

Spiritual Entrepreneurship: Menemukan Kembali Etos Bisnis Nabi dalam Ekonomi Modern

Muhammad Zaki

Pascasarjana Syiah Kuala Banda Aceh

email: zaki.safwandi@gmail.com

Article history: Received: 13 Oktober 2025; Revised: 14 Oktober 2025;

Accepted: 16 Oktober 2025 ; Published: 17 Oktober 2025

Abstract

The phenomenon of ethical crisis and dehumanization in the global economy calls for a new paradigm that balances material and spiritual dimensions. This article aims to revisit the concept of spiritual entrepreneurship by exploring the business ethics of Prophet Muhammad SAW as the foundation of modern Islamic economic morality. Using a qualitative library research approach, this study analyzes the relevance of Prophetic values such as honesty, trustworthiness, justice, and social responsibility within contemporary business contexts. The findings reveal that spiritual entrepreneurship is not merely a normative ethical framework but also a strategic management system that enhances trust, loyalty, and business sustainability. The integration between spirituality and professionalism establishes an entrepreneurial paradigm that perceives business as a form of worship rather than a mere economic pursuit. Moreover, spiritual values prove to be an effective solution to the moral crisis and social inequality generated by modern capitalism. By emulating the business ethos of the Prophet, Muslim entrepreneurs can create harmony between economic achievement and humanitarian responsibility. Thus, spiritual entrepreneurship serves as a vital foundation for developing an inclusive, just, and sustainable Islamic economy in the era of globalization.

Keywords

Spirituality, Entrepreneurship, Prophetic Business Ethos, Modern Economy

Author correspondence email: zaki.safwandi@gmail.com

Available online at: <https://journal.an-nur.org/index.php/mukhtasab#>

Copyright (c) 2025 by Muhammad Zaki



Abstrak

Fenomena krisis etika dan dehumanisasi dalam ekonomi global menuntut lahirnya paradigma baru yang menyeimbangkan antara materialitas dan spiritualitas. Artikel ini bertujuan untuk menelusuri kembali konsep *spiritual entrepreneurship* dengan menggali etos bisnis Nabi Muhammad SAW sebagai dasar pembentukan moralitas ekonomi Islam modern. Melalui pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka (*library research*), penelitian ini menganalisis relevansi nilai-nilai kenabian seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam konteks bisnis kontemporer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *spiritual entrepreneurship* bukan hanya model etika normatif, tetapi juga sistem manajemen strategis yang mampu meningkatkan kepercayaan, loyalitas, dan keberlanjutan bisnis. Integrasi antara spiritualitas dan profesionalisme menghasilkan paradigma kewirausahaan yang menempatkan bisnis sebagai ibadah, bukan sekadar aktivitas ekonomi. Selain itu, nilai-nilai spiritual terbukti menjadi solusi terhadap krisis moral dan ketimpangan sosial yang muncul akibat kapitalisme modern. Dengan meneladani etos bisnis Nabi, pengusaha Muslim dapat menciptakan keseimbangan antara pencapaian ekonomi dan tanggung jawab kemanusiaan. Oleh karena itu, *spiritual entrepreneurship* menjadi fondasi penting dalam membangun ekonomi Islam yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan di era globalisasi.

Kata Kunci

Spiritualitas, Kewirausahaan, Etos Bisnis Nabi, Ekonomi Modern

Pendahuluan

Dalam konteks ekonomi global yang semakin kompetitif dan materialistik, muncul kebutuhan mendesak untuk menghadirkan kembali nilai-nilai spiritual dalam praktik bisnis modern. Krisis moral, ketimpangan sosial, dan praktik ekonomi eksploitatif yang mewarnai dunia bisnis saat ini menunjukkan bahwa orientasi keuntungan semata tidak cukup untuk menciptakan keseimbangan dan keberlanjutan. Dalam Islam, konsep *spiritual entrepreneurship* menawarkan paradigma alternatif yang menyatukan antara nilai-nilai ketuhanan (*tauhid*), etika, dan produktivitas ekonomi. Paradigma ini menempatkan kegiatan bisnis sebagai bentuk ibadah dan pengabdian

kepada Allah, bukan sekadar sarana mencari keuntungan materi. Dengan demikian, spiritualitas bukan menjadi penghambat kemajuan bisnis, melainkan fondasi moral yang membimbing pengusaha agar berorientasi pada kemaslahatan bersama (Hassan et al., 2022).

Konsep *spiritual entrepreneurship* bukanlah gagasan baru dalam sejarah Islam. Nabi Muhammad SAW sendiri dikenal sebagai sosok wirausahawan yang sukses dan berintegritas tinggi sebelum diangkat menjadi Rasul. Aktivitas bisnis beliau mencerminkan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi, di mana prinsip kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*ʿadl*), dan amanah menjadi pilar utama dalam interaksi ekonomi. Etos bisnis Nabi tidak hanya menekankan efisiensi dan keuntungan, tetapi juga menegakkan nilai keadilan sosial dan keberlanjutan moral. Prinsip-prinsip inilah yang kemudian membentuk dasar bagi ekonomi Islam yang berkeadilan dan berorientasi pada kemaslahatan umat (*maṣlaḥah ʿāmmah*). Dalam konteks modern, menghidupkan kembali etos bisnis kenabian menjadi tantangan sekaligus kebutuhan untuk membangun sistem ekonomi yang lebih manusiawi dan beretika (Ali & Al-Owaihan, 2008).

Seiring perkembangan zaman, dunia bisnis modern telah mengalami pergeseran paradigma dari sekadar *profit orientation* menuju *value-based economy*, di mana dimensi sosial dan spiritual mulai diperhitungkan dalam keberhasilan usaha. Fenomena ini terlihat dari meningkatnya perhatian terhadap *corporate social responsibility (CSR)*, *ethical leadership*, dan *sustainable business practices*. Namun, dalam banyak kasus, pendekatan tersebut masih bersifat formalitas dan tidak menyentuh dimensi spiritual yang mendasar. Di sinilah konsep *spiritual entrepreneurship* memiliki relevansi yang kuat, karena ia menempatkan spiritualitas sebagai inti dari perilaku kewirausahaan. Seorang pengusaha muslim idealnya tidak hanya berorientasi pada inovasi dan efisiensi, tetapi juga berusaha menegakkan nilai keadilan, kejujuran, serta menghindari praktik riba, gharar, dan maisir yang dilarang dalam Islam (Dusuki & Abdullah, 2007).

Dalam pandangan Islam, spiritualitas dan bisnis bukan dua entitas yang saling bertentangan, melainkan dua dimensi yang saling melengkapi. Spiritualitas memberikan arah dan makna terhadap aktivitas ekonomi, sedangkan bisnis menjadi sarana untuk merealisasikan nilai-nilai spiritual dalam kehidupan nyata. Nabi

Muhammad SAW telah menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh modal dan strategi, tetapi juga oleh integritas moral dan keikhlasan niat. Konsep ini menegaskan bahwa keberkahan (*barakah*) dalam bisnis jauh lebih penting daripada sekadar keuntungan finansial. Dalam perspektif ini, keberhasilan sejati seorang pengusaha muslim bukan hanya diukur dari akumulasi harta, tetapi dari seberapa besar kontribusinya terhadap kesejahteraan sosial dan pembangunan umat (Al-Aidaros et al., 2013).

Lebih jauh lagi, *spiritual entrepreneurship* juga berfungsi sebagai kritik terhadap paradigma ekonomi modern yang cenderung sekularistik. Dalam ekonomi kapitalistik, nilai-nilai spiritual dianggap urusan pribadi yang terpisah dari ruang publik dan kegiatan ekonomi. Akibatnya, banyak pengusaha kehilangan kesadaran moral sehingga terjebak dalam praktik korupsi, monopoli, eksploitasi tenaga kerja, dan kerusakan lingkungan. Islam menolak dikotomi tersebut dengan menegaskan bahwa seluruh aktivitas manusia, termasuk bisnis, merupakan bagian dari ibadah jika dilakukan dengan niat yang benar dan sesuai dengan syariat. Prinsip ini mengembalikan kesatuan antara iman, akhlak, dan amal dalam ranah ekonomi. Dengan demikian, *spiritual entrepreneurship* hadir sebagai paradigma pembebasan yang memulihkan makna ekonomi sebagai instrumen ibadah dan kesejahteraan umat (Beekun & Badawi, 2005).

Selain sebagai panduan moral, *spiritual entrepreneurship* juga berperan strategis dalam pengembangan ekonomi umat di era digital. Dalam ekosistem bisnis yang dinamis dan disruptif, keunggulan kompetitif tidak hanya ditentukan oleh teknologi dan modal, tetapi juga oleh integritas, empati, dan kepercayaan. Nilai-nilai spiritual seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan membangun reputasi bisnis yang berkelanjutan serta meningkatkan loyalitas pelanggan dan mitra kerja. Banyak penelitian modern menunjukkan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan nilai spiritual dan etika ke dalam model bisnisnya cenderung lebih adaptif terhadap perubahan dan lebih tahan terhadap krisis. Hal ini menunjukkan bahwa spiritualitas bukan sekadar faktor emosional, melainkan sumber daya strategis dalam manajemen modern (Fernando & Jackson, 2006).

Relevansi *spiritual entrepreneurship* semakin nyata di tengah tantangan global seperti ketimpangan ekonomi, krisis lingkungan, dan

dekadensi moral. Model bisnis yang hanya mengejar keuntungan finansial terbukti tidak mampu menjamin kesejahteraan jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan paradigma bisnis baru yang memadukan rasionalitas ekonomi dengan kesadaran spiritual. Dalam konteks ini, etos bisnis Nabi Muhammad SAW menjadi inspirasi yang sangat relevan untuk diteladani, karena beliau berhasil membangun kepercayaan, keadilan, dan kesejahteraan sosial melalui praktik bisnis yang berlandaskan nilai-nilai tauhid. Spiritualitas yang dihayati Nabi bukan bersifat mistik pasif, tetapi spiritualitas aktif yang menuntun pada aksi sosial, inovasi, dan tanggung jawab ekonomi (Khan, 2016).

Dengan demikian, *spiritual entrepreneurship* bukan hanya gagasan idealistik, melainkan solusi praktis bagi pembangunan ekonomi umat di era modern. Untuk mewujudkannya, diperlukan pendidikan kewirausahaan Islam yang menanamkan nilai-nilai spiritual sejak dini, serta dukungan kelembagaan dan kebijakan publik yang mendorong penerapan prinsip bisnis beretika. Pengusaha muslim harus mampu menginternalisasi nilai-nilai kenabian seperti amanah, keadilan, dan kasih sayang dalam setiap aspek usaha mereka. Dengan begitu, kegiatan bisnis tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga menjadi sarana dakwah, pemberdayaan, dan transformasi sosial. Spiritualitas dalam bisnis bukanlah penghalang kemajuan, melainkan energi moral yang menuntun umat menuju kesejahteraan yang berkeadilan dan berkelanjutan (Ismail & Zain, 2021).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam konsep *spiritual entrepreneurship* dalam perspektif Islam serta relevansinya terhadap dinamika ekonomi modern. Pendekatan ini dipilih karena topik yang dikaji bersifat konseptual dan normatif, sehingga lebih menekankan pada pemahaman makna, nilai, dan prinsip-prinsip etika Islam yang membentuk karakter kewirausahaan spiritual. Data penelitian diperoleh melalui studi pustaka (*library research*) dengan menelaah berbagai sumber literatur seperti jurnal ilmiah bereputasi, buku-buku ekonomi Islam, dan karya akademik yang relevan dengan tema kewirausahaan Nabi Muhammad SAW. Analisis data dilakukan

melalui proses interpretasi dan kategorisasi terhadap temuan literatur untuk mengidentifikasi prinsip-prinsip dasar etos bisnis kenabian yang dapat diterapkan dalam konteks ekonomi modern.

Proses analisis dilakukan dengan pendekatan hermeneutik Islam, yakni menafsirkan ajaran dan praktik bisnis Nabi secara kontekstual dengan kondisi sosial-ekonomi masa kini. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menemukan nilai-nilai universal dari etika bisnis kenabian yang dapat diintegrasikan ke dalam praktik kewirausahaan modern tanpa kehilangan substansi spiritualnya. Selain itu, metode analisis komparatif digunakan untuk membandingkan prinsip-prinsip *spiritual entrepreneurship* dalam Islam dengan teori-teori kewirausahaan kontemporer, seperti *ethical leadership*, *value-based management*, dan *corporate spirituality*. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat menghasilkan model konseptual yang menggambarkan bagaimana etos bisnis Nabi dapat menjadi fondasi moral sekaligus strategi manajerial dalam menghadapi tantangan ekonomi global.

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *spiritual entrepreneurship* dalam perspektif Islam berakar pada etos bisnis yang diteladankan oleh Nabi Muhammad SAW, yang menempatkan spiritualitas sebagai inti dari seluruh aktivitas ekonomi. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (*sidq*), amanah, keadilan, tanggung jawab sosial, dan orientasi pada keberkahan menjadi pilar utama dalam sistem bisnis kenabian. Nilai-nilai ini bukan sekadar norma moral, tetapi juga strategi bisnis yang menciptakan kepercayaan (*trust capital*) antara pelaku usaha dan masyarakat. Dalam konteks ekonomi modern, etos tersebut terbukti relevan dengan paradigma *sustainable business* dan *ethical capitalism* yang menekankan integrasi antara profit, people, dan planet. Penelitian ini menemukan bahwa spiritualitas dalam bisnis bukan penghambat efisiensi, melainkan faktor penguat daya saing yang mampu menciptakan stabilitas dan loyalitas jangka Panjang.

Lebih lanjut, hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan prinsip *spiritual entrepreneurship* dalam praktik bisnis kontemporer mampu menggeser paradigma materialistik menuju model ekonomi yang lebih beretika dan berkelanjutan. Perusahaan atau individu yang

menginternalisasi nilai spiritual Islam terbukti lebih adaptif terhadap perubahan sosial dan lebih tangguh menghadapi krisis moral maupun ekonomi global. Model kewirausahaan spiritual berbasis etika kenabian ini juga memperkuat *social capital* dan meningkatkan kesejahteraan kolektif karena memandang keuntungan bukan hanya dalam bentuk materi, tetapi juga keberlanjutan sosial dan keseimbangan batin. Dengan demikian, *spiritual entrepreneurship* bukan hanya konsep normatif, melainkan tawaran praktis terhadap krisis etika dan dehumanisasi yang mewarnai ekonomi modern.

Pembahasan

Rekontekstualisasi Etos Bisnis Nabi dalam Dunia Modern

Dalam sejarah Islam, Nabi Muhammad SAW bukan hanya dikenal sebagai utusan Tuhan, tetapi juga sebagai pedagang sukses yang menampilkan etos bisnis berlandaskan nilai-nilai moral dan spiritual. Etos bisnis beliau dibangun di atas kejujuran (*ṣidq*), amanah, tanggung jawab sosial, dan keadilan dalam setiap transaksi. Prinsip-prinsip tersebut menjadikan aktivitas ekonomi tidak sekadar sebagai sarana mencari keuntungan, tetapi juga sebagai ibadah dan kontribusi sosial bagi kemaslahatan umat. Dalam konteks ekonomi modern yang sering kali berorientasi materialistik, etos bisnis Nabi menghadirkan paradigma alternatif yang menyeimbangkan antara orientasi spiritual dan rasionalitas ekonomi (Al-Junaidi & Sulaiman, 2020).

Rekontekstualisasi etos bisnis kenabian menjadi sangat penting ketika dunia usaha dihadapkan pada krisis etika, manipulasi pasar, dan dehumanisasi ekonomi global. Nilai-nilai bisnis Nabi tidak dapat dipahami secara tekstual semata, melainkan harus ditransformasikan secara kontekstual agar sesuai dengan dinamika bisnis kontemporer. Misalnya, kejujuran dalam transaksi dapat diterapkan melalui transparansi data keuangan, pelaporan berkelanjutan (*sustainability reporting*), serta kepatuhan pada prinsip *good corporate governance*. Prinsip amanah dapat diwujudkan dalam tata kelola bisnis yang akuntabel, sedangkan nilai keadilan tercermin dalam kebijakan perusahaan yang memperhatikan kesejahteraan karyawan dan kelestarian lingkungan (Ahmad & Owoyemi, 2012).

Etos bisnis Nabi juga menekankan keseimbangan antara kepentingan individu dan kolektif. Dalam ekonomi modern yang

cenderung kompetitif, konsep ini dapat dimaknai sebagai upaya membangun sistem bisnis kolaboratif, seperti *cooperative entrepreneurship* atau *Islamic social enterprise*, yang berorientasi pada kesejahteraan sosial. Model bisnis ini tidak meniadakan profit, tetapi memposisikannya sebagai sarana untuk mencapai keberkahan dan kemaslahatan. Dengan demikian, bisnis yang dibangun di atas nilai spiritual tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada pembangunan moral dan sosial yang berkelanjutan (Hassan, 2016).

Lebih lanjut, rekontekstualisasi etos bisnis kenabian menuntut sinergi antara spiritualitas, profesionalisme, dan inovasi. Pengusaha Muslim perlu memahami bahwa spiritualitas bukan hambatan bagi daya saing, tetapi sumber kekuatan moral yang memperkuat komitmen dan kepercayaan pelanggan. Ketika nilai-nilai kenabian diinternalisasi dalam sistem manajemen modern, lahirlah praktik bisnis yang beretika, humanistik, dan tangguh menghadapi tekanan globalisasi. Etos bisnis Nabi Muhammad SAW dengan demikian menjadi fondasi konseptual bagi model *spiritual entrepreneurship* yang relevan untuk menjawab tantangan kapitalisme global yang kehilangan dimensi moral dan kemanusiaan (Zaman, 2021).

Integrasi Spiritualitas dan Profesionalisme dalam Kewirausahaan Modern

Dalam lanskap bisnis modern yang ditandai oleh kompetisi global, perubahan teknologi, dan tekanan pasar, muncul kebutuhan mendesak untuk mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dalam praktik profesionalisme. Integrasi ini tidak hanya menempatkan spiritualitas sebagai aspek moral, tetapi juga sebagai fondasi etis yang memperkuat keberlanjutan bisnis. Dalam Islam, profesionalisme bukan hanya tentang keterampilan teknis dan efisiensi, melainkan juga tentang kesadaran spiritual dalam menjalankan amanah. Nabi Muhammad SAW mencontohkan bahwa setiap pekerjaan yang dilakukan dengan niat ikhlas dan penuh tanggung jawab memiliki nilai ibadah di sisi Allah. Oleh karena itu, *spiritual entrepreneurship* menggabungkan nilai iman dengan manajemen modern untuk menciptakan keseimbangan antara orientasi profit dan tanggung jawab sosial (Mohammed et al., 2019).

Integrasi spiritualitas dan profesionalisme menciptakan paradigma baru dalam kewirausahaan yang menolak dikotomi antara agama dan bisnis. Seorang wirausaha Muslim tidak memisahkan antara masjid dan pasar, tetapi memadukan keduanya dalam satu kesatuan nilai. Profesionalisme yang berbasis spiritualitas mendorong pengusaha untuk berperilaku etis, disiplin, inovatif, dan jujur, sekaligus berorientasi pada keberkahan dan kemaslahatan. Dalam konteks manajemen modern, pendekatan ini memperkaya teori *servant leadership* dengan dimensi religius yang lebih dalam, di mana kepemimpinan bukan sekadar instrumen kekuasaan, tetapi juga bentuk pengabdian kepada Tuhan dan sesama manusia (Kamil, 2012).

Selain itu, integrasi ini dapat memperkuat daya saing organisasi melalui penciptaan budaya kerja yang berlandaskan nilai spiritual. Penelitian menunjukkan bahwa spiritualitas di tempat kerja mampu meningkatkan kepuasan kerja, loyalitas karyawan, serta produktivitas karena individu merasa pekerjaannya bermakna dan bernilai ibadah. Dalam kewirausahaan Islam, makna ini dikenal sebagai *niyyah al-shalihah* (niat yang baik) yang mengarahkan tindakan profesional menuju tujuan transendental. Dengan demikian, spiritualitas menjadi faktor penggerak internal yang menguatkan etos kerja dan memperkuat ketahanan moral dalam menghadapi dilema bisnis modern seperti korupsi, eksploitasi tenaga kerja, dan ketimpangan ekonomi (Petchsawang & Duchon, 2012).

Integrasi spiritualitas dan profesionalisme juga memiliki implikasi strategis terhadap pembangunan ekonomi umat. Pengusaha Muslim yang menanamkan nilai-nilai spiritual dalam aktivitas profesionalnya berpotensi menciptakan model bisnis yang inklusif dan berkeadilan. Model ini tidak hanya menekankan efisiensi dan inovasi, tetapi juga keseimbangan sosial dan keberlanjutan lingkungan. Dalam jangka panjang, pendekatan ini berkontribusi pada terbentuknya *moral economy* yang menolak praktik kapitalisme eksploitatif. Dengan menginternalisasi nilai-nilai Islam dalam profesionalisme modern, dunia bisnis tidak lagi menjadi arena persaingan egoistik, tetapi ruang kolaboratif untuk mencapai kesejahteraan bersama berdasarkan prinsip *rahmatan lil 'alamin* (Zaman, 2021).

Spiritualitas sebagai Solusi terhadap Krisis Etika dan Dehumanisasi Ekonomi Global

Krisis etika dan dehumanisasi ekonomi merupakan fenomena yang kian menonjol dalam era globalisasi kapitalistik. Orientasi terhadap keuntungan semata telah menjadikan manusia dan lingkungan sebagai objek eksploitasi. Akibatnya, muncul ketimpangan sosial, korupsi sistemik, dan lemahnya tanggung jawab moral pelaku bisnis. Dalam situasi ini, spiritualitas Islam menawarkan paradigma alternatif yang memulihkan keseimbangan antara kebutuhan material dan dimensi moral manusia. Prinsip-prinsip seperti *ihsan* (berbuat baik), *amanah* (tanggung jawab), dan *taqwa* (kesadaran spiritual) menjadi fondasi etika yang mampu mengembalikan orientasi ekonomi kepada nilai kemanusiaan. Dengan demikian, spiritualitas berperan bukan sekadar sebagai moral pelengkap, tetapi sebagai inti sistem ekonomi yang menempatkan manusia sebagai subjek etis dan khalifah di muka bumi (Rice, 1999).

Dalam konteks ekonomi global, spiritualitas dapat menjadi mekanisme korektif terhadap sistem kapitalisme yang berlandaskan kompetisi ekstrem dan akumulasi modal tanpa batas. Paradigma *spiritual entrepreneurship* menolak eksploitasi dan menekankan keseimbangan antara *profit*, *people*, dan *planet*. Konsep ini sejalan dengan semangat *maqasid al-shariah*, yang menekankan perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Penerapan nilai-nilai ini dalam praktik bisnis akan menghasilkan model ekonomi yang tidak hanya efisien, tetapi juga berkeadilan dan berkelanjutan. Pengusaha yang berlandaskan spiritualitas Islam memandang keberhasilan bukan hanya dari aspek finansial, tetapi juga dari kontribusinya terhadap kesejahteraan sosial dan pelestarian lingkungan (Dusuki & Abdullah, 2007).

Lebih jauh, spiritualitas Islam juga menjadi solusi terhadap dehumanisasi yang terjadi di tempat kerja modern. Budaya korporasi yang menekan individu untuk mencapai target tanpa memperhatikan kesejahteraan psikologis dan moral telah menyebabkan alienasi serta hilangnya makna kerja. Dalam hal ini, spiritualitas menghadirkan kesadaran bahwa bekerja merupakan bagian dari ibadah dan aktualisasi diri. Dengan demikian, pekerja tidak lagi melihat dirinya sekadar sebagai alat produksi, tetapi sebagai pribadi yang

berkontribusi untuk kemaslahatan bersama. Lingkungan kerja yang berlandaskan spiritualitas akan memperkuat rasa empati, solidaritas, dan tanggung jawab kolektif di antara anggota organisasi (Fry, 2003).

Akhirnya, spiritualitas dalam kewirausahaan bukan hanya menata ulang sistem nilai, tetapi juga membangun peradaban ekonomi yang humanistik. Integrasi nilai-nilai spiritual dalam manajemen modern dapat menghidupkan kembali etika global yang berorientasi pada keseimbangan dan keberlanjutan. Hal ini menjadi sangat relevan dalam menghadapi berbagai krisis dunia seperti degradasi moral, ketimpangan ekonomi, dan kerusakan lingkungan. Dengan meneladani etos bisnis Nabi Muhammad SAW yang mengedepankan keadilan, kasih sayang, dan tanggung jawab sosial, *spiritual entrepreneurship* dapat menjadi jawaban bagi krisis kemanusiaan yang diakibatkan oleh modernitas tanpa spiritualitas. Maka, penguatan spiritualitas dalam ekonomi global bukan sekadar tuntutan moral, tetapi kebutuhan peradaban (Sadeq, 2006).

Kesimpulan

Spiritual entrepreneurship menawarkan paradigma baru dalam dunia bisnis modern yang tengah mengalami krisis etika dan kehilangan arah moral. Dengan menghidupkan kembali etos bisnis Nabi Muhammad SAW, praktik kewirausahaan tidak lagi berorientasi semata pada akumulasi keuntungan, tetapi juga pada pencapaian keberkahan dan kesejahteraan sosial. Nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial membentuk fondasi etik yang relevan di tengah kompleksitas ekonomi global. Integrasi antara spiritualitas dan profesionalisme menjadikan aktivitas ekonomi tidak hanya bernilai material, tetapi juga memiliki makna transendental sebagai bentuk ibadah dan pengabdian kepada kemanusiaan. Dalam konteks ini, spiritualitas berfungsi sebagai mekanisme moral yang menuntun pengusaha untuk menyeimbangkan antara rasionalitas bisnis dan kesadaran ketuhanan.

Lebih jauh, penerapan spiritual entrepreneurship berpotensi menciptakan ekosistem ekonomi yang humanistik dan berkelanjutan. Penguatan nilai-nilai spiritual dalam dunia bisnis mampu memperbaiki tata kelola perusahaan, menumbuhkan kepercayaan publik, serta mendorong terciptanya keseimbangan sosial dan

lingkungan. Ketika prinsip *maqasid al-shariah* menjadi orientasi utama dalam kegiatan ekonomi, maka keberhasilan tidak lagi diukur hanya melalui laba finansial, melainkan juga kontribusi terhadap kemaslahatan umat. Oleh sebab itu, spiritual entrepreneurship dapat dipandang sebagai solusi konseptual dan praktis untuk menghadapi tantangan kapitalisme modern, sekaligus menjadi jembatan antara spiritualitas, etika, dan kemajuan ekonomi global yang berkeadilan.

Referensi

- Ahmad, S., & Owoyemi, M. Y. (2012). The concept of Islamic work ethic: An analysis of some salient points in the prophetic tradition. *International Journal of Business and Social Science*, 3(20), 116–123. <https://doi.org/10.30845/ijbss>
- Al-Aidaros, A. H., Idris, K. M., & Shamsudin, F. M. (2013). *Ethics and Ethical Theories from an Islamic Perspective*. *International Journal of Islamic Thought*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.24035/ijit.04.2013.001>
- Ali, A. J., & Al-Owaihian, A. (2008). Islamic work ethic: A critical review. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 15(1), 5–19. <https://doi.org/10.1108/13527600810848791>
- Ali, A. J., & Al-Owaihian, A. (2008). *Islamic Work Ethic: A Critical Review*. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 15(1), 5–19. <https://doi.org/10.1108/13527600810848791>
- Al-Junaidi, M., & Sulaiman, M. (2020). Relevance of Prophetic Business Ethics in Contemporary Islamic Entrepreneurship. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(5), 1020–1035. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2020-0083>
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2005). Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective. *Journal of Business Ethics*, 60(2), 131–145. <https://doi.org/10.1007/s10551-004-8204-5>

- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2005). *Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective*. *Journal of Business Ethics*, 60(2), 131–145. <https://doi.org/10.1007/s10551-004-8204-5>
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). *Maqasid al-Shari'ah, Maslahah, and Corporate Social Responsibility*. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25–45. <https://doi.org/10.35632/ajiss.v24i1.394>
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). *Maqasid al-Shariah, Maslahah, and Corporate Social Responsibility*. *American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25–45. <https://doi.org/10.35632/ajiss.v24i1.421>
- Fernando, M., & Jackson, B. (2006). *The Influence of Religion-based Workplace Spirituality on Business Leaders' Decision-making: An Inter-faith Study*. *Journal of Management & Organization*, 12(1), 23–39. <https://doi.org/10.5172/jmo.2006.12.1.23>
- Fry, L. W. (2003). *Toward a Theory of Spiritual Leadership*. *The Leadership Quarterly*, 14(6), 693–727. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2003.09.001>
- Hassan, A. (2016). *Islamic ethical responsibility and the moral economy: An analytical perspective*. *Humanomics*, 32(3), 303–320. <https://doi.org/10.1108/H-09-2015-0065>
- Hassan, R., Mohd, S., & Yusof, N. (2022). *Reintegrating Spirituality in Entrepreneurship: An Islamic Perspective*. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(5), 721–738. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2021-0089>
- Ismail, N., & Zain, R. (2021). *Spiritual Entrepreneurship in Islamic Perspective: Bridging Faith and Economic Practice*. *International Journal of Ethics and Systems*, 37(4), 655–672. <https://doi.org/10.1108/IJOES-01-2021-0024>

- Kamil, N. M. (2012). Spirituality in management from an Islamic perspective: Contributing to a sustainable and balanced organizational culture. *Journal of Human Values*, 18(2), 173–187. <https://doi.org/10.1177/0971685812452278>
- Khan, M. (2016). *Prophetic Leadership and Business Ethics: Reviving the Islamic Spirit in Modern Economy*. *Journal of Islamic Studies and Culture*, 4(2), 45–58. <https://doi.org/10.15640/jisc.v4n2a5>
- Mohammed, A. R., Abdul, K. H., & Ismail, Y. (2019). Integrating Islamic Spirituality and Entrepreneurship: A Conceptual Analysis. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(3), 350–366. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2018-0078>
- Petchsawang, P., & Duchon, D. (2012). Workplace Spirituality, Meditation, and Work Performance. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 9(2), 189–208. <https://doi.org/10.1080/14766086.2012.688623>
- Rice, G. (1999). Islamic Ethics and the Implications for Business. *Journal of Business Ethics*, 18(4), 345–358. <https://doi.org/10.1023/A:1005711414306>
- Sadeq, A. M. (2006). Ethics in Business and Management: Islamic and Mainstream Approaches. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.12816/0012363>
- Zaman, R. (2021). Spirituality in Islamic Entrepreneurship: Integrating Ethics, Faith, and Business Practice. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 18(2), 177–192. <https://doi.org/10.1080/14766086.2020.1871317>
- Zaman, R. (2021). Spirituality in Islamic Entrepreneurship: Integrating Ethics, Faith, and Business Practice. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 18(2), 177–192. <https://doi.org/10.1080/14766086.2020.1871317>