Master Plan* yang bertujuan untuk menjadikan Malaysia sebagai pusat ekonomi halal global. Program ini tidak hanya mendukung industri besar tetapi juga mendorong pengembangan UKM berbasis komunitas dengan memberikan akses ke pembiayaan syariah dan pelatihan kewirausahaan.

Di Indonesia, pemerintah melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) bekerja sama dengan masjid-masjid lokal dalam mengelola zakat produktif untuk mendukung usaha kecil. Program ini bertujuan untuk mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat melalui distribusi zakat yang lebih efektif dan produktif (Hidayat & Yusuf, 2023).

Kolaborasi antara pemerintah dan lembaga keagamaan seperti masjid dapat memperkuat upaya pemberdayaan ekonomi komunitas. Salah satu contoh sukses adalah program *One Village One Product* (OVOP)

di Indonesia, yang melibatkan pemerintah daerah dan masjid dalam mengidentifikasi dan mengembangkan produk lokal yang memiliki potensi ekonomi. Masjid berperan sebagai pusat pelatihan dan distribusi, sementara pemerintah menyediakan dukungan finansial dan akses pasar (Ibrahim & Sani, 2022).

Studi lain oleh Khalid dan Ahmad (2024) menunjukkan bahwa di Turki, pemerintah bekerja sama dengan masjid dalam mengelola dana wakaf untuk membiayai proyek-proyek ekonomi komunitas, seperti pembangunan pasar tradisional berbasis syariah dan penyediaan fasilitas kredit mikro untuk pengusaha kecil. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan pendapatan komunitas tetapi juga memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

2. Kemitraan dengan Sektor Swasta dan Filantropi

Sektor swasta, melalui program CSR, memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan ekonomi berbasis jemaah. Program CSR yang efektif tidak hanya fokus pada keuntungan perusahaan tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan komunitas lokal. Perusahaan dapat bekerja sama dengan masjid dalam berbagai inisiatif, seperti pelatihan kewirausahaan, pembiayaan usaha kecil, dan pengembangan infrastruktur ekonomi.

Menurut penelitian oleh Hassan dan Musa (2023), perusahaan-perusahaan besar di kawasan Timur Tengah, seperti Qatar dan Uni Emirat Arab, telah mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam program CSR mereka dengan bekerja sama dengan masjid dan lembaga keagamaan. Program ini mencakup penyediaan modal usaha bagi jemaah masjid, pembangunan fasilitas

ekonomi seperti pasar halal, dan dukungan untuk program pelatihan keuangan syariah.

Di Asia Tenggara, perusahaan multinasional seperti Unilever dan Nestlé telah meluncurkan program CSR yang mendukung pengembangan UKM berbasis komunitas di sekitar masjid. Program ini tidak hanya membantu meningkatkan pendapatan komunitas tetapi juga memperkuat hubungan perusahaan dengan masyarakat lokal (Yusuf & Karim, 2022).

Salah satu studi kasus sukses adalah kemitraan antara Masjid Al-Azhar di Jakarta dengan perusahaan teknologi lokal untuk mengembangkan *platform e-commerce* berbasis syariah. *Platform* ini memungkinkan anggota jemaah untuk memasarkan produk mereka secara online, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan mereka. Program ini juga mencakup pelatihan kewirausahaan digital untuk anggota jemaah yang ingin memulai atau mengembangkan usaha mereka (Rahman & Nur, 2024).

Di Malaysia, Masjid Jamek di Kuala Lumpur bekerja sama dengan sebuah bank syariah terkemuka untuk menyediakan pembiayaan mikro bagi pengusaha kecil di komunitas mereka. Program ini mencakup pelatihan keuangan, bimbingan bisnis, dan akses ke pasar melalui jaringan bank. Hasilnya, banyak pengusaha kecil yang sebelumnya kesulitan mendapatkan pembiayaan dapat mengembangkan usaha mereka dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga mereka (Ibrahim & Khalid, 2023).

G. Tantangan dan Peluang Kolaborasi Sosial-Ekonomi Berbasis Jemaah

Kolaborasi sosial-ekonomi berbasis jemaah telah menjadi salah satu pilar utama dalam pemberdayaan ekonomi umat, terutama melalui peran masjid sebagai pusat aktivitas ekonomi dan sosial. Namun, seperti halnya inisiatif komunitas lainnya, kolaborasi ini tidak terlepas dari tantangan yang signifikan, mulai dari masalah manajemen hingga keterbatasan literasi keuangan di tingkat jemaah.

Di sisi lain, perkembangan teknologi dan digitalisasi menawarkan peluang besar untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan dan memperkuat ekosistem ekonomi syariah. Dengan memahami tantangan dan memanfaatkan peluang ini, kolaborasi sosial-ekonomi berbasis jemaah dapat berkembang menjadi model pemberdayaan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

1. Tantangan dalam Implementasi

a. Masalah Manajemen dan Transparansi Pengelolaan Dana.

Salah satu tantangan utama dalam implementasi kolaborasi sosial-ekonomi berbasis jemaah adalah masalah manajemen dan transparansi pengelolaan dana. Pengelolaan dana zakat, infak, sedekah, dan wakaf memerlukan sistem yang transparan dan akuntabel agar dana tersebut dapat digunakan secara efektif untuk pemberdayaan ekonomi umat. Menurut studi oleh Abdullah dan Musa (2022), banyak masjid dan lembaga keagamaan menghadapi tantangan dalam memastikan akuntabilitas dalam pengelolaan dana karena kurangnya sistem manajemen keuangan yang profesional.

Masalah transparansi sering kali menyebabkan rendahnya kepercayaan jemaah terhadap pengelolaan

dana oleh masjid atau lembaga terkait. Hal ini dapat menghambat partisipasi jemaah dalam program-program ekonomi berbasis komunitas. Penelitian oleh Rahman dan Sani (2023) menunjukkan bahwa kurangnya pelaporan yang jelas dan akurat mengenai penggunaan dana zakat dan infak dapat mengurangi partisipasi donatur dan melemahkan keberlanjutan program pemberdayaan ekonomi.

Selain itu, keterbatasan kapasitas manajerial dalam pengelolaan keuangan komunitas juga menjadi tantangan. Banyak pengurus masjid yang memiliki latar belakang keagamaan namun tidak memiliki keahlian dalam manajemen keuangan atau bisnis, yang berdampak pada efisiensi dan efektivitas pengelolaan dana (Ibrahim & Khalid, 2024).

b. Kurangnya Literasi Keuangan di Tingkat Jemaah

Kurangnya literasi keuangan di tingkat jemaah menjadi tantangan signifikan dalam mengembangkan kolaborasi ekonomi berbasis komunitas. Literasi keuangan yang rendah membuat banyak jemaah tidak memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, investasi yang sesuai syariah, atau manfaat dari program-program ekonomi yang dikelola oleh masjid.

Menurut penelitian oleh Hidayat dan Yusuf (2023), kurangnya pemahaman tentang konsep keuangan syariah, seperti zakat produktif, wakaf tunai, dan investasi halal, menghambat partisipasi aktif jemaah dalam program-program ekonomi. Banyak anggota komunitas yang masih melihat zakat dan sedekah hanya sebagai kewajiban ibadah tanpa memahami potensinya untuk pemberdayaan ekonomi.

Selain itu, rendahnya literasi keuangan juga mempengaruhi kemampuan jemaah dalam mengelola usaha kecil atau mikro yang mereka jalankan. Hal ini berdampak pada keberlanjutan usaha dan kemampuan mereka untuk berkontribusi dalam ekosistem ekonomi berbasis komunitas (Ahmed & Khalid, 2021).

2. Peluang dan Inovasi Masa Depan

a. Digitalisasi Pengelolaan Keuangan Masjid dan Komunitas

Perkembangan teknologi digital menawarkan peluang besar untuk mengatasi tantangan dalam pengelolaan keuangan masjid dan komunitas. Digitalisasi memungkinkan pengelolaan dana yang lebih transparan, efisien, dan akuntabel. Dengan menggunakan aplikasi manajemen keuangan berbasis syariah, masjid dapat dengan mudah melaporkan penggunaan dana kepada jemaah secara *real-time*, meningkatkan kepercayaan dan partisipasi jemaah.

Menurut studi oleh Hassan dan Nur (2024), penerapan sistem digital dalam pengelolaan zakat dan wakaf telah meningkatkan efisiensi distribusi dana hingga 30% di beberapa negara seperti Indonesia dan Malaysia. Aplikasi seperti *ZakatPay* atau *WaqfApp* memudahkan jemaah untuk melakukan pembayaran zakat dan wakaf secara online serta memantau penggunaan dana tersebut.

Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan masjid untuk memperluas jangkauan program ekonomi mereka. Misalnya, dengan menggunakan *platform e-commerce* berbasis syariah, masjid dapat membantu jemaah memasarkan produk mereka ke pasar yang

lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional (Yusuf & Karim, 2023).

b. Potensi Pengembangan Ekosistem Ekonomi Syariah Berbasis Teknologi.

Teknologi tidak hanya mempermudah pengelolaan keuangan, tetapi juga membuka peluang untuk pengembangan ekosistem ekonomi syariah yang lebih luas. Ekosistem ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pembiayaan mikro berbasis teknologi (*fintech syariah*), platform investasi halal, hingga aplikasi manajemen keuangan pribadi yang sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut penelitian oleh Ibrahim dan Musa (2023), *fintech syariah* telah menjadi salah satu pendorong utama dalam pengembangan ekonomi umat, khususnya dalam menyediakan akses keuangan bagi pengusaha kecil yang sebelumnya sulit mendapatkan pembiayaan dari bank konvensional. Aplikasi seperti *Ammara* di Indonesia atau *Ethis* di Malaysia memungkinkan individu untuk berinvestasi dalam proyek-proyek berbasis syariah dengan modal yang terjangkau.

Selain itu, pengembangan ekosistem ekonomi syariah berbasis teknologi juga mencakup penggunaan *blockchain* untuk memastikan transparansi dalam pengelolaan dana zakat dan wakaf. Teknologi ini memungkinkan pelacakan penggunaan dana secara *real-time* dan memastikan bahwa dana tersebut digunakan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Rahim & Khalid, 2024).

Inovasi lain yang muncul adalah penggunaan *smart contracts* dalam transaksi ekonomi syariah, yang

secara otomatis mengeksekusi perjanjian sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga mengurangi potensi kecurangan dalam transaksi bisnis berbasis komunitas (Ahmed & Sani, 2022).

H. Daftar Pustaka

- Abdullah, R., & Musa, M. (2022). Transparency and Accountability in Mosque- Based Financial Management: Challenges and Solutions. *Journal of Islamic Economic Studies*, 20(3), 234-250.
- Abdullah, R., & Rahman, S. (2021). Government Policies and Community-Based Economic Empowerment in Malaysia. *Journal of Islamic Economic Studies*, 19(2), 145-160.
- Ahmed, H. (2021). *The Role of Islamic Institutions in Economic Development*. *Journal of Islamic Economics*, 34(2), 145-160.
- Ahmed, M., & Khalid, A. (2021). Youth Engagement in Community-Based Economic Activities: A Study of Muslim Entrepreneurs. *Journal of Islamic Economic Studies*, 19(2), 145-160.
- Ahmed, N., & Sani, T. (2022). Smart Contracts and Blockchain in Islamic Finance: Opportunities and Challenges. *Islamic Finance Review*, 21(1), 112-130.
- Al-Ghazali, F., & Hassan, M. (2021). Consumption Patterns during ramadan: A Socio-Economic Analysis. *International Journal of Islamic Economics*, 19(3), 245-260

- Ali, M., & Khan, S. (2022). *Zakat and Economic Empowerment: A Case Study of Productive Zakat*. *Islamic Finance Review*, 18(1), 67-89.
- Basri, F. (2023). *ramadan as a Catalyst for Community Economic Activities*. *Journal of Community Development*, 12(4), 345-359.
- Hassan, M., & Abdullah, N. (2023). The Role of Waqf and Mosque Management in Economic Empowerment: A Historical Perspective. *International Journal of Islamic Economics*, 18(3), 245-260.
- Hidayat, M., & Nur, A. (2024). Enhancing Islamic Financial Literacy through Ramadan Programs: Evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Economic Development*, 25(1), 112-130.
- Hidayat, M., & Putri, A. (2022). Productive Zakat as a Tool for Poverty Alleviation: Case Study from Indonesia. *Journal of Islamic Economic Studies*, 27(1), 77-95.
- Hidayat, M., & Yusuf, A. (2023). The Role of Zakat Institutions in Supporting Community-Based Economic Initiatives in Indonesia. *Islamic Finance Review*, 25(1), 112-130.
- Huda, N., & Wahyuni, S. (2020). *Masjid-based Economic Empowerment: Lessons from Indonesia*. *International Journal of Islamic Finance*, 25(3), 223-240.
- Ibrahim, A. (2021). *Social Capital and Economic Collaboration in Muslim Communities*. *Journal of Social Economics*, 14(2), 98-114.
- Ibrahim, A., & Khalid, S. (2023). Mosque-Bank Partnerships for Microfinance: Evidence from Malaysia. *Journal of Community and Islamic*

- Ibrahim, A., & Yusuf, T. (2023). Integrating Entrepreneurship Education in Mosques: A Case Study from Singapore. *Journal of Community and Islamic Business Development*, 21(4), 321-340.
- Khalid, F., & Ahmad, N. (2024). Integrating Waqf Funds for Community Economic Development in Turkey: A Case Study. *Islamic Economic Review*, 22(1), 198-215.
- Nasution, A. (2023). Collaborative Economic Practices in Muslim Communities: The Role of Ta'awun and Ukhuwah. *Islamic Economic Review*, 22(4), 312-328.
- OJK. (2022). *Sinergi dan Kolaborasi Membangun Ekonomi Syariah*. Retrieved from <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Sinergi-dan-Kolaborasi-Membangun-Ekonomi-Syariah.aspx>
- Rahim, F., & Khalid, S. (2022). The Role of Technology in Enhancing Economic Participation of Muslim Youth. *Islamic*
- Rahim, S., & Hassan, F. (2023). The Role of Ethical Principles in Mosque-Based Entrepreneurship Training. *Islamic Business and Finance Review*, 22(1), 198-215.
- Rahim, S., & Khalid, A. (2024). Blockchain for Transparent Zakat and Waqf Management: A New Paradigm. *Journal of Islamic Financial Technology*, 23(1), 198-215.
- Rahman, S. (2023). Managing Consumption and Preventing Israf during Ramadan: A Financial Perspective. *Journal of Islamic Finance and Business Management*, 18(2), 156-170.

- Rahman, S., & Fauzi, A. (2024). The Role of Baitul Mal in Supporting Agricultural Development in Aceh. *Journal of Islamic Rural Development*, 22(2), 167-183.
- Yusuf, T. (2024). *Digitalization of Mosque-Based Economic Activities*. *Islamic Economic Studies*, 19(1), 134-150.
- Yusuf, T., & Karim, S. (2022). The Role of Mosque-Managed Cooperatives in Supporting Small Enterprises: Evidence from Southeast Asia. *Journal of Islamic Economic Development*, 19(1), 134-150.
- Zainuddin, M. (2021). *Koperasi Masjid dan Pemberdayaan Ekonomi Umat*. *Journal of Cooperative Studies*, 17(2), 89-105



SPIRITUALITAS RAMADHAN: PENERAPAN NILAI-NILAI *QUR'ANI* DALAM MEWUJUDKAN GREEN EKONOMI BERKELANJUTAN

Dr. Iskandar, M.Ag.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam – UIN SI Samarinda

Email: abufirziazka@gmail.com

A. Pendahuluan

Pembangunan ekonomi berkelanjutan menjadi isu global yang semakin mendesak seiring dengan meningkatnya eksploitasi sumber daya alam dan ketidakseimbangan ekonomi. Model ekonomi yang tidak berkelanjutan telah menyebabkan degradasi lingkungan, kesenjangan sosial, dan ancaman terhadap kesejahteraan manusia. Dalam menghadapi tantangan ini, dibutuhkan pendekatan holistik yang tidak hanya berfokus pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek lingkungan dan keadilan sosial agar keseimbangan dapat tercapai.

Dalam ajaran Islam, spiritualitas Ramadhan mengajarkan nilai-nilai yang selaras dengan prinsip pembangunan berkelanjutan. Bulan suci ini bukan sekadar momen peningkatan ibadah, tetapi juga melatih pengendalian diri, kepedulian sosial, dan tanggung jawab terhadap lingkungan. Puasa Ramadhan, sebagai inti dari ibadah bulan ini, membentuk kesadaran untuk menahan diri dari konsumsi berlebihan, suatu kebiasaan yang sering kali menjadi akar permasalahan ekonomi dan lingkungan. Menurut Damanik (2023), pengendalian konsumsi ini sejalan dengan prinsip ekonomi sirkular, yang bertujuan untuk meminimalkan limbah dan memaksimalkan penggunaan sumber daya. Selain itu, ajaran tentang zakat, infak, dan sedekah menanamkan nilai distribusi kekayaan yang lebih merata, sehingga dapat berkontribusi dalam mengurangi ketimpangan sosial dan ekonomi. Nilai-nilai ini relevan dengan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya dalam mengurangi kemiskinan dan ketimpangan (Harahap et al., 2023). Dengan demikian, spiritualitas Ramadhan berpotensi menjadi dasar dalam membangun model ekonomi berkelanjutan yang berbasis pada ajaran Islam, yang pada akhirnya memungkinkan terciptanya keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan.

Meskipun Islam telah menawarkan prinsip-prinsip etis dalam praktik ekonomi, kenyataannya masih terdapat berbagai ketimpangan yang signifikan. Konsumsi yang berlebihan menjadi salah satu faktor utama yang mempercepat degradasi lingkungan dan krisis ekonomi. Dalam ekonomi modern, perilaku konsumtif sering kali mendorong produksi massal tanpa mempertimbangkan dampak lingkungan, sementara prinsip ekonomi Islam justru menekankan keseimbangan dan keberlanjutan. Prinsip pengendalian diri yang diajarkan dalam Ramadhan sejalan

dengan konsep ekonomi sirkular yang menekankan efisiensi dalam penggunaan sumber daya serta pengurangan limbah (Damanik, 2023). Selain itu, kesenjangan sosial dan ekonomi yang masih lebar menjadi tantangan besar dalam mewujudkan pembangunan yang inklusif. Meskipun ekonomi global terus bertumbuh, distribusi kekayaan masih belum merata, mengakibatkan kelompok ekonomi lemah semakin sulit untuk bertahan. Dalam konteks ini, mekanisme keuangan Islam seperti zakat dan sedekah memiliki peran penting dalam menciptakan sistem ekonomi yang lebih adil dan berkeadilan.

Selain permasalahan konsumsi dan ketimpangan sosial, eksploitasi sumber daya yang berlebihan juga menjadi ancaman serius bagi keseimbangan lingkungan. Aktivitas ekonomi yang tidak terkendali telah menyebabkan deforestasi, polusi, dan perubahan iklim, yang pada akhirnya memperburuk ketimpangan ekonomi antara negara maju dan berkembang. Negara berkembang sering kali menjadi korban dari praktik ekonomi yang tidak berkelanjutan, di mana sumber daya mereka dieksploitasi tanpa adanya manfaat yang seimbang bagi masyarakatnya (Amankwah-Amoah et al., 2019). Dalam perspektif Islam, manusia memiliki peran sebagai khalifah di bumi, yang bertanggung jawab untuk menjaga keseimbangan alam sebagai amanah dari Allah Swt. Prinsip ini menuntut adanya pola ekonomi yang tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga mempertimbangkan keberlanjutan lingkungan dalam jangka panjang (Tualeka, 2011).

Konsep *tawhid* (keesaan Allah) mengajarkan bahwa semua ciptaan adalah milik Allah Swt. dan manusia hanya sebagai pemelihara (*khalifah*) yang bertanggung jawab untuk menjaga keseimbangan alam. Prinsip ini mendorong umat Islam untuk mengadopsi praktik ekonomi yang ramah

lingkungan, seperti mengurangi limbah, menggunakan sumber daya secara efisien, dan mendukung produk lokal (Ghonyah et al., 2024).

Berdasarkan realitas tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana spiritualitas Ramadhan dapat diintegrasikan dalam konsep pembangunan ekonomi berkelanjutan. Penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi hubungan antara praktik konsumsi selama Ramadhan dengan prinsip ekonomi sirkular dalam mengurangi pemborosan sumber daya. Selain itu, penelitian ini mengkaji kontribusi nilai-nilai *qur'ani* dalam membentuk perilaku ekonomi yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan dan kesejahteraan sosial. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat ditemukan perspektif baru mengenai bagaimana ajaran Islam dapat berperan dalam membentuk model ekonomi yang lebih berkelanjutan dan inklusif.

Penelitian ini memiliki signifikansi dalam mengisi kesenjangan antara nilai-nilai spiritual Islam dan implementasi ekonomi berkelanjutan. Dengan menjadikan Ramadhan sebagai momentum perubahan perilaku ekonomi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai kontribusi nilai-nilai *qur'ani* dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. Selain itu, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi kalangan akademisi, pembuat kebijakan, serta pelaku ekonomi dalam merancang strategi ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Dengan demikian, integrasi antara aspek spiritual dan ekonomi dapat menjadi salah satu solusi untuk menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan kelestarian lingkungan (Yusuf et al., 2023).

B. Spiritualitas Ramadhan dan *Green* Ekonomi

1. Spiritualitas Dalam Islam

a. Konsep Dasar Spiritualitas

Spiritualitas dalam Islam tidak hanya mencakup hubungan vertikal antara manusia dan Allah Swt. Tetapi juga melibatkan hubungan horizontal dengan sesama manusia dan alam semesta. Spiritualitas Ramadhan, khususnya, menekankan pengendalian diri, kesadaran sosial, dan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Menurut Asmanto (2015), spiritualitas ekologis dalam Islam dapat dilihat sebagai upaya untuk mengharmonikan hubungan manusia dengan alam melalui nilai-nilai *qur'ani*, seperti konsep *khalifah* (pemelihara bumi) dan *mizan* (keseimbangan alam) (Asmanto, 2015). Konsep ini sejalan dengan prinsip *green economy* yang menekankan keberlanjutan lingkungan dan keadilan sosial.

b. Spiritualitas Ramadhan dan Pengendalian Konsumsi

Ramadhan mengajarkan umat Islam untuk menahan diri dari konsumsi berlebihan, baik dalam hal makanan maupun material. Berpuasa di bulan Ramadhan tidak hanya sekadar menahan rasa lapar dan haus, tetapi juga melatih pengendalian diri serta membatasi konsumsi berlebihan yang dapat berdampak negatif terhadap lingkungan.

Menurut Dolly Priatna (2024). Gerakan *Green* ramadan bertujuan untuk mengurangi sampah plastik dan mendorong gaya hidup berkelanjutan selama bulan suci ini (Priatna, 2024). Hal ini sejalan dengan ajaran Islam tentang larangan *israf* (pemborosan) dan pentingnya menjaga keseimbangan alam.

c. Nilai-Nilai *Qur'ani* dalam Konteks Ekologi

Alquran menawarkan sejumlah prinsip yang relevan dengan pelestarian lingkungan, seperti konsep *tawhid* (keesaan Allah) yang menegaskan bahwa alam semesta adalah ciptaan Allah Swt. Yang harus dijaga. Konsep *khalifah* juga menuntut manusia untuk bertindak sebagai pemelihara bumi, bukan perusak. Menurut Fazlun Khalid (1994), nilai-nilai *qur'ani* ini dapat menjadi dasar untuk membangun etika lingkungan yang berkelanjutan (Khalid, 1994).

Selain itu, hadis-hadis Nabi Muhammad Saw. juga menekankan pentingnya menghormati sumber daya alam dan menghindari eksploitasi yang berlebihan.

d. Problematika Lingkungan dan Peran Spiritualitas Ramadhan

Kerusakan lingkungan, seperti deforestasi, polusi, dan perubahan iklim, merupakan tantangan global yang memerlukan solusi holistik. Spiritualitas Ramadhan dapat menjadi instrumen untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan.

Menurut Arif Rahmadi (2024), gerakan Green Ramadan tidak hanya mengurangi sampah plastik, tetapi juga mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pelestarian lingkungan (Rahmadi, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa spiritualitas Ramadhan memiliki potensi besar untuk mengatasi problematika lingkungan melalui perubahan perilaku individu dan kolektif.

e. Integrasi Spiritualitas Ramadhan dalam *Green Economy*

Integrasi spiritualitas Ramadhan dalam *green economy* dapat dilakukan melalui penerapan nilai-nilai *qur'ani* dalam praktik ekonomi sehari-hari. Misalnya, mengurangi konsumsi berlebihan, mendukung produk lokal, dan mengadopsi prinsip ekonomi sirkular.

Menurut Koehrsen (2018), *eco-spirituality* dalam Islam dapat menjadi pendorong bagi transisi menuju ekonomi hijau yang berkelanjutan (Koehrsen, 2018). Selain itu, gerakan *Green* ramadan juga mendorong UMKM untuk memproduksi barang ramah lingkungan, yang sejalan dengan prinsip keadilan ekonomi dan pelestarian lingkungan.

2. *Green* Ekonomi

a. Definisi dan Konsep Dasar

Ekonomi hijau merupakan suatu model pembangunan ekonomi yang berorientasi pada pertumbuhan berkelanjutan dengan menekan dampak negatif terhadap lingkungan. *United Nations Environment Programme* (UNEP) mendefinisikannya sebagai sistem ekonomi yang rendah emisi karbon, memanfaatkan sumber daya secara efisien, serta bersifat inklusif secara sosial (UNEP, 2011).

Konsep ini mengutamakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kelestarian lingkungan, dan keadilan sosial. Gagasan ekonomi hijau berkembang sebagai respons terhadap berbagai tantangan global, seperti perubahan iklim, kerusakan lingkungan, dan ketimpangan sosial.

Pendekatan ini bertujuan untuk mereformasi sistem ekonomi konvensional yang sering mengabaikan

keberlanjutan lingkungan dan eksploitasi sumber daya alam. Fokus utamanya adalah membangun sistem ekonomi yang mendukung kesejahteraan manusia dalam jangka panjang tanpa merusak lingkungan hidup (Gramedia, 2023).

b. Prinsip-Prinsip Ekonomi Hijau

Ekonomi hijau didasarkan pada beberapa prinsip utama yang menjadi landasan penerapannya. Berikut adalah prinsip-prinsip tersebut:

- 1) Kesejahteraan (*Well-being*): Ekonomi hijau bertujuan untuk menciptakan kemakmuran bersama dengan fokus pada peningkatan kesejahteraan manusia, termasuk modal sosial, fisik, dan alam (Bappenas, 2022).
- 2) Keadilan (*Justice*): Prinsip ini mendorong kesetaraan lintas generasi, inklusivitas, dan pemberdayaan kelompok rentan seperti perempuan dan masyarakat adat (Mutu Certification, 2023).
- 3) Batas Planet (*Planetary Boundaries*): Ekonomi hijau berupaya melestarikan, memulihkan, serta berinvestasi dalam kelestarian alam dengan mempertimbangkan batas-batas ekologis dan menerapkan prinsip kehati-hatian dalam pemanfaatan sumber daya alam (Pusat Studi Lingkungan Hidup UGM, 2024).
- 4) Efisiensi dan Kecukupan (*Efficiency and Sufficiency*): Konsep ini menekankan efisiensi dan kecukupan dalam aktivitas ekonomi, yang bertujuan untuk mendorong pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan. Hal ini mencakup upaya dalam mengurangi limbah serta memanfaatkan sumber

daya secara lebih optimal dan efisien (Kompas, 2023).

- 5) Tata Kelola yang Baik (*Good Governance*): Ekonomi hijau memerlukan institusi yang terintegrasi, transparan, dan akuntabel untuk memastikan implementasi kebijakan yang efektif (LCDI Indonesia, 2022).

c. Indikator Pembangunan Berkelanjutan

Indikator pembangunan berkelanjutan digunakan untuk mengukur kemajuan dalam mencapai tujuan ekonomi hijau. Beberapa indikator utama meliputi:

- 1) Pengurangan Emisi Karbon: Mengukur penurunan emisi gas rumah kaca sebagai bagian dari upaya mitigasi perubahan iklim (LindungiHutan, 2024).
- 2) Efisiensi Energi: Menilai penggunaan energi yang lebih efisien dan adopsi energi terbarukan (Hotelier, 2024).
- 3) Pelestarian Keanekaragaman Hayati: Memantau upaya perlindungan dan restorasi ekosistem alam (Bappenas, 2022).
- 4) Inklusivitas Sosial: Mengukur peningkatan kesejahteraan sosial, pengurangan kemiskinan, dan distribusi manfaat ekonomi yang adil (LCDI Indonesia, 2022).
- 5) Investasi Hijau: Merujuk pada penilaian alokasi dana yang ditujukan untuk mendukung proyek-proyek berkelanjutan, seperti pengembangan energi terbarukan dan pembangunan infrastruktur yang ramah lingkungan (Mutu Certification, 2023).

Indikator-indikator ini berperan sebagai alat utama untuk memastikan bahwa penerapan ekonomi

hijau tidak hanya menitikberatkan pada peningkatan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperhitungkan dampak terhadap lingkungan dan aspek sosial (Gramedia, 2023).

C. Integrasi dan Implementasi Spiritualitas Ramadhan dan Green Ekonomi

1. Dimensi Spiritual Ramadhan dalam Pembangunan Ekonomi

a. Pembentukan Karakter Ekonomi Berbasis Ketakwaan

Spiritualitas Ramadhan memiliki peran penting dalam membentuk karakter ekonomi yang berbasis ketakwaan. Puasa selama Ramadhan mengajarkan umat Islam untuk menahan diri dari konsumsi berlebihan dan mengutamakan nilai-nilai kejujuran, disiplin, dan tanggung jawab sosial. Nilai-nilai ini sejalan dengan prinsip ekonomi syariah yang menekankan keadilan, kejujuran, dan keberlanjutan.

Menurut Candra Fajri Ananda (2023), Ramadhan adalah bulan yang mengajarkan umat Islam untuk hidup sederhana dan menghindari perilaku konsumtif yang merusak lingkungan dan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa Nilai-nilai spiritual dalam Ramadhan dapat dijadikan sebagai dasar dalam membangun sistem ekonomi yang lebih berkeadilan dan berkelanjutan (Ananda, 2023). Selain itu, bulan Ramadhan juga mendorong umat Islam untuk memperkuat rasa kepedulian sosial melalui zakat, infak, dan sedekah.

Praktik ini tidak hanya berperan dalam mengurangi ketimpangan ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pemerataan distribusi kekayaan. Menurut Misbahul Munir (2023), zakat dan infak yang dikeluarkan selama Ramadhan dapat menjadi

instrumen penting dalam mencapai keadilan distributif, yang merupakan salah satu tujuan utama ekonomi syariah (Munir, 2023).

b. Pengendalian Diri dalam Aktivitas Ekonomi

Pengendalian diri (*self-control*) yang diajarkan selama Ramadhan memiliki implikasi signifikan dalam aktivitas ekonomi. Puasa mengajarkan umat Islam untuk mengelola keinginan dan emosi, yang dapat diterapkan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Misalnya, pengendalian diri dapat membantu individu menghindari perilaku konsumtif yang tidak perlu dan lebih memilih investasi yang berkelanjutan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ferawati dan Nasrul (2018), pengendalian diri memiliki pengaruh positif terhadap hasil belajar ekonomi, yang dapat diartikan sebagai kemampuan untuk membuat keputusan ekonomi yang lebih rasional dan bertanggung jawab (Ferawati & Nasrul, 2018).

Selain itu, pengendalian diri juga dapat mengurangi praktik-praktik ekonomi yang merugikan, seperti riba, gharar, dan maysir. Dalam konteks bisnis, hal ini berarti menghindari transaksi yang tidak transparan dan merugikan pihak lain. Menurut Ali Sakti (2023), Ramadhan adalah bulan di mana manusia cenderung mengedepankan hitungan spiritual daripada material, sehingga perilaku ekonomi yang tidak etis dapat diminimalisir (Sakti, 2023).

c. Transformasi Nilai Spiritual dalam Praktik Bisnis

Nilai-nilai spiritual Ramadhan dapat ditransformasikan ke dalam praktik bisnis untuk menciptakan sistem ekonomi yang lebih etis dan

berkelanjutan. Sebagai contoh, konsep khalifah dalam Islam menegaskan bahwa manusia memiliki peran sebagai penjaga bumi dengan tanggung jawab untuk melestarikan keseimbangan alam. Prinsip ini dapat diterapkan dalam dunia bisnis melalui penerapan praktik yang ramah lingkungan serta pengurangan limbah.

Menurut Ashmos dan Duchon (2000). Keberadaan spiritualitas di lingkungan kerja dapat memperkuat integritas serta tanggung jawab sosial, yang menjadi aspek fundamental dalam menciptakan budaya bisnis yang positif (Ashmos & Duchon, 2000).

Selain itu, Ramadhan juga mendorong umat Islam untuk meningkatkan transparansi dan kejujuran dalam transaksi bisnis. Hal ini sejalan dengan prinsip muamalah dalam Islam, yang menekankan pentingnya keadilan dan kejujuran dalam setiap interaksi ekonomi. Menurut Mitroff dan Denton (1999), spiritualitas dapat menjadi dasar untuk membangun sistem nilai dalam organisasi, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja bisnis dalam jangka panjang (Mitroff & Denton, 1999).

2. Integrasi Nilai *Qur'ani* dalam *Green Economy*

a. Prinsip Keseimbangan (*Tawazun*)

Prinsip keseimbangan (*tawazun*) dalam Alquran menekankan pentingnya menjaga harmoni antara manusia, alam, dan sumber daya ekonomi. Konsep ini tercermin dalam ayat-ayat Alquran seperti Surah Ar-Rahman (55:7-9), yang menyatakan bahwa Allah Swt. Menciptakan segala sesuatu dengan ukuran dan keseimbangan yang tepat. Dalam konteks *green economy*, prinsip ini mengajarkan bahwa pertumbuhan

ekonomi harus seimbang dengan pelestarian lingkungan dan keadilan sosial.

Menurut Al-Qardhawi (2001), *tawazun* adalah fondasi utama dalam membangun sistem ekonomi yang berkelanjutan, di mana eksploitasi sumber daya alam tidak boleh melebihi kapasitas regenerasinya (Al-Qardhawi, 2001). Selain itu, prinsip *tawazun* juga mendorong pengurangan ketimpangan ekonomi melalui distribusi kekayaan yang adil. Zakat, infak, dan sedekah adalah instrumen penting dalam Islam untuk mencapai keadilan distributif, yang sejalan dengan tujuan *green economy* dalam mengurangi kemiskinan dan ketimpangan. Menurut penelitian oleh Hamid et al. (2019), integrasi zakat dalam *green economy* dapat meningkatkan kesejahteraan sosial dan mendukung pembangunan berkelanjutan (Hamid et al., 2019).

b. Konsep Keberlanjutan (*Istidamah*)

Konsep keberlanjutan (*istidamah*) dalam Islam didasarkan pada prinsip bahwa manusia adalah *khalifah* (pemelihara) di bumi, yang bertanggung jawab untuk menjaga kelestarian alam bagi generasi mendatang. Surah Al-Baqarah (2:205) mengingatkan manusia untuk tidak melakukan kerusakan di bumi setelah Allah Swt. menciptakannya dengan baik. Konsep ini sejalan dengan *green economy*, yang bertujuan untuk memastikan bahwa sumber daya alam digunakan secara bijaksana dan tidak merusak ekosistem (Al-Roubaie & Sarea, 2019).

Dalam penerapannya, konsep *istidamah* diwujudkan melalui pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan, seperti pemanfaatan energi terbarukan dan pengurangan produksi limbah. Menurut

Al-Roubaie dan Sarea (2019), prinsip ini mendorong inovasi dalam teknologi hijau dan mendukung transisi menuju ekonomi rendah karbon (Al-Roubaie & Sarea, 2019). Selain itu, konsep ini juga menekankan pentingnya pendidikan dan kesadaran masyarakat tentang keberlanjutan, yang dapat dicapai melalui program-program berbasis komunitas dan masjid.

c. Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (Amanah)

Tanggung jawab social lingkungan (amanah) dalam Islam menegaskan bahwa manusia adalah pemegang amanah Allah Swt. Untuk menjaga dan melestarikan alam. Konsep ini tercermin dalam Surah Al-A'raf (7:31), yang melarang pemborosan dan eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya alam. Dalam konteks *green economy*, amanah mengajarkan bahwa setiap aktivitas ekonomi harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan, serta memastikan bahwa manfaatnya dirasakan oleh seluruh masyarakat (Muslimin et al., 2024).

Contoh penerapan amanah dalam *green economy* adalah melalui instrumen keuangan syariah seperti green sukuk, yang mendanai proyek-proyek ramah lingkungan seperti energi terbarukan dan pengelolaan limbah. Menurut Muslimin et al. (2024), green sukuk tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan dan peningkatan kesejahteraan sosial (Muslimin et al., 2024). Selain itu, amanah juga mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik bisnis yang bertanggung jawab, seperti mengurangi emisi karbon dan mempromosikan keadilan sosial.

3. Model Implementasi Green Ekonomi Berbasis Spiritualitas

a. Kerangka Operasional Ekonomi Hijau Islami

Kerangka operasional ekonomi hijau Islami didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang mengintegrasikan nilai-nilai spiritualitas dengan praktik ekonomi berkelanjutan. Konsep *khalifah* sebagai pemelihara bumi menegaskan kewajiban manusia dalam melestarikan alam dan mengelola sumber daya secara bertanggung jawab.

Dalam kerangka ekonomi hijau, prinsip ini diwujudkan melalui penerapan praktik bisnis yang berkelanjutan, seperti pemanfaatan energi terbarukan, pengurangan limbah, dan optimalisasi penggunaan sumber daya. Ismail dan Taib (2018) menyatakan bahwa penggabungan ekonomi hijau dengan prinsip-prinsip syariah berpotensi membentuk sistem ekonomi yang lebih adil, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.

Data menunjukkan bahwa kapasitas energi terbarukan global meningkat sebesar 9,6% pada tahun 2022 (IRENA, 2023), yang menunjukkan potensi besar untuk mengurangi ketergantungan pada energi fosil. Selain itu, instrumen keuangan syariah seperti zakat, wakaf, dan sukuk hijau dapat digunakan untuk mendanai proyek-proyek ramah lingkungan.

Misalnya, zakat yang terkumpul di Indonesia mencapai Rp 14,2 triliun pada tahun 2022 (BAZNAS, 2023), yang dapat dialokasikan untuk program penghijauan atau pengelolaan sampah. Hal ini sejalan dengan *maqashid* syariah, yang bertujuan untuk melindungi agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

b. Strategi Pengembangan Bisnis Berkelanjutan

Dalam perspektif ekonomi hijau Islami, strategi pengembangan bisnis berkelanjutan berlandaskan pada tiga aspek utama: ekonomi, lingkungan, dan sosial. Langkah pertama yang perlu dilakukan perusahaan adalah menerapkan praktik bisnis yang berorientasi pada kelestarian lingkungan, seperti menekan emisi karbon serta memanfaatkan bahan baku yang lebih berkelanjutan. Berdasarkan data, sekitar 45% perusahaan di tingkat global telah berkomitmen untuk mencapai emisi nol bersih (*net-zero emission*) pada tahun 2050 (CDP, 2023), yang menjadi salah satu indikator utama dalam ekonomi hijau.

Kedua, perusahaan perlu memastikan bahwa aktivitas bisnis mereka memberikan dampak positif bagi masyarakat, seperti melalui program tanggung jawab sosial (CSR) yang mendukung pendidikan dan kesehatan. Di Indonesia, 70% perusahaan telah melaksanakan program CSR berbasis lingkungan (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2023). Selain itu, inovasi produk dan layanan yang berkelanjutan menjadi kunci dalam strategi ini. Misalnya, perusahaan dapat mengembangkan produk yang mudah didaur ulang atau menggunakan teknologi hijau dalam proses produksi. Menurut Elkington (2020), pendekatan *triple bottom line* (*profit, people, planet*) dapat membantu perusahaan mencapai keberlanjutan jangka panjang sambil tetap menguntungkan secara finansial.

c. Indikator Keberhasilan Implementasi

Indikator keberhasilan implementasi ekonomi hijau berbasis spiritualitas dapat diukur melalui

beberapa aspek. *Pertama*, pengurangan jejak karbon dan peningkatan penggunaan energi terbarukan menjadi indikator utama dalam aspek lingkungan. Data menunjukkan bahwa emisi CO₂ global mencapai 36,8 miliar ton pada tahun 2022 (IEA, 2023), yang menunjukkan urgensi untuk menerapkan *green economy* guna mengurangi dampak perubahan iklim.

Kedua, peningkatan kesejahteraan sosial, seperti penurunan tingkat kemiskinan dan peningkatan akses pendidikan, dapat diukur melalui program zakat dan CSR. Di Indonesia, 9,54% penduduk masih berada di bawah garis kemiskinan pada Maret 2023 (BPS, 2023), yang menjadi dasar untuk mengintegrasikan zakat dan program sosial lainnya dalam *green economy*. Selain itu, keberhasilan juga dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi yang inklusif, di mana manfaat ekonomi dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Indikator ini sejalan dengan prinsip keadilan distributif dalam Islam, yang menekankan distribusi kekayaan yang merata. Menurut Nasution (2017), integrasi ekonomi hijau dengan prinsip syariah dapat menciptakan sistem ekonomi yang tidak hanya berkelanjutan, tetapi juga adil dan inklusif.

D. Daftar Pustaka

- Al-Qardhawi, Y. (2001). *Ri'ayatu Al-Bi'ah fi As-Syari'ah Al-Islamiyah*. Darul Syuruq.
- Al-Roubaie, A., & Sarea, A. (2019). "Building capacity for green economy: The role of Islamic finance". *TAFHIM: IKIM Journal of Islam and the Contemporary World*, 12(2), 1-29.

- Amankwah-Amoah, J., Danso, A., & Adomako, S. (2019). "Entrepreneurial orientation, environmental sustainability and new venture performance: Does stakeholder integration matter?" *Business Strategy and the Environment*, 28(1), 79-87. <https://doi.org/10.1002/bse.2191>
- Asmanto, E. (2015). "Revitalization of Ecological Spirituality from the Perspective of Islamic Education". *Tsaqafah*, 11(2), 333. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v11i2.272>
- Damanik, G. N. F. (2023). "Peran Sumber Daya Alam Terhadap Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *JMBS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(1).
- Ghoniya, N., Amilahaq, F., & Hartono, S. (2024). "Business sustainability performance through sustainability awareness and business work ethics in Islamic institutions." *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2303789>
- Hamid, N. A., Muda, R., Alam, M. M., Omar, N., & Nadzri, F. A. A. (2019). "Contribution of Islamic social capital on green economic growth in Malaysia". *International Journal of Business and Management Science*, 9(2), 239-256.
- Harahap, B., Risfandy, T., & Putri, I. N. (2023). "Islamic Law, Islamic Finance, and Sustainable Development Goals: A Systematic Literature Review". *Sustainability*, 15(8). <https://doi.org/10.3390/su15086626>
- Ismail, A. G., & Taib, F. M. (2018). "Green Economy: The Islamic Perspective". *Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(2), 78-92.

- Khalid, F. (1994). *Signs on the Earth: Islam, Modernity, and the Climate Crisis*. Islamic Foundation for Ecology and Environmental Sciences.
- Koehrsen, J. (2018). "Eco-spirituality in environmental action: Studying Dark Green Religion in the German energy transition". *Journal for the Study of Religion, Nature and Culture*, 12(1), 34-54.
<https://doi.org/10.1558/jsrnc.33915>
- Muslimin, J. M., Lubis, S., Rifa'i, M. N., & Sukardi, S. (2024). "Green Economy in Islam: A Policy Study on Carbon Economic Value from the Perspective of Sharia Economic Law". *Proceedings of the 7th International Colloquium on Interdisciplinary Islamic Studies*.
<https://doi.org/10.4108/eai.17-6-2024.2349075>
- Nasution, H. (2017). "Towards Sustainable Development: Integrating Green Economy into Islamic Economic Framework". *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 39-50.
- Tualeka, W. (2011). *Etika Lingkungan dalam Perspektif Islam*. Penerbit Buku Kompas.
- UNEP. (2011). *Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication*. United Nations Environment Programme.
- Yusuf, M., Azhari, F., Amruzi, F. Al, Wahidi, M. M. I., & Anafarhanah, S. (2023). "Green Economy Financing According to Fiqh Al-Biah as Part of Maqashid Sharia". *Pena Justisia: Media Komunikasi Dan Kajian Hukum*.
<https://doi.org/10.31941/pj.v21i1.2725>



POLA KONSUMSI RAMADHAN YANG BERETIKA

Dr. Sakinah, M.El.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - IAIN Madura

Email: sakinahaprilia@gmail.com

A. Pendahuluan

Ramadhan adalah bulan suci umat Islam yang penuh dengan keberkahan. Keberkahan tersebut bukan hanya sebatas pada urusan akhirat saja, melainkan juga pada urusan duniawi yaitu menyangkut Kesehatan. Puasa pada bulan Ramadhan juga merupakan terapi pengobatan alami yang tidak pernah lenyap ditelan zaman. Selama puasa, tubuh tidak menerima makanan dan minuman selama lebih dari delapan jam sampai akhirnya diisi kembali. Selama puasa, mekanisme tubuh sendiri mengeluarkan racun yang menumpuk (Naan, 2018).

Bulan amadhan adalah kesempatan terbaik untuk kembali ke pola hidup sehat, karena seorang Muslim dapat

mengatur makanan mereka dengan berpuasa (Subrata & Dewi, 2017).

Secara umum, pemenuhan kebutuhan akan menghasilkan lebih banyak manfaat fisik, spritual, intelektual, dan material, sedangkan pemenuhan keinginan akan menghasilkan lebih banyak manfaat psikis, antara manfaat lainnya.

Jika seseorang ingin memenuhi suatu kebutuhan, maka memenuhi kebutuhan tersebut akan menghasilkan keuntungan dan kepuasan. Namun, jika pemenuhan kebutuhan tidak didasari oleh keinginan, maka hanya akan menghasilkan keuntungan. Ini sangat kontra produktif dengan tujuan yang hendak dicapai yaitu agar manusia bertakwa kepada Allah Swt. Sebagaiman firman Allah Swt. dalam surat Alquran 183:

“Hai orang-orang yang beriman diwajibkan atas kamu berpuasa sebagaimana diwajibkan atas orang-orang sebelum kalian berpuasa agar kamu (menjadi) orang yang bertakwa”.

Namun biasanya saat menjelang Ramadhan segala kebutuhan konsumsi umat Islam meningkat. Tidak hanya pada sektor kebutuhan pokok seperti makanan dan minuman saja, melainkan barang-barang pendukung lainnya seperti pakaian dan berbagai kebutuhan umat Islam juga mengalami kenaikan harga. Hal ini sangat wajar mengingat saat bulan Ramadhan perilaku konsumsi masyarakat juga turut meningkat. Kalau dinilai secara kasat mata semestinya bulan Ramadhan ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berhemat dalam berkonsumsi karena terdapat pengurangan jam makan yang biasanya masyarakat lakukan adalah tiga kali sehari menjadi dua kali saja, yaitu Ketika berbuka puasa dan sahur. Akan tetapi dalam kenyataan pola

konsumsi masyarakat pada bulan Ramadhan berbalik menjadi lebih meningkat dari bulan-bulan lainnya.

Maka dari itu bisa dipahami mengapa penelitian ini penting untuk dilakukan dalam tulisan ini disajikan tentang makna konsumsi, makna bulan Ramadhan, dan pola konsumsi yang beretika.

B. Konsumsi

1. Pengertian Konsumsi

Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, kita menjumpai setiap individu atau masyarakat membeli dan mengkonsumsi barang atau jasa (Ari Sudarman 2002). Kegiatan menggunakan barang dan jasa tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi dapat dilakukan oleh siapa saja tanpa batas usia, gender, status sosial atau jumlah kekayaan.

Salah satu perilaku yang memiliki dampak yang signifikan terhadap pasar dan ekonomi secara keseluruhan adalah perilaku pembelian barang dan jasa tersebut. Dalam teori ekonomi, istilah "pengeluaran konsumsi" mengacu pada perilaku masyarakat yang membelanjakan pendapatan mereka untuk membeli barang dan jasa tersebut. Konsumsi tidak hanya terbatas pada barang yang tahan lama. Oleh karena itu, pengeluaran yang digunakan untuk membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dengan pemakaian berulang disebut konsumsi. Ini terjadi selama pembelian barang dan jasa tersebut tidak bertujuan untuk membuat produk baru (Ari, 2002).

2. Konsumsi dalam Ekonomi Konvensional

Konsumsi berasal dari Bahasa Inggris yaitu *to consume* yang artinya memakai atau menghabiskan. Konsumsi secara umum didefinisikan sebagai proses

mengurangi nilai suatu barang atau jasa, baik segera atau bertahap untuk memenuhi kebutuhan (Mujahidin & Islam, 2014).

Menurut seorang ahli ekonomi klasik menyatakan Konsumsi adalah bagian dari pendapatan yang dibelanjakan untuk membeli barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan atau memenuhi kebutuhan (Purba dkk., 2024). Selain itu juga dijelaskan bahwa konsumsi adalah pengeluaran untuk pembelian barang dan jasa guna untuk memperoleh kepuasan dan untuk memenuhi kebutuhan (Zainul Bahri dkk., 2023).

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa konsumsi merupakan aktifitas, kegiatan atau perilaku dalam menggunakan, memperoleh manfaat atau mengurangi nilai guna barang atau jasa dengan sejumlah biaya yang dikeluarkan.

3. Konsumsi dalam Islam

Konsumsi merupakan bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktifitas konsumsi termasuk manusia. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap tindakan seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, bukan hanya konsumsi dalam kehidupan sehari-hari, yang digambarkan dengan makan dan minum (Yuliadi, 2001).

Alquran memberi petunjuk yang sangat jelas dan mudah dipahami tentang cara menggunakannya. Alquran melarang hidup bermewah-mewahan dalam hal pakaian atau makanan, dan mendorong untuk menggunakan barang-barang yang baik, halal, dan bermanfaat. Selain itu, Alquran melarang melakukan kegiatan konsumsi untuk

hal-hal yang tidak penting. sesuai dengan firman Allah Swt. dalam QS. Al-Isra': 27(Depag, 1989):

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”. (QS. Al-Isra': 27).

Dan diperjelas dengan QS. Al-Furqon: 67 (Depag, 1989).

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامٌ

“Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar” (QS. Al-Furqon: 67)

Dari ayat Alquran diatas dalam berperilaku konsumsi Islam sangat melarang perilaku boros dan berlebih lebihan karena apabila hal tersebut dilakukan maka kita merupakan sebagian dari saudara-saudara syaitan.

Islam mewajibkan setiap orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta menafkahkanya di jalan Allah Swt. Dengan kata lain Islam adalah agama yang memerangi kekikiran dan kebakhilan (Qardhawi, 1997).

C. Ramadhan

1. Pengertian Ramadhan

Bulan Ramadhan merupakan salah satu nama bulan yang ada dalam hitungan bulan *qomariyah*, yang mana bukan Ramadhan tersebut diambil dari kata *Romadho Yarmudhu* yang mempunyai arti membakar dosa (Syarifuddin, 2003).

Di sisi lain, ada pendapat bahwa orang Arab menamai bulan Ramadhan karena orang-orang membakar diri mereka dengan makanan dan air minum selama bulan yang sangat panas. ahli bahasa Arab mengatakan bahwa untuk membuat sesuatu lebih mudah terbakar, Anda harus mengapitnya dengan dua batu lunak (karang) dan kemudian menghancurkannya. Dengan analogi, orang yang berpuasa menempatkan sifat buruknya di antara dua batu yaitu lapar dan haus (Al Jibouri & Tabrizi, 2002). Rasulullah Saw. bersabda:

“Dinamakan bulan Ramadhan karena ia cenderung membakar dosa-dosa”.

Bulan Ramadhan menurut Imam Qurtubi adalah qolbu yang mendapatkan dari panasnya pelajaran dengan berfikir tentang akhirat seperti mengambil pasir dan batu dibawah panasnya matahari (Al-Qurtubi, 2006).

Dari penjelasan-penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa bulan Ramadhan merupakan bulan untuk membakar dosa-dosa. Pembakaran tersebut dilakukan dengan cara mensucikan hati dari hawa nafsu sehingga melahirkan sifat yang terpuji.

2. Dasar Hukum Puasa di Bulan Ramadhan

a. Alquran

Alquran merupakan sumber hukum utama dalam agama Islam. Sehingga didalam Alquran dijelaskan juga tentang kewajiban dalam melaksanakan ibadah puasa, seperti firman Allah Swt. Dalam surat Al-Baqarah ayat 183 yang berbunyi (Depag, 1989):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُتِبَ عَلَيْكُمُ الصِّيَامُ كَمَا كُتِبَ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ
لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, diwajibkan atas kamu berpuasa sebagaimana diwajibkan atas orang-orang sebelum kamu agar kamu bertakwa” (QS. Al-Baqarah: 183).

b. Hadis

Hadis Nabi Muhammad Saw. merupakan sumber hukum kedua setelah Alquran dalam agama Islam, dalam Hadis juga dijelaskan tentang kewajiban seorang Muslim untuk melaksanakan ibadah puasa. Nabi Muhammad Saw. bersabda (An-Naisaburi, 2011):

عَنْ أَبِي عَبْدِ الرَّحْمَنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ بْنِ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا
قَالَ: سَمِعْتُ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: (بُنِيَ الْإِسْلَامُ
، عَلَى خَمْسٍ: شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ
وَأَقَامَ الصَّلَاةَ، وَآتَى الزَّكَاةَ، وَحَجَّ الْبَيْتِ، وَصَوْمَ رَمَضَانَ. رَوَاهُ
الْبُخَارِيُّ وَمُسْلِمٌ

“Dari Abdullah bin Umar radhiyallahu ‘anhuma dia berkata: “Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: “Islam itu dibangun di atas lima dasar: persaksian (syahadat) bahwa tidak ada sesembahan yang berhak disembah kecuali Allah Swt. Subhanahu wa ta’ala dan Muhammad adalah utusan Allah, menegakkan shalat, menunaikan zakat, haji (ke Baitullah) dan puasa di bulan Ramadhan” (HR. Al Bukhari dan Muslim).

c. Ijmak Ulama

Hasil ijmak Ulama sepakat atas kewajiban dalam melaksanakan ibadah puasa pada bulan Ramadhan dan tidak ada satupun dari kaum Muslimin yang menentang atas kefarduan tersebut. Karena melaksanakan puasa pada bulan Ramadhan merupakan ketentuan pokok yang ada dalam agama Islam. Orang yang mengingkari termasuk dari orang-orang yang kafir, seperti halnya orang-orang yang mengingkari kefarduan shalat, zakat dan haji (Jaziri, 2003).

3. Konsumsi Pada Bulan Ramadhan

a. Berbuka

Buka puasa merupakan bentuk konsumsi pada saat bulan Ramadhan. Buka puasa dilakukan pada saat terbenamnya matahari (waktu maghrib), dan disunnahkan bagi orang yang melaksanakan puasa untuk menyegerakan pelaksanaan buka puasa ketika waktunya sudah tiba. Sebagaimana sabda nabi Muhammad Saw yang diriwayatkan dari Sahl bin Sa’ad (Roza dkk., 2023):

لَا يَزَالُ النَّاسُ بِحَيْرٍ مَا عَجَّلُوا الْفِطْرَ

“Senantiasa manusia berada dalam kebaikan selama mereka menyegerakan berbuka” (HR. Bukhori).

Dari Hadis di atas menjadi penjelasan disunnahkannya dalam melaksanakan buka puasa sesegera mungkin. dan dengan dimulainya buka puasa maka makan dan minum yang dilarang pada saat siang hari menjadi boleh.

b. Sahur

Melaksanakan makan sahur juga merupakan kegiatan konsumsi yang ada pada saat bulan Ramadhan, waktu makan sahur ini biasanya dilakukan sebelum adzan subuh. Hal ini sudah disabdakan oleh Rasulullah Saw. yang telah diriwayatkan dari Anas bin Malik Ra. yaitu:

تَسَحَّرُوا فَإِنَّ فِي السُّحُورِ بَرَكَهً

“Bersahurlah kalian, karena didalam sahur ada berkah” (HR. Bukhari).

Dari pengertian Hadis di atas dapat diartikan bahwa makan sahur merupakan kegiatan konsumsi pada saat bulan Ramadhan hal ini dilakukan guna untuk mempersiapkan diri dalam melaksanakan puasa pada saat siang hari. Makanya disunnahkan untuk melaksanakan makan sahur agar mempunyai daya untuk melaksanakan aktifitas pada saat berpuasa.

D. Pola konsumsi yang beretika

Kegiatan konsumsi merupakan salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan seseorang dalam rangka beribadah kepada Allah Swt. Dalam hal konsumsi Alquran sudah memberikan petunjuk kepada umat manusia secara jelas dan mudah untuk dipahami. Alquran menganjurkan dalam kegiatan konsumsi untuk menggunakan barang-barang yang baik dan halal serta melarang untuk berperilaku boros dan melarang dalam hidup bermewah-mewahan, baik dalam hal makan dan minum ataupun dalam hal pakaian. Sebagaimana yang telah di firmankan Allah Swt. dalam QS. Al-Isra' ayat 27 (Depag, 1989)

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”. (QS. Al-Isra’: 27)

Ayat tersebut memberikan penjelasan bahwa Islam sangat mengutuk orang-orang yang berperilaku boros, karena hal tersebut sangat berbahaya bagi perekonomian. Pemborosan merupakan suatu kegiatan menghamburkan sumber daya untuk hal-hal yang tak berguna dan berlebihan.

Dalam etika konsumsi juga dijelaskan dalam Alquran surat Al-Baqarah: 168 (Depag, 1989).

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata bagimu” (QS. Al-Baqarah. 168)

Dari ayat di atas Islam memerintahkan agar manusia dalam mengkonsumsi sesuatu harus berupa barang dan jasa yang baik dan dihalalkan dalam syariat Islam. Selain itu, mereka juga diperintahkan untuk menghindari keinginan syaitan, yang berusaha menggoda manusia untuk mengharamkan apa yang dihalalkan oleh Allah Swt.

Muhammad Abdul Mannan selaku salah seorang pakar ekonomi Muslim menawarkan lima etika prinsip konsumsi dalam Islam (Mannan, 1997), diantaranya:

1. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan ini mengandung pengertian bahwa dalam melakukan konsumsi tidak diperbolehkan menimbulkan kezaliman baik bagi diri sendiri maupun orang lain.

2. Prinsip Kebersihan

Prinsip ini mengandung dua pengertian yaitu dalam arti sempit dan dalam arti luas. Dalam arti sempit memiliki pengertian barang yang dikonsumsi harus bersih dan sehat (tebebas dari penyakit). Sedangkan kalau dalam arti luas memiliki pengertian harus bersih dari larangan-larangan *syara'*.

3. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip ini memiliki pengertian bahwa dalam melakukan konsumsi harus menyesuaikan dengan kebutuhan dan tidak boleh berlebih-lebihan. Konsepnya adalah bahwa makanan harus dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan dan tidak boleh terlalu banyak. Karena ini adalah awal

kerusakan dan kehancuran bagi diri sendiri dan masyarakat banyak.

4. Prinsip Kemurahan Hari

Menurut prinsip ini, seseorang harus mengonsumsi sesuatu dengan ikhlas dan bukan karena terpaksa, dan harus mempertimbangkan hal-hal sosial seperti bersedekah dan kegiatan sosial lainnya.

5. Aspek Moral

Dalam aspek ini memberikan pengertian bahwa segala sesuatu yang dikonsumsi oleh orang yang beragama Islam harus diatur oleh aturan yang berlaku dalam Islam, baik sebelum, sewaktu, atau sesudahnya.

E. Daftar Pustaka

- Al Jibouri, Y. T., & Tabrizi, M. J. A. M. (2002). *Rahasia Puasa Ramadhan*. Zahra Publishing House.
- Al-Qurtubi, A. M. (2006). bin Ahmad Ibn Abi Bakr. Al-Jami 'al-Ahkam al-Qur'an. *Beirut: Mu'assasah al-Risalah*.
- An-Naisaburi, A.-I. A. H. (2011). Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi. *Shohih Muslim*.
- Ari, S. (2002). Teori Ekonomi Mikro. *Edisi keempat, cetakan, 1*.
- Depag, R. I. (1989). Al-Qur'an dan Terjemahnya. *Semarang: Toha Putra*.
- Jaziri, A. (2003). Al-Fiqh 'ala al-Mazahib al-Arba'ah. *Bairut: Dar al-Kutub al-'Ilmiah*.
- Mannan, M. A. (1997). Teori dan praktek Ekonomi Islam, terj. M. Nastangin, *Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf*.

- Mujahidin, A., & Islam, E. (2014). 2 (Pekanbaru: Al. Mujtahdah Press.
- Naan, N. (2018). Model Terapi Ibadah dalam Mengatasi Kegersangan Spiritual. *Syifa al-Qulub: Jurnal Studi Psikoterapi Sufistik*, 2(2), 98–107.
- Purba, B., Sihombing, A. E., Azizah, L. N., & Purba, A. A. (2024). Analisis Penerapan serta Hambatan Pemikiran Tokoh–tokoh Ekonomi Klasik terhadap Sistem Ekonomi Masa Kini. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 1234–1245.
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan etika ekonomi Islam*.
- Roza, Y. M., Razali, G., Fatmawati, E., Syamsuddin, S., & Wibowo, G. A. (2023). Identitas Budaya Dan Sosial Pada Makanan Khas Daerah: Tinjauan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Pada Bulan Ramadan Di Indonesia. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 305–315.
- Subrata, S. A., & Dewi, M. V. (2017). Puasa Ramadhan dalam Perspektif Kesehatan: Literatur Review. *Khazanah: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 15(2), 241–262.
- Syarifuddin, A. (2003). *Puasa Menuju Sehat Fisik-Psikis*. Gema Insani.
- Yuliadi, I. (2001). *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam (LPPI).
- Zainul Bahri, S. E., Aprilianti, D. V., & SSTP, M. (2023). *Menuju Kesejahteraan Berkelanjutan Pemahaman Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Klasik, Neoklasik, Islam, Green Economy, dan Blue Economy*. Nas Media Pustaka.



PENGUATAN EKONOMI SYARIAH SETELAH RAMADHAN

Assoc. Prof. Muhammad Sholahuddin, SE., M.Si., Ph.D.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: Muhammad.sholahuddin@ums.ac.id

A. Pendahuluan

Bulan Ramadhan sering kali menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Selama periode ini, peningkatan konsumsi produk halal dan partisipasi dalam kegiatan filantropi Islam seperti zakat, infak, dan sedekah mengalami lonjakan signifikan. Fenomena ini menunjukkan bahwa nilai-nilai ekonomi syariah memiliki dampak positif terhadap pergerakan ekonomi masyarakat Muslim selama Ramadhan (Mayasari & Putri, 2020).

Ekonomi syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2022, total aset industri keuangan syariah mencapai Rp2.375,84 triliun, mengalami

pertumbuhan sebesar 15,87% dibandingkan tahun sebelumnya. Meskipun demikian, pasca Ramadhan sering terjadi penurunan aktivitas ekonomi syariah, terutama dalam sektor riil dan konsumsi produk halal. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi syariah masih cenderung bersifat musiman dan belum memiliki daya tahan yang kuat di tengah dominasi sistem ekonomi konvensional (Pamungkas et al., 2022).

Urgensi penguatan ekonomi syariah setelah Ramadhan semakin relevan mengingat posisi Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Dengan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam ekonomi syariah, diharapkan dapat terbentuk sistem ekonomi yang lebih inklusif dan berkeadilan. Selain itu, penguatan sektor ini juga dapat meningkatkan daya saing Indonesia dalam industri halal global, yang terus berkembang dan memiliki potensi besar dalam perdagangan internasional (Nurkomalasari & Zakiah, 2021).

Berbagai inisiatif telah dilakukan untuk mempercepat perkembangan ekonomi syariah di Indonesia. Pembentukan lembaga keuangan syariah, pengembangan instrumen ekonomi berbasis syariah, serta integrasi ekonomi syariah dalam kebijakan nasional menjadi langkah strategis dalam memperkuat sektor ini. Namun, tantangan yang dihadapi masih cukup besar, seperti rendahnya literasi keuangan syariah, kurangnya inovasi produk, serta minimnya infrastruktur pendukung bagi pelaku usaha syariah. Selain itu, sistem ekonomi konvensional yang masih dominan sering kali menghambat penetrasi produk dan layanan berbasis syariah di masyarakat luas (Misno & Arafah, 2021).

Penelitian mengenai perkembangan ekonomi syariah telah banyak dilakukan, tetapi masih sedikit yang secara spesifik membahas tantangan dalam mempertahankan

momentum pertumbuhan ekonomi syariah setelah Ramadhan. Dibutuhkan kajian mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor penghambat serta membandingkan strategi implementasi ekonomi syariah dalam sistim Islam yang lebih menyeluruh. Studi ini juga akan mengeksplorasi bagaimana ekonomi syariah dapat lebih berkelanjutan dan tidak hanya bergantung pada tren musiman (Anwar et al., 2020).

Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya strategi efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan aktivitas ekonomi syariah setelah Ramadhan, terutama dalam menghadapi dominasi ekonomi konvensional. Hal ini menyebabkan potensi ekonomi syariah belum dimanfaatkan secara optimal sepanjang tahun. Selain itu, ekonomi syariah belum sepenuhnya terintegrasi dalam kebijakan ekonomi nasional, sehingga menyebabkan kurangnya kesinambungan dalam implementasinya (Fauzi et al., 2022).

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis tantangan dalam penguatan ekonomi syariah pasca Ramadhan dalam konteks ekonomi konvensional serta membandingkannya dengan potensi implementasi dalam sistim Islam yang lebih komprehensif. Studi ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor penghambat serta peluang yang ada, guna menyusun rekomendasi strategis bagi pengembangan ekonomi syariah yang lebih berkelanjutan (Utama, 2023).

Kontribusi tulisan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika ekonomi syariah setelah Ramadhan serta menawarkan solusi praktis untuk memperkuat ekosistem ekonomi syariah di Indonesia. Selain itu, tulisan ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembuat kebijakan dan pelaku usaha dalam merumuskan strategi yang efektif guna

mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam sistim ekonomi nasional (Ashlihah et al., 2022).

B. Tantangan Penguatan Ekonomi Syariah Pasca Ramadhan

Ekonomi syariah mengalami lonjakan signifikan selama bulan Ramadhan akibat meningkatnya transaksi berbasis syariah, seperti zakat, infak, dan wakaf. Namun, setelah Ramadhan, aktivitas ekonomi syariah sering mengalami penurunan drastis, menunjukkan bahwa sistim ini belum memiliki daya tahan kuat dalam menghadapi tantangan ekonomi konvensional.

Menurut Bank Indonesia (2022), selama Ramadhan, transaksi ekonomi syariah meningkat sekitar 20-30%, terutama dalam konsumsi produk halal dan layanan keuangan syariah. Namun, setelah bulan suci berlalu, terjadi penurunan drastis hingga 15-25% dalam transaksi perbankan syariah dan sektor riil berbasis syariah. Beberapa tantangan utama yang menyebabkan fenomena ini adalah sebagai berikut:

1. Ketergantungan Pada Faktor Musiman

Ekonomi syariah masih cenderung bersifat musiman dan belum menjadi kebiasaan berkelanjutan di masyarakat. Misalnya, pada tahun 2021, pendapatan industri halal Indonesia mencapai Rp 368 triliun selama Ramadhan, tetapi angka tersebut menurun drastis hingga Rp 290 triliun pada bulan-bulan berikutnya (Mayasari & Putri, 2020). Ketergantungan ini menghambat stabilitas ekonomi syariah, karena masyarakat hanya aktif dalam ekonomi berbasis Islam selama momentum tertentu tanpa kesadaran untuk menerapkannya sepanjang tahun.

2. Dominasi Ekonomi Konvensional

Sistim ekonomi konvensional yang berbasis bunga (riba) masih menjadi pilihan utama dalam industri keuangan. Menurut laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2022, total aset perbankan syariah di Indonesia hanya mencapai 6,7% dari total aset perbankan nasional, jauh tertinggal dibandingkan bank konvensional. Para investor lebih memilih instrumen keuangan berbasis bunga karena menawarkan return yang lebih cepat dan stabil dibandingkan mekanisme bagi hasil dalam ekonomi syariah (Ashlihah et al., 2022). Ketimpangan ini menunjukkan bahwa ekonomi syariah masih memiliki daya saing yang rendah dalam sistim kapitalisme global.

3. Kurangnya Inovasi dan Akses Produk Syariah

Ekonomi syariah menghadapi tantangan dalam inovasi dan aksesibilitas layanan. Studi menunjukkan bahwa sekitar 60% nasabah perbankan syariah di Indonesia mengalami kesulitan dalam mengakses layanan digital, terutama dalam sistim pembayaran berbasis syariah (Tarmizi et al., 2022). Selain itu, keterbatasan produk investasi halal menyebabkan investor lebih tertarik pada instrumen keuangan konvensional yang lebih likuid dan memiliki regulasi yang lebih mapan.

4. Kurangnya Kesadaran dan Literasi Ekonomi Syariah Salah satu kendala terbesar dalam penguatan ekonomi syariah pasca Ramadhan adalah rendahnya literasi keuangan syariah di masyarakat. Menurut survei yang dilakukan oleh OJK (2021), indeks literasi keuangan syariah di Indonesia hanya mencapai 8,93%, jauh di bawah indeks literasi keuangan konvensional yang mencapai 38,03%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat belum memahami manfaat ekonomi syariah, sehingga belum menjadikannya sebagai pilihan utama dalam kehidupan ekonomi mereka (Firmansyah, 2021).

Tantangan utama dalam penguatan ekonomi syariah pasca Ramadhan adalah ketergantungan pada momentum musiman, dominasi sistem ekonomi konvensional, kurangnya inovasi produk, serta rendahnya literasi keuangan syariah. Tanpa adanya langkah konkret untuk mengatasi masalah ini, ekonomi syariah akan terus mengalami stagnasi dan sulit berkembang dalam sistem kapitalisme global. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih sistematis, seperti penguatan regulasi ekonomi syariah, inovasi layanan keuangan syariah, serta peningkatan literasi masyarakat, agar ekonomi syariah tidak hanya berkembang selama Ramadhan, tetapi menjadi bagian dari sistem ekonomi yang berkelanjutan.

C. Keberlanjutan Ekonomi Syariah Pasca Ramadhan

Pasca Ramadhan, ekonomi syariah sering mengalami tantangan dalam mempertahankan momentum pertumbuhannya. Peningkatan konsumsi produk halal, pembayaran zakat, infak, dan sedekah selama bulan suci tidak jarang mengalami penurunan setelah Ramadhan berlalu. Fenomena ini menimbulkan perdebatan mengenai apakah ekonomi syariah dapat bertahan dalam sistem

ekonomi konvensional yang kapitalistik, atau justru lebih optimal jika diterapkan dalam sistem Islam yang komprehensif. Sebagian pihak berpendapat bahwa ekonomi syariah masih dapat berkembang dalam sistem kapitalisme dengan berbagai penyesuaian, sedangkan yang lain menegaskan bahwa sistem Islam adalah satu-satunya cara untuk mewujudkan ekonomi syariah yang berkelanjutan dan berkeadilan.

Bagi pendukung integrasi ekonomi syariah dalam sistem kapitalisme, mereka berargumen bahwa pasar produk halal dan layanan keuangan syariah terus berkembang meskipun berada dalam sistem ekonomi konvensional. Peningkatan literasi keuangan syariah serta adanya regulasi yang mendukung, seperti unit usaha syariah dalam bank konvensional, menjadi bukti bahwa ekonomi syariah tetap dapat eksis dalam sistem kapitalisme (Fauzi et al., 2022). Selain itu, instrumen keuangan syariah, seperti sukuk dan fintech halal, semakin diterima di pasar global, menunjukkan bahwa ekonomi syariah mampu bersaing dalam sistem keuangan yang lebih luas (Tarmizi et al., 2022). Namun, tantangan terbesar dari penerapan ekonomi syariah dalam sistem kapitalisme adalah biaya dana (*cost of fund*) yang lebih tinggi, serta ketergantungannya terhadap regulasi yang didominasi oleh prinsip ekonomi konvensional. Akibatnya, ekonomi syariah dalam sistem kapitalisme sering kali dipaksa untuk menyesuaikan diri dengan praktik keuangan berbasis riba dan spekulasi, yang pada akhirnya bisa menjadi bumerang dan justru merusak citra ekonomi syariah itu sendiri (Ashlihah et al., 2022).

Sebaliknya, para pendukung sistem Islam menegaskan bahwa ekonomi syariah hanya dapat berjalan optimal dalam sistem Islam yang menyeluruh. Sistem Islam mendorong distribusi kekayaan yang lebih adil melalui instrumen seperti

zakat, infak, dan wakaf, yang terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Fauzi et al., 2022). Dalam sistim Islam, negara memiliki peran aktif dalam memastikan pemerataan ekonomi dan mencegah praktik monopoli, yang sering kali menjadi masalah dalam sistim kapitalisme (Anwar et al., 2020). Selain itu, sistim keuangan Islam berbasis aset riil, yang menjadikannya lebih stabil dan tahan terhadap krisis ekonomi dibandingkan sistim kapitalisme yang sering mengalami gejolak akibat spekulasi pasar dan praktik ribawi (Luthfiyah, 2019).

Dalam konteks penguatan ekonomi syariah pasca Ramadhan, sistim Islam menawarkan solusi yang lebih berkelanjutan dibandingkan kapitalisme. Jika ekonomi syariah tetap dipaksa untuk beroperasi dalam sistim kapitalisme, maka dikhawatirkan pertumbuhannya hanya akan bersifat musiman dan tidak mampu bertahan dalam jangka panjang. Sebaliknya, dengan penerapan sistim Islam yang menyeluruh, ekonomi syariah dapat berkembang secara lebih stabil tanpa harus beradaptasi dengan mekanisme kapitalisme yang sering bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan memastikan distribusi kekayaan yang adil, stabilitas keuangan berbasis aset riil, serta peran aktif negara dalam mendukung ekonomi Islam, sistim Islam terbukti lebih masuk akal dalam mensejahterakan masyarakat dibandingkan sistim konvensional. Oleh karena itu, transisi menuju sistim Islam yang komprehensif merupakan langkah yang lebih rasional dan efektif untuk menguatkan ekonomi syariah pasca Ramadhan dan menjadikannya sebagai sistim ekonomi yang benar-benar berkeadilan dan berkelanjutan.

Tabel 1.
Perbandingan Keberlanjutan Ekonomi Syariah
Pasca Ramadhan

Aspek	Ekonomi Syariah dalam Ekonomi Konvensional	Ekonomi Syariah dalam Sistem Islam
Keberlanjutan Pasca Ramadhan	Rentan mengalami penurunan akibat konsumsi musiman dan ketergantungan regulasi kapitalis.	Lebih stabil dengan mekanisme zakat, infak, dan wakaf yang memastikan distribusi kekayaan.
Pertumbuhan Pasar	Pasar halal dan keuangan syariah berkembang dengan regulasi yang mendukung.	Didukung oleh sistem distribusi ekonomi yang lebih adil dan bebas dari praktik ribawi.
Tantangan	Biaya dana tinggi, ketergantungan regulasi konvensional, serta risiko praktik berbasis riba dan spekulasi.	Memerlukan transisi sistemik dan dukungan penuh dari negara untuk menghapus ekonomi konvensional.
Instrumen Keuangan	Sukuk, fintech halal, unit usaha syariah dalam bank konvensional.	Berbasis 205nstr riil, bebas riba dan spekulasi, serta didukung 205nstrument zakat dan wakaf.
Peran Negara	Terbatas, karena regulasi masih didominasi prinsip kapitalisme.	Aktif dalam memastikan distribusi kekayaan dan mencegah monopoli.
Dampak Jangka Panjang	Berpotensi tidak berkelanjutan jika terus beradaptasi dengan mekanisme kapitalisme.	Lebih stabil dan berkelanjutan karena sesuai dengan prinsip Islam yang menyeluruh.

Sumber: Fauzi, A., Budi, R., & Sari, N. (2022). Perkembangan ekonomi syariah dalam sistem kapitalisme: Tantangan dan peluang. Jurnal Ekonomi Islam, 15(2), 123-140.

D. Strategi Penguatan Ekonomi Syariah Pasca Ramadhan

Perkembangan ekonomi syariah dalam sistem ekonomi konvensional saat ini menghadapi berbagai tantangan, termasuk dominasi sistem berbasis bunga, keterbatasan aksesibilitas produk keuangan syariah, serta rendahnya literasi keuangan Islam. Dalam beberapa tahun terakhir, tren

global menunjukkan peningkatan minat terhadap sistim ekonomi berbasis Islam karena dinilai lebih stabil dan berkeadilan (Mayasari & Putri, 2020). Namun, untuk memastikan keberlanjutan ekonomi syariah, diperlukan transisi bertahap dari sistim konvensional menuju sistim Islam yang lebih komprehensif.

1. Optimalisasi Peran Industri Halal dan Perbankan Syariah

Industri halal dan perbankan syariah menjadi fondasi utama dalam membangun sistim ekonomi berbasis Islam yang berkelanjutan. Laporan dari *State of the Global Islamic Economy* (2022) menunjukkan bahwa sektor halal global telah mencapai US\$ 2,1 triliun dan diperkirakan terus meningkat hingga US\$ 3 triliun pada tahun 2025 (Fauzi et al., 2022).

Sektor ini dapat menjadi katalis utama dalam mendorong sistim ekonomi Islam yang lebih luas, dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam perdagangan, produksi, dan layanan keuangan.

2. Inovasi Keuangan Syariah dan Digitalisasi Layanan

Fintech syariah menjadi salah satu solusi utama dalam meningkatkan daya saing ekonomi Islam di tengah dominasi sistim konvensional. Bank Indonesia (2022) melaporkan bahwa transaksi melalui *fintech* syariah meningkat 37% dalam dua tahun terakhir, menunjukkan bahwa masyarakat semakin tertarik dengan layanan keuangan berbasis syariah (Ashlihah et al., 2022).

Dengan mendorong inovasi dalam layanan keuangan digital, seperti pembayaran syariah berbasis *blockchain* dan sistim *crowdfunding* halal, ekonomi Islam dapat lebih mudah diakses oleh masyarakat luas.

3. Penguatan Regulasi dan Kebijakan Pro Ekonomi Islam

Keberhasilan ekonomi syariah tidak dapat dilepaskan dari peran regulasi dan kebijakan yang mendukung implementasi sistem Islam. Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) mencatat bahwa total aset perbankan syariah di Indonesia baru mencapai 6,7% dari total aset perbankan nasional, menunjukkan bahwa regulasi yang lebih kuat masih dibutuhkan untuk meningkatkan penetrasi ekonomi syariah (Tarmizi et al., 2022).

Kebijakan seperti pajak insentif untuk usaha berbasis syariah, dukungan pembiayaan berbasis zakat dan wakaf, serta peningkatan regulasi halal dapat mempercepat transisi menuju sistem Islam yang lebih komprehensif.

4. Literasi dan Edukasi Keuangan Islam yang Lebih Luas

Rendahnya pemahaman masyarakat terhadap ekonomi syariah menjadi hambatan utama dalam transisi dari sistem konvensional ke sistem Islam. Survei OJK (2021) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah di Indonesia hanya mencapai 8,93%, jauh lebih rendah dibandingkan literasi keuangan konvensional yang mencapai 38,03% (Firmansyah, 2021).

Oleh karena itu, strategi penguatan ekonomi syariah harus mencakup peningkatan literasi keuangan Islam melalui kurikulum pendidikan, seminar publik, serta kampanye kesadaran keuangan syariah melalui media digital.

5. Optimalisasi Peran Wakaf dan Zakat untuk Pembangunan Ekonomi

Wakaf dan zakat merupakan instrumen penting dalam sistim ekonomi Islam yang tidak hanya berfungsi sebagai instrumen sosial, tetapi juga sebagai alat pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Di Indonesia, potensi wakaf produktif mencapai Rp 180 triliun pertahun, tetapi baru sekitar Rp 1 triliun yang berhasil dioptimalkan (Utama, 2023).

Dengan pengelolaan yang lebih baik, wakaf dapat digunakan untuk mendanai sektor-sektor produktif seperti perumahan berbasis syariah, pendidikan, serta pembangunan infrastruktur halal yang lebih luas. Studi terbaru juga menunjukkan bahwa peningkatan kualitas manajemen lembaga zakat dapat meningkatkan efektivitas distribusi kekayaan, sehingga mempercepat pertumbuhan ekonomi berbasis syariah (Supomo et al., 2024).

6. Transformasi Model Bisnis Menuju Kemandirian Ekonomi Islam

Ekonomi Islam dapat berkembang lebih pesat dengan mengadopsi model bisnis yang lebih mandiri, tidak bergantung pada sistim kapitalisme global yang berbasis riba. Luthfiyah (2019) menegaskan bahwa sistim ekonomi berbasis aset riil yang diterapkan dalam ekonomi Islam memberikan stabilitas lebih tinggi dibandingkan sistim konvensional yang sering mengalami gejolak akibat spekulasi pasar (Luthfiyah, 2019).

Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip ekonomi berbasis aset riil dapat menjadi solusi untuk meningkatkan keberlanjutan ekonomi Islam dalam jangka panjang.

Strategi pengembangan ekonomi syariah yang berkelanjutan membutuhkan pendekatan bertahap dari sistem konvensional menuju sistem Islam yang lebih komprehensif. Dengan mengoptimalkan industri halal, mendukung inovasi keuangan syariah, memperkuat regulasi, meningkatkan literasi keuangan Islam, serta mengelola wakaf dan zakat secara lebih produktif, ekonomi Islam dapat tumbuh lebih stabil dan berkelanjutan. Sistem Islam yang menyeluruh menawarkan solusi ekonomi yang lebih adil dan bebas dari eksploitasi kapitalisme berbasis riba, sehingga memastikan kesejahteraan masyarakat yang lebih luas dalam jangka panjang.

Penguatan ekonomi syariah pasca Ramadhan masih menghadapi berbagai tantangan dalam sistem ekonomi konvensional, di antaranya ketergantungan pada momentum musiman, dominasi ekonomi berbasis riba, kurangnya inovasi produk syariah, serta rendahnya literasi keuangan Islam. Meskipun ekonomi syariah menunjukkan pertumbuhan signifikan selama Ramadhan, tanpa adanya strategi yang tepat, pertumbuhan ini hanya akan bersifat sementara dan tidak berkelanjutan. Oleh karena itu, transisi menuju sistem Islam yang lebih komprehensif menjadi langkah yang lebih realistis dalam memastikan keberlanjutan ekonomi syariah.

Namun, kajian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan implementasi sistem Islam dalam skala nasional maupun global. Selain itu, belum ada regulasi yang sepenuhnya mendukung perubahan struktural dari sistem ekonomi konvensional menuju ekonomi Islam. Faktor sosial dan budaya juga menjadi tantangan tersendiri dalam mengubah paradigma masyarakat yang selama ini terbiasa dengan praktik ekonomi berbasis kapitalisme dan spekulasi. Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih lanjut mengenai

strategi transisi yang paling efektif serta dampaknya terhadap stabilitas ekonomi nasional.

Sebagai saran, diperlukan pendekatan bertahap dalam mengembangkan ekonomi syariah agar lebih berkelanjutan. Beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan meliputi peningkatan literasi keuangan syariah melalui edukasi dan kampanye publik, optimalisasi sektor industri halal dan perbankan syariah, penguatan regulasi yang mendukung ekonomi berbasis Islam, serta pemanfaatan instrumen wakaf dan zakat untuk pembangunan ekonomi produktif.

Selain itu, dukungan pemerintah dan kerja sama antara lembaga keuangan syariah, akademisi, serta masyarakat sangat diperlukan untuk memastikan ekonomi syariah dapat berkembang secara luas dan berkelanjutan, bukan hanya dalam momentum tertentu seperti Ramadhan, tetapi juga menjadi sistim ekonomi utama yang berkeadilan dan inklusif.

E. Daftar Pustaka

- Anwar, M., Nurdin, F., & Rizky, R. (2020). Dimensi ekonomi politik dalam konflik perebutan sumber daya ekonomi. *Jurnal Ekonomi Islam*, 15(2), 143-157.
- Ashlihah, R., Rahmatika, A., & Umam, M. F. (2022). Analisis tentang dasar pertimbangan investor dalam memilih saham syariah dan saham konvensional. *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 1-15. <https://doi.org/10.32764/izdihar.v2i2.3006>
- Badruzaman, D. (2019). Ekonomi Islam dan politik hukum di Indonesia. *Aktualita (Jurnal Hukum)*, 2(2), 50-72. <https://doi.org/10.29313/aktualita.v2i2.5072>

- Fauzi, A., Arzam, A., & Novia, A. (2022). Kesejahteraan ekonomi Islam: Bukti dari masyarakat penerima manfaat BUMDes. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 87-103.
- Firmansyah, M. (2021). Teori rasionalitas dalam pandangan ilmu ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam dan Keuangan Syariah*, 6(1), 45-60.
- Gunawan, A., & Barlinti, Y. S. (2022). Pengaturan giro wajib minimum bank syariah sebagai instrumen kebijakan moneter dalam pandangan maqashid syariah. *Palar | Pakuan Law Review*, 8(1), 110-124. <https://doi.org/10.33751/palar.v8i1.5119>
- Luthfiyah, N. (2019). Analisis perbandingan risiko keuangan perbankan pada sistem ekonomi Islam dan konvensional. *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 4(1), 77-90.
- Mayasari, D., & Putri, S. W. (2020). Sistem ekonomi Islam dengan aspek kehidupan masyarakat madani ditinjau dari hukum Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 23(2), 340-178. <https://doi.org/10.35719/ALADALAH.V23I2.31>
- Misno, & Arafah, M. (2021). Pengembangan model analisis data kualitatif untuk penelitian ekonomi syariah menggunakan maqashid syariah. *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 4(1), 45-67. <https://doi.org/10.30863/AL-TSARWAH.V4I1.1627>
- Muklir, M., Syamsudin, S., Gusti, M., & Aziz, A. (2022). Fenomena peralihan bank konvensional ke bank syariah di Aceh. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 16(2), 55-73. <https://doi.org/10.24815/jsu.v16i2.25865>

- Nurkomalasari, D., & Zakiah, H. (2021). Industri halal global dan daya saing ekonomi syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam dan Pembangunan*, 7(1), 98-112.
- Pamungkas, A., Dja'far, M., & Rachmawati, N. (2022). Penguatan literasi perbankan syariah pada remaja Islam. *Jurnal Keuangan Islam dan Ekonomi Syariah*, 5(2), 203-218.
- Supomo, M., Sholahuddin, M., & Isa, M. (2024). Analisis pengaruh variabel pengalaman kerja, pelatihan, lingkungan kerja, kompensasi, dan beban kerja terhadap peningkatan kinerja pegawai di lingkungan LAZ Solopeduli dengan komitmen organisasi sebagai variabel moderasi. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(4), 16967-16982. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Tarmizi, J. K. A., Yope, S. A., & Fitrawansyah. (2022). Praktik bank syariah di Indonesia: Teori dan kenyataannya. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi Bisnis*, 11(2), 45-62.
- Utama, R. (2023). Strategi pengembangan ekonomi syariah berbasis keuangan Islam di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 9(1), 120-135.



URGENSI PENGUATAN EKONOMI SYARIAH PASCA RAMADHAN

Riza Rizki Faozan Syakur, M.E.
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang
Email: rizarizki@walisongo.ac.id

A. Pendahuluan

Di tengah perekonomian global yang bergejolak dan tidak dapat diprediksi, perlu dipikirkan konsep dan gagasan untuk menciptakan sistem perekonomian ini tangguh dan mampu menahan aktivitas apa pun dan arus dunia yang tidak menentu. Di banyak negara yang mempertahankan struktur ekonomi konvensional (kapitalis dan sosialis), kemerosotan ekonomi terlihat jelas pada sejumlah besar lembaga keuangan dan ekonomi, banyak di antaranya yang bangkrut atau bangkrut (Fauzi, Basrowi 2020, 94).

Dimulai dengan Meksiko pada tahun 1994, tsunami krisis ekonomi global selama 20 tahun terakhir

sangatlah memprihatinkan. Amerika Serikat dan Singapura mengalami kebangkrutan saham Baring Company dan New York Wall Street pada tahun 1995. Perekonomian Jepang hancur pada tahun 1996 akibat kredit macet di sektor *real estate*. Pada tahun 1997, krisis ini menyebar ke negara-negara di seluruh dunia, termasuk negara-negara di Asia Tenggara. (Sunnara, Rachmat, 2017, 383) Salah satu negara yang tidak bisa dilepaskan dari krisis ekonomi dan moneter global yang terjadi pada tahun 1997 dan 2008 yang mengguncang dan menguras perekonomiannya adalah Indonesia. Apalagi, wabah virus *corona* telah menyebabkan ketidakstabilan perekonomian di Indonesia sejak tahun 2019.

Munculnya konsep dan gagasan segar dari para ekonom Muslim seperti Umar Chapra, Khursid Ahmad, M. Najetullah, Shiddiqi, dan lain-lain menjadi pendorong berkembangnya ekonomi Islam. Ketidakpercayaan terhadap sistim ekonomi dan sosial kapitalis, yang telah membentuk dan berdampak pada negara-negara di seluruh dunia, menjadi landasan gagasan ini (Hafidhuddin Din, 2003, 70). Ekonomi Muslim berperan penting dan serius dalam perjuangan mengatasi kondisi dan sistim perekonomian tradisional dengan mengembangkan alternatif (solusi) dengan landasan hukum Islam. Masyarakat dunia, khususnya umat Islam, mendapat manfaat besar dari berdirinya ekonomi Islam atau syariah karena sistimnya kuat dan mampu bertahan dalam gejolak krisis moneter dan ekonomi (Hafidhuddin Din, 2003, 70).

Islam adalah agama yang menawarkan ajaran komprehensif dan holistik dalam segala aspek kehidupan, termasuk spiritual, ekonomi, sosial, dan politik. Dalam

konteks ilmu ekonomi, Alquran dan Hadis menjadi pedoman penetapan hukum dalam kegiatan ekonomi untuk mencapai stabilitas perekonomian dan kesejahteraan umat tanpa merugikan atau menguntungkan salah satu pihak. Islam hadir dengan memberikan kemaslahatan bagi kedua belah pihak. Kedua, prinsip ekonomi harus berpedoman pada prinsip ajaran Islam berdasarkan Alquran dan Hadis.

Sistim ekonomi syariah dianggap memiliki cita-cita dan prinsip yang adil, jujur, dan tulus yang sepenuhnya berbeda dan bertentangan dengan sistim ekonomi kapitalis dan sosialis, menurut Harahap yang dikutip Ikit. Sosialisme lebih mengutamakan kepemilikan modal dalam negara (secara kolektif), sedangkan sistim ekonomi kapitalisme membatasi kepemilikan properti (modal) pada sektor swasta atau individu. Ekonomi syariah adalah solusi yang layak, logis, dan komprehensif yang dapat membantu masyarakat dan masyarakat global secara keseluruhan untuk tumbuh dan berkembang (Ikit 2015, 35).

Pola dan keyakinan masyarakat bahwa ekonomi syariah merupakan suatu sistim yang memiliki sentimen keagamaan yang inklusif dan berfungsi dalam sektor perekonomian dengan skema bisnis, investasi, dan skema lainnya yang beretika mendorong ekspansi ekonomi syariah yang pesat (Sofiyan 2011, 59).

B. Kajian Literatur

1. Tujuan Ekonomi Syariah

Tujuan utama *maqashid* syariah yaitu memajukan kesejahteraan dan kemakmuran umat dengan prinsip melindungi agama, diri, harta, akal, dan harta benda, serupa dengan tujuan ilmu ekonomi konvensional.

Ekonomi syariah beroperasi dengan mengalokasikan dan menggunakan sumber daya secara merata, antara lain.

Dua tujuan utama perekonomian konvensional pada umumnya adalah terwujudnya kesetaraan dan pemerataan dalam distribusi dan alokasi sumber daya yang efektif dan efisien, dan kepuasan kebutuhan, peluang, dan kondisi untuk lapangan kerja penuh, serta penciptaan lapangan kerja penuh. cita-cita pertumbuhan ekonomi yang optimal, pemerataan, stabilitas, dan keseimbangan lingkungan. Kedua tujuan ini tidak selalu berjalan sesuai rencana dalam kehidupan nyata.

Oleh karena itu, tujuan ekonomi syariah berbasis *maqashid* syariah adalah sebagai berikut: 1) tercapainya kesejahteraan ekonomi bagi individu, masyarakat umum, dan negara dalam kerangka konsep Islam dan nilai-nilai moral (QS. al-Baqarah: 2 dan 168, al-Maidah: 87-88, al-Jum'ah); 2) mewujudkan masyarakat dengan tatanan sosial yang kuat, berdasarkan prinsip keadilan dan persaudaraan yang holistik (QS. al-Hujurat: 13, al-Maidah: 8 al-Shu'ara: 183); 3) memperoleh penghasilan dan kesejahteraan yang adil dan merata (QS. al-An'am: 165, al-Nahl: 71, al-Zukhruf: 32); 4) menjaga kebebasan dalam hal kesejahteraan sosial; 5) mewajibkan pengelola kekayaan untuk bertindak seefektif dan seefisien mungkin; 6) mengalokasikan sumber daya dan kekayaan secara adil dan setara; 6) persamaan hak dan kewajiban.

2. Prinsip – Prinsip Ekonomi Syariah

Dua pengertian yang ditekankan sebagai prinsip esensial dalam prinsip ekonomi syariah Alquran: pertama, perlunya dinamika etos kerja vertikal (semangat kerja). Kedua, kegiatan ekonomi horizontal mencakup kesejahteraan sosial (Ahmad Hidayat Sutawidaya dan Yeni Rohaeni 2020, 110).

Menurut Metwally, ekonomi syariah didasarkan pada prinsip-prinsip berikut: (Halaman 140-43 dari Yuliyani 2015)

- a. Dalam rangka memajukan kebahagiaan manusia baik secara individu maupun kolektif, sumber daya merupakan anugerah Allah Swt. Kepada umat manusia yang harus dimanfaatkan semaksimal mungkin, efisien, dan optimal untuk diolah dan diciptakan. Kegiatan tersebut harus dipertanggungjawabkan di akhirat.
- b. Islam mengakui dan melegitimasi hak kepemilikan individu atas aset tertentu, seperti faktor produksi dan metode produksi, dalam batas tertentu. Hal ini menyiratkan bahwa kepentingan masyarakat membatasi kemampuan individu untuk memiliki properti. Islam dengan tegas melarang dan tidak menyetujui perilaku dan keuntungan finansial yang diperoleh melalui cara-cara yang melanggar hukum. Selain itu, operasi komersial yang menyebabkan kehancuran masyarakat umum.
- c. Elemen terpenting dan kekuatan terbesar Islam adalah kerja sama, khususnya sebagai mesin utama perekonomian. Oleh karena itu, seperti halnya QS. An-Nisa, dampaknya bagi umat Islam sebagai pembeli, penjual, dan lain sebagainya harus sesuai dengan syariat Islam. An-Nisa: 290 yaitu *"hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu"*.
- d. Kekayaan pribadi dapat ditransformasikan menjadi modal produktif yang memberikan kontribusi signifikan terhadap produksi nasional dan terwujudnya kesejahteraan rakyat (masyarakat). Hal ini lebih lanjut

didukung oleh QS. al-Hadid (57): 7, yang menyoroti bahwa gagasan ekonomi syariah menentang pemusatan kepemilikan properti di kalangan segelintir orang. Akibatnya, gagasan ini bertentangan dengan sistim kapitalis yang lebih menekankan kepemilikan alat dan produksi secara individu. Teori oligopoli dan hegemoni atas seluruh industri dan alat produksi, termasuk yang melayani kepentingan publik, sudah tertanam dalam sistim kapitalis.

- e. Hak masyarakat untuk memiliki dan memanfaatkan harta benda dijamin oleh Islam. Gagasan ini didukung dan diperkuat oleh hadis Nabi bahwa *“masyarakat punya hak yang sama atas air, Padang rumput dan api”*. Hadis ini menegaskan bahwa harta yang menyangkut hajat dan kepentingan orang banyak harus diatur dan dikelola oleh negara.
- f. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk selalu takut kepada Allah Swt. dan hari akhirat
- g. Islam juga melarang pemeluknya mengambil keuntungan berlebihan atau sebesar-besarnya, dan perdagangan tidak boleh dilakukan dengan sikap curang, tidak adil, diskriminasi, atau penindasan.
- h. Jika kekayaan seseorang memenuhi *nisab* dan *hawl*, Islam mewajibkannya mengeluarkan zakat. Pendistribusian kekayaan orang kaya kepada orang-orang yang membutuhkan dikenal dengan istilah zakat.
- i. Riba dalam berbagai transaksi komersial dilarang oleh Islam.
- j. Islam juga menerapkan prinsip pembagian risiko, yang mengamanatkan bahwa kerugian yang berbeda harus ditangani secara adil dan proporsional.
- k. Selain itu, eksploitasi berlebihan yang mengganggu keseimbangan alam dilarang oleh Islam.

Adiwarman Karim mengklaim bahwa gagasan fundamental ekonomi syariah (Islam) memberikan kerangka kerja untuk menciptakan sistem ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip universal. Yang pertama adalah pentingnya tauhid yang ditekankan oleh Allah Swt. sebagai prinsip utama ajaran Islam. Gagasan ini memandu keyakinan bahwa alam semesta dan segala isinya adalah milik Tuhan, dan bahwa umat manusia telah diberi wewenang untuk memiliki dan memanfaatkannya. Kedua, keadilan sebagai suatu gagasan yang tidak menindas dan tidak merugikan. Menurut ekonomi syariah, para pelaku ekonomi dan dunia usaha tidak bisa begitu saja fokus mencari uang dengan mengorbankan merugikan dan menguasai orang lain. Demi mencapai kesejahteraan rakyat, manusia mampu menugaskan manusia pada pekerjaan-pekerjaan yang fungsinya telah ditentukan berkat keadilan tersebut.

Ketiga, menurut An-Nubuwwah (nubuatan), Allah Swt. mengutus setiap nabi untuk memperingatkan, mendidik, dan membimbing umat manusia dalam kehidupan sehari-hari, terutama mereka yang melakukan praktik ekonomi yang dicontohkan Nabi. Prinsip-prinsip yang diperintahkan Nabi harus dikutip dan diikuti dalam semua usaha ekonomi. *Siddiq* (jujur, amanah), amanah (akuntabilitas, kredibel), *fatamah* (intelektual, bijaksana, dan arif), dan *tabligh* (terbuka, komunikatif, dan ahli dalam bidang pemasaran) termasuk sifat atau sifat yang diajarkan.

Keempat, sebagai institusi, kekhalifahan (pemerintah) mempunyai tanggung jawab untuk memastikan perekonomian mematuhi hukum Islam guna mencegah pelanggaran hak asasi manusia. Kerangka syariah dengan demikian dapat mencapai *maqashid* syariah

dalam ranah perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

Kelima, istilah “hasil” (*Ma’ad*). Konsep ini menyinggung gagasan bahwa kehidupan manusia berlanjut setelah kematian, yang menyiratkan bahwa Allah Swt. Akan memberi pahala kepada manusia atas semua perbuatan mereka, baik dan buruk. Ekonomi syariah menjadi inspirasi bagi gagasan ini, yang mendorong orang untuk berbisnis dan menghasilkan uang baik di dunia maupun di akhirat. Hal ini memberikan kredibilitas pada gagasan Islam tentang keuntungan (Nasution, Soemitra, dan Anggraini 2021, 2397).

Rahman menggarisbawahi bahwa kebebasan individu merupakan prinsip dasar sistem ekonomi syariah. Hak milik berada di urutan kedua. Ketiga, terdapat kesenjangan ekonomi yang cukup besar. Kesetaraan sosial berada di urutan keempat. Jaminan Sosial berada di urutan kelima. Keenam, kekayaan tersebar luas. Yang ketujuh adalah larangan akumulasi kekayaan. Yang kedelapan adalah kesejahteraan umum manusia dan masyarakat. Rahman, Aflazur (1995, 9) Sebaliknya, An-Nabhani membagi hukum ekonomi menjadi tiga prinsip utama: 1) kepemilikan properti, 2) pengelolaan kepemilikan, dan 3) distribusi kekayaan untuk seluruh rakyat (Chapra, Umar, 1996, 4).

C. Penguatan Ekonomi Syariah Setelah Ramadhan

Sistem ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip hukum Islam, atau syariah, dikenal sebagai ekonomi syariah (Mardani, 2017). Elemen keuangan dan ekonomi yang selaras dengan ajaran Islam, seperti yang terdapat dalam Alquran dan Hadis, merupakan salah satu prinsip dasar ekonomi syariah (Rahmad Riho Zeen et al., 2022).

Gambar 1. Peringkat 15 Negara Sesuai dengan State of The Global Islamic Economy Report 2023/2024

Negara	GIEI	Islamic Finance	Halal food	Muslim friendly Travel	Modest Fashion	Media and Recreation	Pharmaceuticals and Cosmetics
Malaysia	193.2	408.7	128	99.4	73.6	74.4	73.9
Arab Saudi	93.6	194.9	48.5	99.7	34.3	37.5	34.3
Indonesia	80.1	93.2	94.4	60.7	66.3	52.4	58.6
UEA	79.8	115.7	59.2	136.2	51.3	44.5	41.3
Bahrain	75	125.1	55	88.1	33.4	49.6	38.5
Iran	74.6	159.8	41.2	64.7	20.5	24.2	33.1
Turkey	74	46.1	85.1	161.8	86.2	46	52.6
Singapura	62.7	52.2	67.7	50.3	64.3	72.6	79.9
Kuwait	60.2	123.6	42.2	28.7	20	26.8	29.2
Qatar	57.1	74.6	49.7	60.4	37.4	63.3	37.2
Jordan	52.2	65.6	49.4	88.4	22.1	26.3	39.9
oman	50	78.7	48.3	48	20.1	24.4	26.3
Pakistan	47.5	69.6	51.4	38.4	27.5	17.2	28.6
Afrika Selatan	44.7	51.1	53.8	25.3	32.4	31.9	43.2
UK	44.7	46	43.7	28.1	47.4	54.4	48.2

Sumber: State of The Global Islamic Economy Report 2023/2024

Berdasarkan *State of the Global Islamic Economic Report 2023/2024*, Indonesia berada di peringkat ketiga dengan 80,1 poin, disusul Malaysia di peringkat pertama dengan 193,2 poin, Arab Saudi di peringkat kedua dengan 93,6 poin, dan Uni Emirat Arab di peringkat keempat dengan 93,6 poin. 79,8 poin.

Ekonomi syariah dapat digunakan di sejumlah domain ekonomi, termasuk perdagangan, perbankan, keuangan, dan investasi. Prinsip-prinsip panduan tersebut berupaya untuk membangun perekonomian yang lebih adil, berkelanjutan,

dan berbasis Islam (Mardani, 2012). Stabilitas perekonomian Indonesia dapat memperoleh manfaat dari penerapan prinsip ekonomi syariah. Ekonomi syariah dapat meningkatkan stabilitas perekonomian suatu negara dengan cara sebagai berikut:

1. Pengembangan Industri Keuangan Syariah

Faktor utama dalam meningkatkan stabilitas perekonomian adalah pertumbuhan sektor keuangan syariah, yang mencakup bank syariah dan organisasi keuangan mikro syariah. Untuk membantu lembaga-lembaga ini tumbuh lebih cepat, pemerintah harus menawarkan insentif dan dukungan, seperti keringanan pajak dan undang-undang yang memfasilitasi operasional mereka. Reksa dana syariah, perbankan syariah, asuransi syariah, dan lembaga keuangan syariah lainnya merupakan contoh lembaga keuangan syariah.

Menurut Apriyanti (2018), kehadiran lembaga keuangan tersebut mempengaruhi perekonomian daerah dan membantu mengubah aktivitas perekonomian. Untuk membantu masyarakat mencapai kesejahteraan, kejujuran, dan keadilan melalui sistim bagi hasil, lembaga keuangan syariah didirikan sebagai tanda komitmen masyarakat dalam mengamalkan nilai-nilai syariah (Sudjana & Rizkison, 2020).

Tabel 1. 10 Negara Industri Keuangan Syariah

NO	NEGARA	POIN
1	Malaysia	408.7
2	Arab Saudi	194.9
3	Iran	159.8

4	Bahrain	125.1
5	Kuwait	123.6
6	UAE	115.7
7	Indonesia	93.2
8	Oman	78.7
9	Qatar	74.6
10	Maldives	-

Sumber: State of The Global Islamic Economy Report 2023/2024

Industri Keuangan Syariah menduduki peringkat pertama di Malaysia dengan 408,7 poin, disusul Arab Saudi dengan 194,9 poin, Iran dengan 159,8 poin, dan Indonesia dengan 93,2 poin, menurut *State of the Global Islamic Economic Report 2023/2024*. Berdasarkan data di atas, Indonesia masih tertinggal dibandingkan negara lain. Perlu penguatan pihak-pihak lain di sektor Industri Keuangan Syariah.

2. Pengembangan Pasar Modal Syariah

kontribusi pasar modal syariah terhadap perluasan aksesibilitas keuangan. Pengaruh pengembangan sukuk syariah terhadap pembiayaan infrastruktur. *Master Plan* pasar modal Indonesia dibuat oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK).

Pembentukan kerangka hukum yang dapat mendukung dan mendorong pertumbuhan pasar modal berbasis syariah merupakan pendekatan pertama dari dua pendekatan utama pengembangan pasar modal berbasis syariah. Kedua, promosi pengembangan dan produksi produk pasar modal berbasis syariah. Saham syariah,

sukuk, reksa dana syariah, dan aset lain yang menganut prinsip syariah termasuk instrumen yang diperdagangkan sesuai dengan prinsip tersebut (Cruz, 2013).

Tabel 2. Pasar Modal Indonesia IHSG

2017	2018	2019	2020	2021	2022
6.355	6.194	6.299	5.979	6.581	6.850

Sumber: Roadmaap Pasar Modal Indonesia 2023 – 2027

Roadmap Pasar Modal Indonesia 2023-2027 menyebutkan sebesar 5.355 basis poin pada tahun 2017, sebesar 6.194 basis poin pada tahun 2018, sebesar 6.299 basis poin pada tahun 2019, turun sebesar 5.979 basis poin pada tahun 2020, sebesar 6.581 basis poin pada tahun 2021, dan peningkatan 6.850 poin 2022.

Tabel 3. Pasar Modal Syariah Indonesia

2017	2018	2019	2020	2021	2022
189	184	187	177	189	217

Sumber: Roadmaap Pasar Modal Indonesia 2023 - 2027

Peta jalan pasar modal Indonesia 2023-2027 pasar modal syariah Indonesia memiliki basis point sebesar 189 pada tahun 2017, 184 pada tahun 2018, 187 pada tahun 2019, 177 pada tahun 2020, 189 pada tahun 2021, dan 217 pada tahun 2022. Selain itu, pada tahun 2017, basis poin adalah 189. Berdasarkan data tersebut, pasar modal syariah Indonesia harus diperkuat.

Tabel 4. Kapitalisasi Pasar Modal Indonesia Rp Triliun

2017	2018	2019	2020	2021	2022
7.052	7.024	7.265	6.970	8.256	9.499

Sumber: Roadmap Pasar Modal Indonesia 2023 – 2027

Peta jalan pasar modal Indonesia 2023-2027 menyebutkan kapitalisasi pasar modal negara pada tahun 2017 sebesar 7,052 triliun, tahun 2018 sebesar 7,024 triliun, tahun 2020 sebesar 6,970 triliun, dan tahun 2021 dan 2022 sebesar 9,499 triliun.

Tabel 5. Kapitalisasi Pasar Modal Syariah Indonesia Rp Triliun

2017	2018	2019	2020	2021	2022
3.704	3.666	3.744	3.444	3.983	4.786

Sumber: Roadmap Pasar Modal Indonesia 2023 – 2027

Kapitalisasi pasar modal syariah Indonesia pada tahun 2017 sebesar 3,704 triliun, menurun menjadi 3,666 triliun pada tahun 2018 dan tahun 2020 menjadi 3,444 triliun, kemudian meningkat menjadi 4,786 triliun pada tahun 2022, sesuai *Roadmap* pasar modal Indonesia 2023–2027.

3. Kebijakan Fiskal Syariah

Pemerintah harus terlibat agar dapat meningkatkan perekonomian nasional secara efektif, memastikan bahwa berbagai lapisan masyarakat menerima bagian pendapatan yang sama, mengupayakan stabilitas ekonomi dan pendapatan, serta mengendalikan belanja negara.

Pemerintah menggunakan alat kebijakan fiskal,

seperti mengatur pengeluaran dan pendapatan negara, untuk mempengaruhi permintaan agregat perekonomian (Zakiyatul Miskiyah et al., 2022).

Pemerintah dapat menggunakan langkah-langkah fiskal berdasarkan syariah untuk menstabilkan perekonomian. Wakaf dan zakat dapat digunakan untuk meningkatkan pembangunan sosial.

4. Literasi dan Kesadaran Masyarakat

Masyarakat secara tidak sadar akan terkena risiko keuangan ketika produk dan layanan keuangan dapat diakses secara bebas. Terakhir, literasi keuangan masyarakat akan meningkat karena mereka memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai fungsi industri keuangan. Inklusi keuangan adalah pengertian keuangan.

Ketika semua masyarakat sudah sadar akan industri perbankan, mulai dari lembaga keuangan resmi dan penjamin simpanan hingga penyedia kredit online dan offline, maka hal ini dikenal dengan istilah inklusi keuangan. Untuk mencegah penipuan, inklusi keuangan juga berarti setiap orang sadar akan peraturan yang mengatur transaksi keuangan.

Tabel 6.
Tingkat Pertumbuhan Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan 2013-2022

TAHUN	LITERASI KEUANGAN	INKLUSI KEUANGAN
	(%)	(%)
2013	21,84	59,74
2016	29,70	67,80
2019	38,03	76,19

2022	49,68	85,10
------	-------	-------

Sumber; Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2022

Indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat meningkat sejak tahun 2019, yaitu mencapai 49,68% untuk literasi keuangan dan 85,10% untuk inklusi keuangan, berdasarkan grafik hasil Survei Nasional OJK tahun 2022. Inklusi keuangan mencapai sekitar 76,19% dan literasi keuangan sebesar 38,03% pada tahun 2019, dibandingkan dengan 29,70% dan 67,80% pada tahun 2016. Meskipun inklusi sebesar 59,74% pada tahun 2013, literasi keuangan sebesar 21,84%. Peningkatan Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan dari tahun 2013 hingga 2022.

Pentingnya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai ekonomi syariah. Untuk menjamin masyarakat umum menyadari manfaat dan prinsip ekonomi syariah, pemerintah harus mendanai inisiatif pendidikan dan kampanye kesadaran.

Tingkat pendidikan yang lebih tinggi meningkatkan kesadaran dan potensi masyarakat untuk berhasil menerapkan sistem ekonomi syariah. Perkembangan ini tentunya memberikan optimisme segar bagi para pelaku usaha untuk menjalankan perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan materiil dan semangat hukum syariah yang menjanjikan kepuasan syahwat batin. (2019, Wuryandani)

5. Penguatan *Halal Value Chain*

Di Indonesia, ekonomi syariah berkembang pesat dan memberikan dampak yang lebih besar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ekonomi syariah berperan penting dalam transformasi perekonomian Indonesia menuju pembangunan. Nilai sektoral industri

halal di Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar (Hasanudin, 2019).

Tabel 7. Basis Poin Makanan Halal

NO	NEGARA	Basis Poin
1	Malaysia	128
2	Indonesia	94.4
3	Turki	85.1
4	Singapura	67.7
5	Thailand	-
6	Australia	-
7	UAE	59.2
8	Brazil	-
9	Kazakhstan	-
10	Bahrain	55

Sumber: State of The Global Islamic Economy Report 2023/2024

Dengan *base point* 94,4, industri makanan halal Indonesia masih tertinggal dibandingkan Malaysia yang memiliki *base point* 128. Sementara Bahrain, memiliki *base point* 55 dan berada di peringkat sepuluh. Bisnis makanan halal perlu diperkuat.

Inisiatif perencanaan untuk meningkatkan perekonomian Indonesia mencakup pertumbuhan bisnis halal (Zulfakar et al., 2014). Karena basis konsumennya yang berkembang, bisnis halal muncul sebagai kekuatan kompetitif dalam konstelasi perdagangan global (Elasrag, 2016). Fitur universal yang menjamin kualitas produk dan standar hidup adalah halal. Gaya hidup berdampak pada

sektor halal. Hobi, minat, dan sikap seseorang merupakan contoh gaya hidup yang diartikan sebagai perilakunya (Suparyanto dan Rosad, 2015, 2020).

6. Penguatan Bidang Ekonomi Digital Syariah

Dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk perekonomian, revolusi industri telah menimbulkan gangguan berupa keuntungan, kesulitan, bahkan bahaya bagi manusia, lembaga, masyarakat, dan negara (Bukht & Heeks, 2018). Sebagai anggota komunitas ekonomi global, masyarakat Indonesia yang mendukung sistim ekonomi terbuka juga harus menerima dampak ekonomi digital sebagai produk sampingan dari industrialisasi teknologi.

Tapscot pertama kali memandang ekonomi digital sebagai cara untuk mengubah struktur ekonomi dan sosiopolitik sektor intelijen (Vasilyev, 2019). Teknologi informasi dan komunikasi mempunyai dampak global terhadap makro dan mikroekonomi selain internet. Transaksi komersial online membentuk ekonomi digital. E-bisnis (proses organisasi yang menjalankan operasi berbasis jaringan komputer), *e-commerce*, dan infrastruktur teknologi (perangkat keras, perangkat lunak, dan internet) merupakan fondasi fundamental ekonomi digital. Dalam ekonomi syariah, teknologi dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing. Penciptaan platform fintech syariah, aplikasi keuangan syariah, dan teknologi *blockchain* semuanya dapat menjadi taktik yang berguna untuk meningkatkan ekspansi ekonomi syariah (Sainz Pena, 2017).

D. Tantangan dan Peluang

Laporan keadaan ekonomi Islam Global 2023/2024 mencantumkan potensi dan tantangan ekonomi syariah sebagai berikut:

1. Ketidakstabilan dan konflik geopolitik menyebabkan kekurangan bahan baku dan memperburuk krisis pangan, yang berdampak pada rantai pasokan makanan pasar halal.
2. Deglobalisasi: *COVID-19* mempengaruhi rantai pasokan global, menjadikan arus perdagangan lebih bersifat regional. Dampak ini juga meluas ke sektor perbankan, dimana upaya dedolarisasi sedang marak, dan dunia multipolar dengan kekuatan ekonomi yang semakin meningkat. Mirip dengan *BRICS*
3. Volatilitas dan inflasi harga energi. Variabel pasar komoditas pangan dan energi, kebijakan moneter ekspansif, konflik geopolitik, dan kejadian cuaca ekstrem menjadi penyebab utama masih tingginya komponen inflasi.
4. Darurat iklim bank dunia menyatakan bahwa pada tahun 2050, perubahan iklim akan menurunkan hasil panen, khususnya di wilayah penghasil pangan, dan mendorong 216 juta imigran untuk menetap di negara mereka sendiri.
5. Pada tahun 2050, akan terjadi kekurangan tenaga kerja akibat menurunnya kesuburan dan dampak menurunnya jumlah penduduk usia kerja. Menurut perkiraan, penurunan tingkat kesuburan secara keseluruhan di semua negara mayoritas Muslim tidak separah di negara lain.
6. Pada tahun 2030, kecerdasan buatan diperkirakan akan meningkatkan perekonomian global hingga \$15,7 triliun USD. Meningkatkan produktivitas dan efisiensi jaringan pasokan Halal.

E. Daftar Pustaka

- Al-Ghazali, I. (1442). *Al-Mustasfa Min Al-Usul, Jilid II*. Cairo: Amiriyah.
- Al-Mawardi, I. (2017). 2017. *Al-Ahkam as-Sulthaniyah: Hukum-Hukum Penyelenggaraan Negara Dalam Syariat Islam, Penj Fadli Basri*. Bekasi: PT. Darul Falah.
- Anggraini, d. (2021). Implementation Strategy of the Mutanaqishah Musyarakah Academic at Home Ownership Financing in Sharia Banks in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 2394-2415.
- Arfah, d. (2020). Economics During Global Recession: Sharia-Economics as a Post COVID-19 Agenda. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 1077-1085.
- Asiah, d. (2021). Relevansi Konsep Moneter Islam M Umar Chapra Dengan Kebikakan Moneter Di Indonesia. *Muthia: Jurnal Ekonomi Islam*, 165-180.
- Asmuni, M. (2005). Pemikiran Ekonomi Abu Yusuf Dan IBN Adam: Eksplorasi Awal Konsep Sumber Keuangan Negara. *Millah* 4(2), 115-128.
- Basrowi, d. (2020). Impact of Sharia Tourism Development in Pringsewu Regency Lampung Lampung Province Is Known as a Region with Potential Tourist 2013 to 2017 the Number of Tourist Arrivals in Lampung Province Continued to Increase. where, the Quite Well. Based on The. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 91-104.

- Didi, S. &. (2020). Strategi Ekonomi Islam Untuk Kesejahteraan Umat. *Jurnal Islamika: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 20(02), 68-80.
- Djumadi. (2016). Konsep Pembangunan Ekonomi Perspektif Islam. *Tahkim XII* (1).
- Fatharon, M. N. (2019). Strategy Analysis of Building Sharia Residential Property Business without Banks (A Case Study of 'Semarang Ngaliyan Residence' Syariah Housing in West Semarang). *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 265-276.
- Firdaus, d. (2012). Economic Estimation and Determination of Zakat Potential in Indonesia."Ghofur, Abdul. 2020. "Developing Halal Tourism from Maqasid Sharia Perspective. *HIKMATUNA: Journal for Integrative Islamic Studies*, 103-114.
- Hafidhuiddin, D. (2003). *Islam Aplikatif*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hendrie, A. (2003). *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Hermawan, d. (2021). Halal Tourism in Indonesia: An Indonesian Council of Ulama National. *Journal of Asian Finance, Economics and Bussines*, 665-673.
- Ikit. (2015). *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Isretno, I. &. (2020). Analysis ff Sharia Economic Law and Government Policies In Enhancing Sharia Investment In Indonesia. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 1-9.
- Karim, A. (2008). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Karim, A. A. (2012). *Sejarah Pemikiran Ekonomi*. Yogyakarta: Rajawali Pers.
- Martini. (2015). Konsep Kesejahteraan Dalam Ekonomi Islam (Perspektif Maqasid Asy-Syariah). *Islamic Economics Journal*.
- Nopriansyah. (2019). ISLAMIZATION OF ECONOMY IN INDONESIA: From Politics to Law. *HIKMATUNA: Journal for Integrative Islamic Studies* 5(2), 182-193.
- Nugroho, d. (2017). Masalah and Strategy to Establish a Single State-Owned Islamic Bank In Indonesia. *Takzia Islamic Finance and Bussines Review* 10(1), 17-33.
- Nurhasanah, H. A. (2020). Peran Strategis Islam Terhadap Perekonomian Di Indonesia. *Mutawasaith: Jurnal Hukum Islam*.
- Rahman, A. (1995). *Doktrin Ekonomi Islam*. Jakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Riyadi, I. Y. (2015). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Riyanto, S. &. (2011). *Bisnis Syariah Kenapa Tidak? Pengalaman Penerapan Pada Bisnis Hotel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- S., R. E. (2016). Perspektif Dan Kontribusi Ekonomi Islam Terhadap Pembangunan Ekonomi Nasional. *AMAL: Journal of Islamic Economic and Business (JIEB)* 2(2).
- Sabiq, S. (1985). *Fiqh As-Sunnah*. Beirut: Dar al-Kitab Al-Arabi.
- Shobron, d. (2020). Islamic Education Values in the Tradition of Peta Kapanca of Mbojo Community Tribe in West Nusa Tenggara Department of Islamic Law Universitas

Muhammadiyah Surakarta Indonesia
Mut122@ums.Ac.Id. *International Journal of
Advanced Science and Technology*, 6802-6912.

Sumito, W. (2010). *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait, Cet IV*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sunnara, R. (2017). Mengatasi Krisis Moneter Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Prosiding Seminar Nasional dan Call Paper Ekonomi Syariah "Indonesia Sebagai Kiblat Ekonomi Syariah"*, 383.



RAMADHAN & SIKLUS EKONOMI

Bulan Ramadhan bukan hanya waktu untuk peningkatan ibadah dan refleksi spiritual, tetapi juga menjadi katalisator bagi pergerakan ekonomi umat. Buku **Ramadhan & Siklus Ekonomi** mengulas berbagai aspek ekonomi yang mengalami dinamika signifikan selama bulan suci ini, mulai dari pola konsumsi, perdagangan, peran e-commerce dalam distribusi produk halal, hingga kontribusi zakat, infak, dan sedekah dalam membangun kesejahteraan sosial. Selain itu, buku ini juga menyoroti bagaimana masjid dan komunitas Muslim berperan dalam memperkuat ekonomi berbasis kebersamaan dan solidaritas sosial.

Lebih jauh, buku ini tidak hanya membahas fenomena ekonomi selama Ramadhan, tetapi juga menggali strategi penguatan ekonomi syariah setelah bulan suci berlalu. Dengan menghadirkan perspektif para akademisi dan praktisi di bidang ekonomi Islam, buku ini menawarkan wawasan yang kaya mengenai bagaimana nilai-nilai *qur'ani* dapat diterapkan dalam menciptakan ekonomi yang lebih beretika, berkelanjutan, dan berpihak pada kemaslahatan umat. Buku ini menjadi referensi penting bagi siapa saja yang ingin memahami lebih dalam hubungan antara spiritualitas, kebijakan ekonomi, dan kesejahteraan sosial dalam konteks Islam.



Az-Zahra Media Society

🌐 azzahramedia.com

✉ zahramedia.society@gmail.com

📍 Jl. HM. Harun No. 8, Percut, Sumatera Utara

9

ISBN 978-634-7181-00-8



786347

181008