

Perkembangan Sejarah Kewirausahaan dari Zaman Kuno ke Era Digital

The historical development of entrepreneurship from ancient times to the digital era

¹Hana Farhana, ²Faiza Nafaki Azzahra, ³Nabilah Khoirun Nisa, ⁴Dika Saputra, ⁵Fatiya Nur Nurhasanah

¹⁻⁵Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

ARTICLE INFO

Article history:

Received 18 December , 2025

Revised 19 December 2025

Accepted 25 December 2025

Available online 29 December 2025

Keywords

entrepreneurship, islamic preaching,
honest, trustworthy
Keywords:
kewirausahaan, dakwah, amanah,
kejujuran



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

Entrepreneurship in the Islamic perspective is an integral part of an economic system. Based on the values of tawhid, justice, and balance between material and spiritual interests. The history of Islamic entrepreneurship shows the continuous development of the Muslim economic sphere from the prophetic era to the modern age. During the time of Prophet Muhammad (PBUH), entrepreneurial practices served as both a means of da'wah and an instrument for shaping business ethics that emphasized trustworthiness, honesty, and fairness in transactions. These values were later developed systematically during the era of the Rightly Guided Caliphs (Khulafaur Rasyidin) through the establishment of economic institutions such as the baitul mal and zakat policies that aimed at equitable distribution of welfare. Subsequently, during the Umayyad and Abbasid dynasties, Islamic entrepreneurship reached its peak, marked by the emergence of international trade centers, innovations in monetary systems, and the growth of transcontinental trading networks that positioned the Islamic world as a global economic hub.

ABSTRAK

Kewirausahaan dalam perspektif Islam merupakan bagian integral dari sistem ekonomi yang berlandaskan nilai-nilai tauhid, keadilan, dan keseimbangan antara kepentingan material serta spiritual. Sejarah kewirausahaan Islam menunjukkan dinamika perkembangan ekonomi umat yang berlangsung secara berkesinambungan sejak masa kenabian hingga era modern. Pada masa Nabi Muhammad SAW, praktik kewirausahaan menjadi sarana dakwah sekaligus instrumen pembentukan etika bisnis yang menekankan prinsip amanah, kejujuran, dan keadilan dalam transaksi. Nilai-nilai tersebut kemudian dikembangkan secara sistematis pada masa Khulafaur Rasyidin melalui pembentukan lembaga-lembaga ekonomi seperti baitul mal dan kebijakan zakat yang berorientasi pada pemerataan kesejahteraan. Selanjutnya, pada masa Dinasti Umayyah dan Abbasiyah, kewirausahaan Islam mencapai puncak kejayaan dengan munculnya pusat-pusat perdagangan internasional, inovasi dalam sistem moneter, dan berkembangnya jaringan niaga lintas benua yang menjadikan dunia Islam sebagai episentrum ekonomi global.

Kata kunci:

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu aspek penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial suatu masyarakat. Aktivitas berusaha tidak hanya dipahami sebagai upaya memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga sebagai bentuk kontribusi terhadap kesejahteraan bersama. Dalam konteks Islam, kewirausahaan memiliki kedudukan yang istimewa karena terkait langsung dengan ajaran mengenai etika, nilai moral, dan cara mencari rezeki yang halal. Sejak masa Rasulullah SAW, aktivitas perdagangan dan usaha sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan umat, bahkan menjadi sarana dakwah yang memperlihatkan karakter jujur, amanah, dan profesional dalam bermuamalah. Nilai-nilai inilah yang kemudian berkembang menjadi fondasi kewirausahaan Islam yang tetap relevan hingga saat ini.

Perjalanan sejarah membuktikan bahwa umat Islam pernah berada pada masa kejayaan ekonomi, terutama ketika perdagangan internasional berkembang pesat pada masa Dinasti

*Corresponding Author

Email: e-mail: hnuvy2512@gmail.com, faizanafakiazahra@gmail.com, fatiyanurhasanah253@gmail.com,
nabilahnisa@gmail.com

Umayyah dan Abbasiyah. Kota-kota besar seperti Baghdad, Kairouan, dan Andalusia menjadi pusat perniagaan dunia yang menghubungkan Timur dan Barat. Pada periode ini, konsep-konsep penting seperti keadilan dalam transaksi, pengawasan pasar (*hisbah*), dan lembaga keuangan seperti *baitul mal* berkembang dengan pesat. Hal ini menunjukkan bahwa Islam tidak hanya memandang kewirausahaan sebagai kegiatan ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari tatanan sosial yang menuntut keadilan, keseimbangan, dan tanggung jawab moral.

Namun, perkembangan kewirausahaan Islam tidak berhenti pada masa klasik. Memasuki era modern, perubahan besar dalam teknologi, gaya hidup, dan sistem ekonomi global menuntut umat Islam untuk beradaptasi. Revolusi Industri, globalisasi, dan transformasi digital mengubah cara manusia bekerja, memproduksi, dan berinteraksi dalam dunia usaha. Pada saat yang sama, muncul kembali kesadaran akan pentingnya nilai-nilai Islam dalam mengelola ekonomi, yang ditandai dengan tumbuhnya sistem keuangan syariah, industri halal, serta berbagai inovasi bisnis berbasis teknologi yang tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah. Di Indonesia, misalnya, kebangkitan kewirausahaan Islam dapat dilihat dari berkembangnya UMKM syariah, sertifikasi halal, dan munculnya berbagai platform digital berbasis prinsip halal dan *etis*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*). Metode ini dipilih karena fokus penelitian adalah menelusuri perkembangan sejarah kewirausahaan Islam dari masa kenabian hingga era post-modern secara komprehensif melalui sumber-sumber literatur yang relevan. Studi kepustakaan memungkinkan peneliti menelaah konsep, peristiwa, serta perubahan sosial-ekonomi yang tercatat dalam teks klasik maupun publikasi ilmiah kontemporer. Sumber primer, seperti Al-Qur'an, hadis, serta karya-karya sejarah Islam klasik. Sumber sekunder, berupa buku akademik, artikel jurnal nasional dan internasional, laporan industri halal dan *Islamic finance*, serta hasil penelitian terbaru yang terbit dalam 10 tahun terakhir. Pemilihan sumber dilakukan berdasarkan kredibilitas penerbit, relevansi topik, dan kontribusinya terhadap kajian sejarah kewirausahaan Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Kewirausahaan Islam pada zaman ke-Nabian

Sejarah kewirausahaan dalam sejarah Islam telah dimulai sejak masa kehidupan Nabi Muhammad SAW, yang dikenal sebagai pedagang sebelum diangkat sebagai nabi. Nabi Muhammad SAW juga menekankan pentingnya berdagang dan berusaha bagi umat Islam. Selain itu, ada banyak contoh tokoh-tokoh Muslim terkemuka yang menjadi pengusaha sukses dalam sejarah Islam, seperti Abu Bakar AsSiddiq, Umar bin Khattab, dan Uthman bin Affan, yang menjadi khalifah setelah Nabi Muhammad SAW meninggal. Nabi Muhammad Saw. pertama kali mendapatkan jiwa kewirausahaan saat beliau berumur 12 tahun, pada saat itu Nabi Muhammad Saw. melakukan perjalanan dagang bersama pamannya, Abu Thalib ke Syam (sekarang dikenal dengan Siria). Sejak saat itu Nabi Muhammad Saw. mulai menekuni dunia perdagangan. Ketika usia 17 tahun, Nabi Muhammad Saw. diberikan amanah berupa memimpin seluruh usaha bisnis pamannya dan juga berdagang hingga ke luar negeri, seperti Syam, Bahrain, Irak, Yaman, Yordania, dan lain-lain. Dan puncak kesuksesan kewirausahaannya dalam berdagang yaitu pada usia 20-25 tahun. Kunci kesuksesan berdagang Nabi Muhammad Saw. yaitu karena beliau memiliki modal sifat dalam berdagang, berupa sifat *shidiq*, *tabligh*, *fatanah*, dan amanah. Selain itu Nabi Muhammad Saw. memiliki sifat adil, sederhana, dermawan, pekerja keras, profesional, dan ramah dalam berdagang. Konsep berdagang yang diajarkan Nabi Muhammad Saw. inilah

yang harus dijadikan sebagai pedoman seorang muslim untuk melakukan kewirausahaan kapanpun dan dimanapun kita berada.

Kondisi Ekonomi Arab Pra-Islam

Sebelum kedatangan Islam, masyarakat Arab hidup dalam kondisi sosial yang ditandai dengan struktur kesukuan yang kuat serta dominasi aktivitas perdagangan dan penggembalaan. Makkah menjadi pusat penting karena selain sebagai kota suci dengan keberadaan Ka'bah, juga terletak pada jalur perdagangan internasional yang menghubungkan Yaman, Syam, Persia, hingga Afrika Utara. Namun, praktik perdagangan pada masa jahiliyah sarat dengan ketidakadilan. Riba, penipuan dalam takaran, serta monopoli oleh pedagang kaya sangat merugikan kaum lemah. Situasi ini melahirkan ketimpangan sosial yang kemudian mendapat perhatian serius dari risalah Islam yang dibawa Nabi Muhammad SAW.

Perjalanan Kewirausahaan Nabi Muhammad SAW Sebelum Kenabian

Sejak muda, Nabi Muhammad SAW telah akrab dengan aktivitas ekonomi. Beliau bekerja sebagai penggembala kambing dengan upah kecil, lalu terjun dalam perdagangan bersama kafilah Quraisy. Dalam usia remaja, beliau sudah mengikuti perjalanan dagang ke Syam dan memperoleh pengalaman luas mengenai mekanisme pasar. Integritas pribadi Nabi membuat beliau digelari al-Amîn (orang terpercaya). Kejujuran dan amanahnya dalam berdagang semakin dikenal ketika beliau membawa barang dagangan milik Khadijah ke Syam. Perjalanan tersebut menghasilkan keuntungan besar dan menjadikan Nabi semakin dihormati di kalangan pedagang Makkah. Praktik bisnis Nabi jauh dari kecurangan. Beliau tidak pernah menipu kualitas barang, tidak mengurangi takaran, serta menolak keuntungan yang diperoleh dengan cara zalim. Hal ini menunjukkan bahwa sejak awal, Nabi telah menerapkan prinsip kewirausahaan yang etis dan berkeadilan.

Etika Bisnis Islam Setelah Kenabian

Setelah diangkat menjadi Rasul, Nabi Muhammad SAW menegaskan prinsip-prinsip kewirausahaan Islam melalui AlQur'an dan Sunnah. Islam mengecam keras praktik bisnis yang merugikan, seperti riba, penimbunan (ihtikar), serta kecurangan dalam timbangan.

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Muthaffifin ayat 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۚ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۖ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۚ

"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi."

Selain itu, Nabi juga bersabda: "Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada." (HR. Tirmidzi).

Sehingga dengan demikian, etika kewirausahaan dalam Islam menekankan keseimbangan antara pencarian keuntungan dan nilai-nilai spiritual, sehingga aktivitas bisnis menjadi bagian dari ibadah.

Penataan Pasar di Madinah

Setelah hijrah, Nabi Muhammad SAW mengambil langkah strategis dalam mengatur ekonomi umat. Salah satunya adalah mendirikan pasar khusus Muslim di Madinah. Pasar ini berbeda dengan pasar Yahudi yang penuh monopoli dan pungutan. Nabi menetapkan pasar Madinah sebagai ruang ekonomi terbuka, bebas pungutan, dan setiap pedagang mendapat hak yang sama. Selain itu, Nabi menunjuk petugas pengawas pasar (muhtasib) untuk menjaga agar tidak terjadi penipuan, riba, atau manipulasi harga. Konsep ini kemudian berkembang menjadi institusi hisbah dalam peradaban Islam selanjutnya.

Karakteristik Kewirausahaan Islam pada Masa Kenabian

Kewirausahaan Islam pada masa kenabian memiliki ciri khas yang membedakannya dari sistem jahiliyah, antara lain:

1. Berlandaskan kejujuran dan amanah – Nabi menekankan integritas dalam bisnis.
2. Keadilan dalam transaksi – Islam melarang penimbangan curang dan riba.
3. Keterbukaan pasar – Pasar Madinah menjadi contoh ekonomi inklusif.
4. Bisnis sebagai ibadah – Aktivitas ekonomi dipandang sebagai sarana mendekatkan diri kepada Allah.
5. Kemaslahatan umat – Orientasi bisnis tidak hanya pada keuntungan pribadi, melainkan juga kesejahteraan masyarakat.

Salah satu ciri khas dari sejarah kewirausahaan dalam Islam adalah semangat kemandirian dan inovasi. Tokoh-tokoh Muslim terkemuka tersebut menginspirasi umat Islam untuk menjadi pengusaha mandiri dan berkembang dalam bisnis dengan menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas dan bermanfaat bagi masyarakat. Selain itu, mereka juga memberikan perhatian yang besar pada konsep perdagangan yang adil dan etis.

Dalam sejarah Islam, ada banyak contoh wirausaha sukses yang berhasil mencapai kesuksesan melalui inovasi dan kemandirian, seperti Abdullah bin Abbas, seorang pedagang yang memiliki perusahaan perdagangan besar di Madinah, dan Hasan bin Sabit, seorang sahabat Nabi Muhammad SAW yang sukses sebagai penyair dan pengusaha.

Dalam era modern, sejarah kewirausahaan dalam Islam masih tetap relevan, bahkan semakin penting dalam menghadapi tantangan ekonomi global. Banyak negara Muslim saat ini berusaha untuk memperkuat sektor kewirausahaan melalui pendidikan dan pelatihan, serta dukungan kebijakan dari pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja.

Sejarah Kewirausahaan pada zaman post modern

Istilah post-modern dalam kajian sosial-ekonomi merujuk pada kondisi masyarakat dan ekonomi setelah fase modernitas industri — ditandai oleh pluralitas nilai, desentralisasi otoritas, fragmentasi identitas, kecepatan perubahan teknologi, dan logika pasar yang semakin fleksibel serta terinterkoneksi secara global. Transformasi ini mengubah wajah kewirausahaan: dari figur wirausahawan-pahlawan tunggal pada era modern menjadi ekosistem yang cair, jejaring kolaboratif, dan praktik kewirausahaan yang bersifat project-based, platform-driven, dan kerap berbasis pengetahuan. Hal ini menjadi relevan bagi studi kewirausahaan Islam karena nilai-nilai etis, instrumen keuangan syariah, dan tuntutan pasar halal harus menyesuaikan diri dengan lingkungan ekonomi yang sangat berbeda dibanding era sebelumnya. Kewirausahaan selalu berkembang seiring berjalannya waktu.

Kewirausahaan berkembang dari perdagangan sederhana di masa lalu menjadi industrialisasi dan produksi massal di masa kini. Memasuki zaman post modern, atau akhir abad ke-20 hingga sekarang, kewirausahaan mengalami transformasi yang sangat signifikan dalam hal fenomena teknologi, sosial, dan budaya. Dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital, globalisasi pasar, dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap masalah sosial dan lingkungan, kewirausahaan saat ini sedang menekankan inovasi, kreativitas, fleksibilitas, dan penciptaan nilai tambah. Seorang wirausahawan post modern harus dapat dengan cepat melihat peluang, menyesuaikan diri dengan perubahan, dan menciptakan produk dan layanan yang berbeda dengan memberikan pengalaman, identitas, dan makna kepada pelanggan selain keuntungan.

Ciri-ciri Kewirausahaan di Zaman Post-Modern

1. Desentralisasi dan Platform Economy

Aktivitas ekonomi bergeser ke platform digital seperti marketplaces, aplikasi layanan, dan fintech yang menurunkan hambatan masuk bagi pelaku kecil, namun menciptakan isu baru terkait standarisasi, kepatuhan, dan pengawasan.

2. Pluralitas & Konsumerisme Nilai

Konsumen kini mencari produk dengan nilai tambah nonmaterial seperti keberlanjutan (sustainability), etika, dan halalfriendly, sehingga wirausaha perlu menggabungkan aspek moral dengan inovasi produk dan pemasaran.

3. Kewirausahaan Berbasis Pengetahuan & Jaringan

Modal intelektual, akses data, dan jejaring kolaboratif menjadi modal utama; usaha mikro dapat tumbuh cepat bila mampu memanfaatkan komunitas digital dan jaringan sosial.

4. Fluiditas Peran: dari Pemilik ke Kurator

Banyak pelaku bertindak sebagai kurator layanan/produk, aggregator, atau penyedia platform sehingga kapabilitas manajerial berbeda dari wirausahawan tradisional. Literatur kontemporer menekankan bahwa post-modern entrepreneurship menuntut fleksibilitas organisasi, adaptasi cepat, dan orientasi pada co-creation.

Dampak Globalisasi & Post-Modernisme terhadap Kewirausahaan Islam

Perkembangan post-modern memperbesar skala pasar dan memperluas peluang bagi produk serta jasa yang memegang label syariah atau halal. Produk halal kini tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan komunitas Muslim lokal, melainkan telah berevolusi menjadi simbol kualitas, keamanan, dan tanggung jawab sosial yang diakui secara universal. Dalam konteks globalisasi ekonomi post-modern yang sarat dengan nilai pluralitas dan kesadaran etis, produk halal diposisikan sebagai value-based product yang mampu menjawab kebutuhan konsumen lintas agama dan budaya terhadap jaminan etika produksi, keamanan pangan, serta transparansi rantai pasok. Hal ini menunjukkan bahwa konsep halal telah bergeser dari sekadar dimensi keagamaan menjadi paradigma ekonomi berkelanjutan (sustainable economic paradigm) yang menekankan keseimbangan antara nilai moral, lingkungan, dan profitabilitas.

Lebih lanjut, berbagai studi dan laporan industri menegaskan bahwa tren global terhadap produk halal mengalami peningkatan signifikan pada dekade terakhir. Pertumbuhan pasar halal global menunjukkan peluang yang sangat besar bagi wirausaha Muslim untuk mengembangkan inovasi produk dan memperluas pangsa pasar di berbagai sektor strategis, seperti makanan dan minuman, kosmetik, farmasi, pariwisata halal, hingga industri busana muslimah yang terus berkembang pesat. Berdasarkan laporan terbaru yang dirilis oleh IMARC Group (2024), nilai pasar halal global diproyeksikan akan melampaui USD 5,5 triliun pada tahun 2030, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sekitar 8,5%. Angka ini tidak hanya merepresentasikan ekspansi ekonomi umat Islam secara demografis, tetapi juga menunjukkan bahwa produk halal telah menjadi bagian integral dari tren konsumsi global yang mengedepankan prinsip ethical consumerism dan conscious lifestyle.

Peningkatan ini turut dipicu oleh berbagai faktor struktural, seperti tumbuhnya kelas menengah Muslim di Asia Tenggara, Timur Tengah, dan Afrika, serta meningkatnya kesadaran konsumen non-Muslim terhadap produk yang diproduksi secara etis dan higienis. Selain itu, dukungan kebijakan pemerintah dan lembaga sertifikasi internasional dalam memperkuat standar halal global telah mendorong keterhubungan pasar lintas negara. Akibatnya, kewirausahaan Islam di era post-modern tidak lagi hanya berorientasi pada produksi lokal, tetapi juga pada integrasi global supply chain berbasis prinsip syariah, menjadikan label halal sebagai instrumen diplomasi ekonomi dan identitas peradaban Islam kontemporer yang berdaya saing tinggi di tingkat internasional.

Transformasi Institusi Keuangan Islam: Dari Tradisional ke FinTech

SyariahPerubahan paling menonjol pada era post-modern ialah kemunculan Islamic FinTech — mencakup pembiayaan peer-topeer, micro-finance syariah, robo-advisors, serta tokenisasi aset halal. Kombinasi antara teknologi (AI, blockchain) dan kepatuhan syariah membuka jalur pembiayaan baru bagi UKM Muslim serta memperkuat inklusi keuangan. Laporan Qatar Financial Centre (2023) menyebutkan bahwa pasar Islamic FinTech global diproyeksikan tumbuh mencapai **USD 179 miliar pada 2026**, naik signifikan dibanding **USD 79 miliar pada 2021**. Inovasi ini berdampak langsung terhadap model bisnis wirausaha Muslim — dari sistem pembiayaan, pembayaran digital, hingga asuransi syariah (takaful).

Social & Islamic Social Entrepreneurship: Waqf, Zakat, dan Model Hibrida

Era post-modern mendorong munculnya social entrepreneurship yang menggabungkan tujuan sosial dan komersial. Dalam Islam, instrumen seperti zakat, infaq, sedekah, dan wakaf dapat diintegrasikan ke model bisnis berkelanjutan. Misalnya, pemanfaatan dana wakaf sebagai seed capital bagi usaha produktif atau platform crowdfunding zakat untuk memberdayakan mustahik. Studi yang diterbitkan oleh Taylor & Francis (2022) menunjukkan peningkatan praktik inovatif pengelolaan cash waqf yang menghasilkan dampak sosial tinggi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat Muslim. Integrasi ini bukan hanya memberikan legitimasi moral, tetapi juga menjadi solusi struktural terhadap ketimpangan sosial-ekonomi.

Karakteristik Wirausahawan Muslim di Era Post-Modern

Wirausahawan Muslim kontemporer menunjukkan kombinasi kompetensi: kemampuan digital, kepatuhan syariah, literasi halal, dan orientasi sosial. Mereka dituntut untuk:

1. Menjamin kepatuhan produk terhadap standar syariah dan halal internasional;
2. Memanfaatkan platform digital untuk pemasaran;
3. Mengakses pembiayaan berbasis Islamic finance; serta
4. Membangun trust melalui keterbukaan dan sertifikasi publik.

Tantangan muncul ketika ekspektasi pasar global tidak sejalan dengan kapasitas regulasi lokal, sehingga peran lembaga sertifikasi halal dan Dewan Syariah menjadi sangat penting dalam menjaga integritas sistem ekonomi Islam.

Tantangan Utama bagi Kewirausahaan Islam Post-Modern

Meskipun era post-modern membuka ruang inovasi dan peluang ekonomi yang luas bagi kewirausahaan Islam, dinamika globalisasi, digitalisasi, dan kompetisi pasar yang semakin kompleks juga menghadirkan beragam tantangan struktural maupun konseptual. Perubahan cepat dalam teknologi, model bisnis, serta preferensi konsumen global menuntut adaptasi yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga epistemologis dan normatif, agar nilai-nilai syariah tetap relevan dalam konteks ekonomi modern. Selain itu, kewirausahaan Islam dihadapkan pada persoalan harmonisasi standar halal, keterbatasan sumber daya manusia, hingga kesenjangan akses terhadap teknologi dan pembiayaan inovatif. Tantangan-tantangan ini, jika tidak dikelola secara strategis, dapat menghambat pertumbuhan ekosistem wirausaha berbasis syariah di tingkat global. Berikut beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh kewirausahaan Islam pada era post-modern:

Regulasi & Standarisasi Halal

Fragmentasi standar halal antarnegara mempersulit ekspor dan menghambat harmonisasi kualitas produk.

1. Kepatuhan Syariah vs. Kecepatan Inovasi
Proses fatwa dan audit syariah sering tertinggal dibanding laju inovasi teknologi.
2. Monetisasi Nilai Etis tanpa Eksploitasi Risiko
Greenwashing atau halal-washing dapat merusak kepercayaan publik bila tidak diawasi.

3. Kesenjangan Kapasitas UKM Muslim

Banyak usaha mikro belum memiliki kemampuan digital atau memenuhi syarat ekspor internasional.

4. Isu Profitabilitas dan Keberlanjutan

Model bisnis yang menyeimbangkan nilai sosial dan syariah memerlukan pembiayaan inovatif agar dapat tumbuh berkelanjutan.

Sejarah Kewirausahaan pada Zaman Modern

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi modern. Istilah *entrepreneur* berasal dari bahasa Prancis *entreprendre*, yang berarti “mengambil risiko” atau “mengelola usaha.” Dalam perkembangannya, istilah ini mengalami perluasan makna — tidak lagi terbatas pada kegiatan ekonomi untuk mencari keuntungan, melainkan mencakup kemampuan manusia untuk menciptakan nilai baru, berinovasi, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan manfaat sosial bagi masyarakat. Dalam konteks sejarah global, kewirausahaan modern lahir bersamaan dengan Revolusi Industri di Eropa pada abad ke-18, yang menandai peralihan besar dari sistem ekonomi agraris menuju sistem ekonomi industri dan kapitalis. Namun, jauh sebelum revolusi ini, dalam tradisi Islam sendiri, nilai-nilai kewirausahaan sudah menjadi bagian dari ajaran agama — sejak masa Rasulullah ﷺ hingga peradaban Islam klasik.

Dengan demikian, sejarah kewirausahaan modern sesungguhnya adalah kisah panjang tentang semangat manusia untuk mencipta, memperbaiki, dan memberi makna dalam kehidupan ekonomi. Ia bukan hanya persoalan modal dan laba, tetapi juga tentang nilai, etika, dan tanggung jawab sosial.

Awal Mula Kewirausahaan Modern (Abad ke-18 hingga ke-19)

Lahirnya kewirausahaan modern tidak bisa dilepaskan dari konteks Revolusi Industri yang terjadi di Inggris sekitar tahun 1750–1850. Sebelum masa itu, sebagian besar masyarakat dunia hidup dalam sistem agraris — bekerja di pertanian, peternakan, dan kerajinan tangan. Penemuan mesin uap oleh James Watt mengubah segalanya, dan dunia memasuki era baru di mana produksi tidak lagi bergantung pada tenaga manusia. Inovasi ini melahirkan generasi baru wirausahawan yang bukan hanya memperkenalkan teknologi baru, tetapi juga menciptakan sistem ekonomi baru berbasis industri dan modal.

Pada masa inilah ekonom Prancis Jean-Baptiste Say memperkenalkan istilah *entrepreneur* secara ilmiah, mendefinisikannya sebagai seseorang yang memindahkan sumber daya dari area produktivitas rendah ke area yang lebih tinggi.

Era Industrialisasi dan Lahirnya Teori Kewirausahaan (Abad ke-19- abad ke-20)

Pada abad ke-19, revolusi industri menyebar luas ke Eropa, Amerika, dan Asia. Tokoh-tokoh seperti Andrew Carnegie, John D. Rockefeller, dan Henry Ford menjadi ikon industri. Henry Ford dengan sistem *assembly line*-nya mengubah sistem produksi secara global.

Dalam ranah teoretis, Joseph Schumpeter memperkenalkan konsep *creative destruction*, menggambarkan wirausahawan sebagai inovator yang menciptakan kombinasi baru dalam ekonomi.

Masa Pasca-Perang Dunia dan Kebangkitan Kewirausahaan Global

Setelah Perang Dunia II, berbagai negara mempromosikan kewirausahaan sebagai motor pembangunan ekonomi. Lembaga pendukung usaha kecil didirikan, termasuk *Small Business Administration (SBA)* di AS. Peter Drucker menjadi tokoh penting yang menegaskan bahwa kewirausahaan adalah hasil dari pendidikan dan kemampuan berinovasi.

Perkembangan Kewirausahaan Islam di Zaman Modern

Kewirausahaan modern dalam Islam tumbuh dari nilai moral dan spiritual. Nilai halal, kejujuran, amanah, dan keadilan menjadi prinsip dasar. Pada masa Abbasiyah dan Andalusia, umat Islam menguasai perdagangan dunia dengan sistem adil dan teratur. Namun pada masa kolonial, ekonomi umat Islam mengalami keterpurukan. Di Indonesia, berdirinya Sarekat Dagang Islam (SDI) pada 1911 menjadi tonggak penting kebangkitan ekonomi umat.

Ciri dan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islam Modern

1. Berorientasi pada keberkahan (barakah).
2. Jujur dan amanah.
3. Adil dan beretika.
4. Berorientasi sosial (zakat, infak, wakaf produktif).
5. Inovatif dan adaptif terhadap teknologi.

SIMPULAN

Sejarah kewirausahaan, baik dalam konteks Islam, modern, maupun post-modern, menunjukkan bahwa semangat berusaha, berinovasi, dan menciptakan nilai merupakan bagian integral dari perkembangan peradaban manusia. Dalam Islam, nilai-nilai kewirausahaan sudah tertanam sejak masa Nabi Muhammad SAW melalui praktik perdagangan yang berlandaskan kejujuran, amanah, dan keadilan. Prinsip-prinsip tersebut tidak hanya membentuk karakter wirausahawan Muslim yang tangguh dan beretika, tetapi juga menjadi pondasi bagi sistem ekonomi Islam yang menekankan keseimbangan antara keuntungan material dan keberkahan spiritual.

Memasuki era modern, kewirausahaan mengalami transformasi besar seiring Revolusi Industri, yang melahirkan sistem produksi massal, inovasi teknologi, dan teori-teori ilmiah yang menegaskan peran wirausahawan sebagai agen perubahan. Pada masa ini, kewirausahaan tidak hanya dilihat sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai kekuatan sosial yang mampu menciptakan lapangan kerja dan mendorong modernisasi ekonomi.

Dalam konteks Islam, kebangkitan ekonomi syariah, berkembangnya lembaga keuangan Islam, dan meningkatnya pasar halal menjadi bagian penting dari kewirausahaan modern. Di Indonesia, lahirnya Sarekat Dagang Islam (SDI) menjadi simbol kebangkitan ekonomi umat.

Memasuki era post-modern, kewirausahaan bertransformasi menuju model yang lebih kolaboratif, digital, dan berbasis platform. Wirausahawan Muslim kini dituntut untuk adaptif terhadap teknologi, memiliki literasi digital, dan tetap menjaga prinsip syariah. Tren global terhadap produk halal dan Islamic FinTech memperkuat posisi kewirausahaan Islam dalam ekonomi global.

Dengan demikian, kewirausahaan dari masa ke masa merepresentasikan interaksi antara nilai, inovasi, dan konteks sosial-ekonomi. Dalam Islam, kewirausahaan bukan hanya sarana mencari keuntungan, tetapi juga ibadah dan kontribusi sosial. Di era digital ini, wirausahawan Muslim berperan penting menjembatani kemajuan teknologi dengan nilai spiritual — menghadirkan model bisnis yang etis, inovatif, dan bermanfaat bagi masyarakat.

REFERENSI

- Hassan, M., & Lewis, M. (2022). *Islamic social finance: Waqf and zakat for development*. Taylor & Francis.
- Hisyam, I. (1337 H). *Sirah Nabawiyah*. Qalbu Jaziratil-Arab.
- Hjorth, D. (2020). *Entrepreneurship and the experience economy*. Edward Elgar.
- Hobsbawm, E. (1996). *The age of capital 1848–1875*. Vintage Books.

- Hodgson, M. G. S. (1974). *The venture of Islam*. University of Chicago Press.
- IMARC Group. (2024). *Global halal market report 2024–2030*. IMARC.
- Ibn Hisham. (1992). *Sirah nabawiyyah*. Dar al-Ma'arif.
- Karim, A. (2023). *Sharia governance and digital finance*. Palgrave Macmillan.
- Khan, S. (2022). Halal-washing in global trade. *Journal of Business Ethics*, 177(3), 589–604.
- Landes, D. S. (1998). *The wealth and poverty of nations*. W. W. Norton.
- Lapidus, I. M. (2014). *A history of Islamic societies*. Cambridge University Press.
- Lestari, I. (2022). Entrepreneurship di era digital: Inovasi, tantangan, dan peluang. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovatif*, 4(2).
- Lyon, D. (2018). *Postmodernity*. Open University Press.
- Mokyr, J. (2009). *The enlightened economy: An economic history of Britain 1700–1850*. Yale University Press.
- Najmudin, I. (2024). Islamic entrepreneurship character education in the digital era. *Jurnal Pendidikan Karakter JAWARA*, 3(2), 66–75.
- OECD. (2023). *SMEs and digital transformation in the Muslim world*. OECD Publishing.
- Prasetyo, A., & Sutopo, W. (2021). Digital entrepreneurship in Indonesia: Challenges and opportunities. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 120–131.
- Purwanto, Y. (2013). *Kewirausahaan dalam perspektif Islam*. Pustaka Setia.
- Qatar Financial Centre. (2023). *Islamic FinTech report 2023*. QFC Publications.
- Rahman, A. (1985). *Muhammad as a trader*. Islamic Publications Ltd.
- Rahman, A. (2021). *Kewirausahaan Islam di era modern*. Deepublish.
- Rahman, F. (2022). *Islamic entrepreneurship and the global market*. Routledge.
- Ranto, B. (2020). *Manajemen dan kewirausahaan modern*. Deepublish.
- Ricklefs, M. C. (2008). *A history of modern Indonesia since c.1200*. Stanford University Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Storey, D. J. (1994). *Understanding the small business sector*. Routledge.
- Sulaiman, N. (2022). Cash waqf as an instrument for social entrepreneurship. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 112–125.
- Suparno, A. (2018). Kewirausahaan di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 1–14.
- Suryana, Y. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Pengantar kewirausahaan dan manajemen bisnis kecil*. Salemba Empat.