"International Journal Of Islam And Contemporary Affairs"

VOL. 4 (1) | JUN 2024: 64-89
E-ISSN: 2785-8898
www.e-jurnal.yadim.com.my

Submission Date : 21 Mac 2024 Acceptance Date : 19 Mei 2024 Available online: 30 Jun 2024

DAKWAH EKONOMI : KERANGKA KONSEP INTEGRASI ANTARA TRANSFORMASI EKONOMI DAN MISI DAKWAH ISLAMIYAH

ECONOMIC DA'WAH: A CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR INTEGRATING ECONOMIC TRANSFORMATION AND THE MISSION OF ISLAMIC DA'WAH

[i]*Fuadah Binti Johari

[i]Institut Pegurusan Harta dan Kewangan Islam (IFWMI), Fakulti Ekonomi dan Muamalat, Universiti Islam Malaysia 71800 Nilai, Negeri Sembilan

Corresponding Author; e-mail: *fuadaah@usim.edu.my

DOI: 10.61465/jurnalyadim.v4.287

ABSTRAK

Artikel ini membincangkan isu ketidaksinambungan antara amalan dakwah Islam dan usaha transformasi ekonomi dalam kalangan komuniti Muslim, khususnya dalam menangani cabaran kontemporari seperti kemiskinan, ketidaksamarataan dan ketidakadilan sistemik. Objektif utama kajian ini adalah untuk membina satu kerangka konseptual yang mengintegrasikan nilai-nilai dakwah dengan prinsip ekonomi Islam, sebagai asas kepada pembangunan komuniti yang seimbang dari segi rohani dan material. Kajian ini menggunakan pendekatan konseptual dan analitikal melalui ulasan tematik kualitatif terhadap 43 valid artikel ilmiah antara tahun 2006 hingga 2024, yang diindeks dalam Scopus menggunakan kata kunci dakwah dan ekonomi. Proses analisis dijalankan dalam tiga fasa utama: pembiasaan, pengekodan awal, dan pengelompokan tematik. Hasil analisis menghasilkan lima tema utama sebagai komponen dalam kerangka Dakwah Ekonomi**:** (i) asas nilai (tauhid, maqasid, ihsan), (ii) aktiviti ekonomi berteraskan dakwah, (iii) saluran dan medium dakwah, (iv) model interaksi dakwah-ekonomi, dan (v) pendekatan strategik pentahelix yang melibatkan kerajaan, akademik, industri, masyarakat sivil dan media. Dapatan kajian menunjukkan wujudnya jurang teoritikal dan praktikal dalam pelaksanaan dakwah ekonomi, termasuk pemisahan fungsi antara ilmuan agama dan pakar ekonomi. Implikasi polisi yang dicadangkan menekankan keperluan kepada pendekatan integratif dan kolaboratif melalui reformasi institusi Islam seperti masjid, zakat dan koperasi, serta pemerkasaan peranan media dalam mendekatkan mesej dakwah ekonomi kepada masyarakat, khususnya generasi muda.

Kata Kunci*:* Dakwah Ekonomi, Maqasid al-Shariah, Ekonomi Islam, Transformasi Ekonomi, Kewangan Sosial, Model Pentahelix, Keusahawanan Islam

ABSTRACT

This article discusses the disconnect between the practice of Islamic da'wah and efforts toward economic transformation within Muslim communities, particularly in addressing contemporary challenges such as poverty, inequality, and systemic injustice. The primary objective of this study is to construct a conceptual framework that integrates da'wah values with Islamic economic principles as a foundation for balanced spiritual and material community development. Adopting a conceptual and analytical approach, the study conducts a thematic qualitative review of 43 valid scholarly articles published between 2006 and 2024, indexed in Scopus using the keywords "da'wah" and "economy." The analysis process was carried out in three main phases: familiarisation, initial coding, and thematic categorisation. The findings resulted in five core themes that constitute the components of the *Economic Da'wah* framework: i) foundational values (tauhid, *maqasid al-shari'ah*, and *ihsan*), (ii) da'wah-oriented economic activities, (iii) channels and media of da'wah (iv) models of da'wah-economy interaction, and (v) the strategic pentahelix approach involving government, academia, industry, civil society, and the media. The study reveals both theoretical and practical gaps in the implementation of economic da'wah, including a disjunction between the roles of religious scholars and economic experts. The policy implications emphasize the need for an integrative and collaborative approach through institutional reform of key Islamic entities such as mosques, zakat bodies, and cooperatives, alongside empowering the role of media in bringing the message of economic da'wah closer to the public, especially the younger generation.

Keywords: Economic Da'wah, *Maqasid al-Shariah*, Islamic Economics, Economic Transformation, Social Finance, Pentahelix Model, Islamic Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Dalam konteks pembangunan ummah masa kini, terdapat keperluan kritikal untuk mengintegrasikan pendekatan dakwah dan ekonomi secara holistik dalam usaha membina komuniti Muslim yang sejahtera dan berdaya saing. Pembangunan bukan hanya bermotifkan material semata-mata tetapi wajib disandarkan pada nilai-nilai Islam yang tidak mengabaikan aspek spiritual, moral, dan sosial. Dakwah, sebagai aktiviti penyebaran dan pengajaran ajaran Islam, mempunyai peranan penting bukan sahaja dalam membentuk kesedaran agama manusia tetapi juga sebagai alat strategik dalam memacu transformasi ekonomi yang berpaksikan keadilan, kesejahteraan, dan keinsafan sosial.

Isu-isu utama yang dihadapi oleh masyarakat ummah pada masa kini ialah kemiskinan yang berlarutan, ketaksamaan ekonomi yang semakin melebar, serta ketidakadilan sistemik yang terkadang mengekang mobiliti sosial dan menghalang pengagihan sumber yang saksama. Contohnya, dalam kajian yang dijalankan oleh Yasin,

Manap, dan Kasim (2020), mereka menegaskan bahawa pengaruh organisasi keagamaan terhadap perpaduan sosial dan implikasi radikalisme harus dipahami dalam konteks persekitaran sosial dan ekonomi yang luas. Situasi ini menggariskan cabaran yang memerlukan pendekatan dakwah yang lebih inklusif dan transformatif, yang melangkaui sifat dakwah bil-lisan (*verbal*) kepada lebih kepada dakwah bil-hal *(praktikal*) melibatkan pemberdayaan ekonomi.

Dalam perkembangan terkini, transformasi digital dan globalisasi juga membawa impak signifikan terhadap cara dakwah dan ekonomi Islam dijalankan. Misalnya, Hew (2018) membahas bagaimana media sosial dan persuasif visual digabungkan dalam tugas dakwah Islam dalam kalangan generasi muda, sekaligus membuka ruang baru untuk pengaruh ekonomi Islam melalui pelbagai platform teknologi. Namun, hal ini juga menimbulkan cabaran dalam mempastikan kredibiliti maklumat Islam terjaga, sebagaimana diutarakan oleh Salih et al. (2019), yang menekankan kepentingan penilaian model laman sesawang Islam berbentuk dakwah di Malaysia.

Selain itu, masjid dan institusi Islam lain berperanan sebagai pusat dakwah dan pembangunan komuniti secara menyeluruh. Usman (2020) menggariskan terdapat jurang fungsi masjid yang asalnya sebagai pusat kegiatan ibadah, kebudayaan Islam, dakwah dan pembinaan umat kini kebanyakannya tertumpu kepada solat Jumaat semata-mata. Keadaan ini menunjukkan keperluan segera untuk memugarkan peranan masjid sebagai institusi yang dapat menjalin gerak kerja dakwah ekonomi yang lebih bersepadu dan berkesan.

Nilai-nilai utama dalam Islam seperti maqasid al-Shariah yang menekankan pemeliharaan agama, nyawa, akal, keturunan dan harta, ihsan yang menyeru kepada kebaikan dan kesempurnaan amal, serta tauhid yang menekankan keesaan Allah sebagai pusat kesedaran, merupakan asas penting dalam merangka strategi pembangunan ekonomi yang menyeluruh. Konsep keadilan dalam ekonomi Islam, yang melibatkan penolakan penindasan, pemilikan yang halal, dan pengagihan sumber yang saksama, harus diterapkan dalam setiap model pembangunan. Ini ditulis secara mendalam dalam kajian oleh Kanafi, Dahri, Susminingsih dan Bakhri (2021) tentang sumbangan teologi ahlussunnah waljamaah dalam menegakkan Islam moderat di Indonesia, dan disokong oleh kajian Hafid et al. (2024) mengenai aplikasi prinsip-prinsip khiyar dalam transaksi e-dagang yang menjamin kejujuran dan keadilan ekonomi.

Ketidakseimbangan ekonomi yang berterusan, disertai dengan ketiadaan kawalan yang berintegrasi antara aspek spiritual dan material, menjadikan transformasi ekonomi umat Islam sebagai satu keperluan mendesak. Ini mencetuskan perbincangan kepentingan penubuhan satu kerangka konseptual dakwah ekonomi yang bukan sahaja membina kesedaran agama, tetapi juga membawa kepada perubahan tingkah laku ekonomi melalui program pemberdayaan, keusahawanan Islam, serta kewangan sosial yang beretika, efektif dan berteraskan nilai Islam.

Fenomena ketidakadilan ekonomi turut diperhatikan melalui kajian oleh Olivier (2020) dan Burhani (2016) yang meninjau implikasi sosial politik dan perpaduan, akibat kegagalan menyuntik nilai keadilan dan inklusiviti dalam projek dakwah dan ekonomi. Ini membuktikan betapa perlunya dakwah ekonomi beroperasi sebagai suatu medan integrasi yang mampu merapatkan jurang antara pemimpin agama (ulama), ahli ekonomi dan masyarakat umum.

Dalam konteks ini, peranan zakat, wakaf, koperasi dan institusi sosial Islam lain mendapat penekanan khusus sebagai instrumen strategik pelaksanaan dakwah ekonomi. Rijal (2020) dan Marasabessy (2006) meneliti bagaimana sejarah dan fungsi wakaf serta institusi kewangan Islam dapat memperkukuhkan pembangunan ekonomi berasaskan agama yang inklusif dan lestari. Ini sejajar dengan kajian Miftah et al. (2023) yang meneliti sinergi antara dakwah Islam dan ekonomi sosial semasa pandemik COVID-19 yang membuktikan potensi institusi Islam berperanan dalam pemulihan sosial dan ekonomi masyarakat terutamanya semasa krisis ekonomi melanda.

Oleh itu artikel ini bertujuan untuk membina satu kerangka konseptual dakwah ekonomi sebagai strategi pembangunan berasaskan nilai Islam yang komprehensif dan operasional, mampu menghubungkan transformasi ekonomi umat dengan misi dakwah secara holistik. Kerangka ini dirangka untuk menjawab persoalan bagaimana dakwah tidak hanya difahami sebagai penyebaran atau komunikasi verbal semata, tetapi juga harus melalui tindakan nyata pemberdayaan ekonomi umat yang berkeadilan, beretika dan menyeluruh.

Usaha membangun kerangka ini adalah bertujuan untuk menyediakan panduan ilmiah dan praktikal yang dapat membantu pelbagai pihak seperti ulama, ahli ekonomi, pembuat dasar, institusi masjid, dan organisasi Islam dalam penyelarasan program-program

pembangunan ekonomi yang berpaksikan dakwah, serta merangka pendekatan kolaborasi yang memanfaatkan sumber institusi sosial, teknologi, dan budaya dalam memperkukuh keimanan dan kesejahteraan material masyarakat.

Pendekatan holistik ini juga merangkumi pemahaman terhadap peranan penting komunikasi dakwah di era digital, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung menggunakan media sosial dan platform digital sebagai saluran utama bagi mendalami agama dan ilmu ekonomi Islam (Huda, 2019; Hew, 2018). Selain itu, artikel ini memfokuskan pada pembangunan model interaksi dua hala antara kesedaran agama dan tingkah laku ekonomi umat, dengan menggunakan kerangka Pentahelix yang melibatkan kerjasama ulama, ahli ekonomi, kerajaan, masyarakat dan media sebagai saluran dakwah ekonomi yang berkesan.

Dengan penjelasan yang mendalam dan bukti empirikal dari kajian-kajian kontemporari, artikel ini berharap dapat menyumbang kepada pemahaman akademik dan praktik mengenai bagaimana dakwah ekonomi dapat diorganisasikan dan dilaksanakan dalam konteks pembangunan umat yang berdaya tahan dan berkelanjutan.

LATAR BELAKANG MASALAH KAJIAN/ISU SOROTAN LITERATUR

Dakwah, secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang bererti 'mengajak' atau 'menyeru', merupakan aktiviti penyampaian ajaran Islam kepada individu maupun masyarakat luas dengan tujuan mengajak kepada kebaikan, tauhid, dan pembentukan masyarakat yang beriman dan bertakwa. Dalam perspektif tradisional, dakwah lebih difokuskan pada aspek kerohanian dan penyebaran syariat secara literal, sedangkan dalam konteks kontemporari, dakwah telah bertransformasi menjadi aktiviti yang lebih luas dan inklusif, mencakupi berbagai aspek sosial, ekonomi, dan budaya.

Zaenuri (2020) menyoroti bagaimana gerakan dakwah Jamā’ah Tablīgh selama pandemik Covid-19 beradaptasi dengan situasi krisis kesihatan masyarakat dengan memodifikasi metod dakwahnya menjadi lebih kontekstual dan pragmatis, termasuk pemanfaatan teknologi dan media sosial sebagai alternatif interaksi dakwah yang sebelumnya lebih bersifat bersemuka. Hal ini menunjukkan evolusi dakwah dari pendekatan tradisional ke cara yang lebih adaptasi terhadap dinamika sosial dan teknologi modern masa kini.

Selain itu, Millie, Syarif, dan Fakhruroji (2023) dalam kajiannya mengenai disiplin dakwah dalam sistem pendidikan nasional Indonesia menjelaskan bahwa dakwah memiliki peranan strategik dalam pembangunan moral dan spiritual generasi muda, yang tidak terbatas pada aktiviti kerohanian saja tetapi juga menyumbang kepada perubahan sosial dan pendidikan karakter. Mereka menyatakan pentingnya dakwah yang sederhana dan inklusif agar dapat mengadaptasi kepelbagaian sosial dan budaya, terutama dalam konteks masyarakat pelbagai etnik dan pelbagai agama.

Peranan dakwah sebagai agen perubahan sosial juga dikaji oleh Huda (2019) yang menilai konstruksi tempatan terhadap penghujahan agama di Jawa Timur. Pendekatan dakwah di sini menjadi alat penting dalam membentuk persepsi dan praktikal sosial berhubungkait dengan toleransi dan konfrontasi agama, yang menggambarkan dinamika dakwah yang kompleks dalam konteks sosial yang berubah.

Hew Wai Weng (2019, 2022) menawarkan perspektif lain dalam kajiannya mengenai dakwah budaya Tionghoa Muslim di Indonesia dan Malaysia. Ianya menelusuri bagaimana dakwah mengadaptasi elemen budaya tempatan seperti perayaan Tahun Baru Cina dan gaya arkitek masjid sebagai saranan untuk memperkuat identiti keagamaan sekaligus mempromosikan inklusiviti dan kesederhanann agama yang bertahan dalam kerangka Islam konservatif namun terbuka terhadap keberagaman budaya.

Sementara itu, penyelidikan mengenai dakwah melalui media visual juga semakin populer. Baulch dan Pramiyanti (2018, 2018) mempelajari bagaimana hijabers di Instagram menggunakan media sosial untuk membangun naratif ideal perempuan Muslimah dengan menggunakan citra visual sebagai media dakwah modern yang bersifat persuasif dan interaktif. Hal ini menbuktikan bagaimana dakwah telah memasuki ruang-ruang digital dan bertransformasi melalui visual sosial media sebagai medium komunikasi dakwah.

Pemberdayaan dakwah melalui berbagai saluran juga tercermin dalam penelitian Usman (2020) yang menghidupkan semula peranan masjid sebagai pusat kegiatan dakwah dan pembinaan umat yang semakin berkurang fungsinya hanya sebagai tempat solat. Ini menonjolkan peranan institusi keagamaan tradisional dalam dakwah yang berperanan lebih luas dalam pembangunan sosial dan spiritual masyarakat.

Dalam aspek media tradisional dan modern, Nisa (2018) mengkaji kebangkitan gerakan sosial Islam melalui media sosial yang menganjurkan pembacaan Al-Quran sebagai aktiviti dakwah meluas yang menjangkau komuniti bandar dan memperkuat jaringan keagamaan. Hal ini menegaskan pentingnya media dalam dakwah kontemporari, sekaligus sebagai arena pembentukan identiti keagamaan dan solidariti sosial. Kajian Hwang (2019) tentang perilaku Jemaah Islamiyah sebelum jihad menambahkan dimensi politik dakwah yang berkait dengan mobilisasi sosial dan ideologi, memperlihatkan bagaimana organisasi dakwah juga berperanan dalam arena sosial-politik Indonesia yang kompleks.

Dari pendekatan akademik yang lebih luas, Arnez (2009) membahas dakwah dengan pena, iaitu aktiviti dakwah yang dilakukan melalui tulisan, yang mencerminkan tradisi literasi Islam yang penting dalam sejarah penyebaran dakwah dan bagaimana bentuk dakwah ini tetap relevan dalam era modern melalui penerbitan, karya ilmiah, dan media cetak.

Secara umum, dakwah dalam perspektif tradisional dan kontemporari memiliki evolusi konsep dari yang bersifat praktikal kerohanian (perbuatan / ritual) dan fokus pada syariat menjadi strategi komunikasi sosial yang memanfaatkan teknologi dan budaya setempat serta media massa. Dakwah tidak hanya menjadi aktiviti keagamaan, tetapi juga instrumen perubahan sosial dan ekonomi yang bertujuan membangun masyarakat yang berkeadilan dan beradab.

Ekonomi Islam sebagai Instrument Dakwah

Ekonomi Islam merupakan instrumen penting dalam dakwah yang berfungsi tidak hanya sebagai kerangka ekonomi tetapi juga sebagai medium penyebaran dan implementasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Konsep dasar ekonomi Islam berdasarkan prinsip keadilan, maqasid al-shariah (tujuan syariah), ihsan (*moral excellence*), dan tauhid (keesaan Tuhan) yang menjadi landasan utama dalam setiap aktiviti dakwah dan transformasi ekonomi.

Menurut Zaenuri (2020) dan Millie et al. (2023), penerapan nilai tauhid menegaskan bahawa segala aktiviti ekonomi harus berlandaskan kesedaran akan keesaan Allah dan tanggung jawab sosial kepada sesama insan, sehingga menuntut pelaksanaan keadilan sosial sebagaimana termaktub dalam maqasid al-shariah. Hal ini selari dengan kajian Kanafi et al. (2021) tentang sumbangan teologi *Ahlussunnah Waljamaah* yang menekankan kesederhanaan

dan inklusiviti dalam mengerakkan praktikal ekonomi Islam di Indonesia.

Maqasid al-Shariah tidak hanya melihat ekonomi sebagai alat untuk memenuhi keperluan material semata-mata, tetapi turut menekankan peranannya sebagai wasilah untuk mencapai kemaslahatan umat, keadilan dan pemberdayaan sosial. Kajian oleh Nan et al. (2024) yang memperincikan penerapan metodologi hadis bertema dalam pembinaan mesej dakwah, menegaskan kepentingan pembentukan kandungan dakwah yang berteraskan nilai kebenaran serta mempunyai tahap kerelevanan yang tinggi khususnya dalam konteks ekonomi Islam yang seharusnya menyumbang secara langsung kepada kesejahteraan umat.

Dalam hal implementasi, wakaf, zakat, infak, dan sedekah menjadi instrumen utama dakwah ekonomi yang mendayagunakan potensi aset umat untuk pembangunan sosial dan ekonomi secara berkelanjutan. Usman (2020) dan Bilalu et al. (2022) menyoroti peranan wakaf dan dakwah dalam membentuk keluarga sakînah, sebagai contoh bagaimana dana sosial berasaskan nilai Islam menyumbang dalam pembangunan masyarakat yang harmonis dan berkeadilan.

Selain itu, Ibrahim (2014) menekankan keperluan wujudnya dialog sosial dan teologi dalam dimensi dakwah ekonomi bagi memperkukuh pemahaman yang inklusif dan bersifat dialog dalam masyarakat majmuk seperti di Indonesia dan Malaysia. Peranan institusi seperti masjid, koperasi Islam dan institusi kewangan Islam sebagai saluran dakwah ekonomi semakin signifikan dalam menyokong pertumbuhan ekonomi yang berteraskan nilai-nilai Islam.

Dalam konteks media dan teknologi, Hew Wai Weng (2018) dan Nisa (2018) menunjukkan bahawa pengukuhan dakwah ekonomi turut berlaku melalui platform media sosial, yang menyediakan ruang kepada para usahawan dan penggiat ekonomi Islam untuk menyebarkan model perniagaan yang selaras dengan prinsip syariah, sekali gus memperluas jangkauan dakwah ekonomi kepada golongan milenial dan generasi digital.

Selain itu, kajian tentang peranan fatwa dan autoriti keagamaan seperti yang dibincangkan oleh Hasan et al. (2021) menunjukkan bahawa regulasi serta interpretasi hukum Islam turut memainkan peranan penting dalam memperkukuh keabsahan dan etika amalan ekonomi Islam, sekali gus memberikan legitimasi yang kukuh terhadap kelestarian dakwah ekonomi.

Pada masa kini, dakwah ekonomi dalam bentuk moden turut merangkumi pembangunan keusahawanan Islam, kewangan sosial, dan sistem kewangan mikro, seperti yang dihimpunkan dalam kajian oleh Millie et al. (2023), Musyarrofah dan Zulhannan (2023), dan lain-lain. Kesemua kajian ini memperlihatkan bagaimana nilai-nilai Islam bukan sahaja berkait dengan aspek perlakuan ibadat, malah membentuk penglibatan praktikal dalam pembangunan ekonomi dan sosial umat.

Secara umumnya, sorotan literatur menunjukkan bahawa konsep dan instrumen ekonomi Islam telah menjadi wadah dakwah yang bersifat integrasi dan dinamik, mampu menyesuaikan diri dengan perubahan zaman dan kemajuan teknologi, serta menjadi komponen penting dalam strategi pembangunan umat yang berteraskan keadilan, kesejahteraan dan kelestarian.

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan pendekatan konseptual dan analitikal berasaskan ulasan tematik kualitatif, yang menghimpunkan wacana merentas dua bidang utama: dakwah Islam dan ekonomi Islam. Sebanyak 43 sumber ilmiah yang diindeks dalam Scopus antara tahun 2006 hingga 2024 telah dianalisis secara teliti berdasarkan kerelevanannya terhadap tema integrasi dakwah dan pembangunan ekonomi ummah.

Proses analisis dijalankan melalui tiga fasa sistematik:

1. Pembiasaan (*familiarisation).* Pembacaan berulang terhadap bahan-bahan literatur bagi memahami kerangka teori, latar perbahasan dan pendekatan-pendekatan utama dalam kedua-dua bidang.
2. Pengekodan Awal. Pengenalpastian istilah, gagasan dan tema utama yang berulang seperti: *"isu dan jurang penyelidikan*", "*kerangka konsepsual dakwah ekonomi*", serta "*implikasi teori dan praktikal*" dalam konteks pengembangan ekonomi Islam berlandaskan misi dakwah.
3. Pengumpulan Tematik. Kandungan literatur disusun dan diklasifikasi kepada lima tema teras, yang seterusnya dicadangkan sebagai elemen dalam kerangka konsepsual Dakwah Ekonomi, iaitu:

(i) *Asas Nilai* (Tauhid, Maqasid, Ihsan),
(ii) *Aktiviti Ekonomi Berteraskan Dakwah*,
(iii) *Saluran dan Medium Dakwah*,
(iv) *Model Interaksi Dakwah-Ekonomi*, dan
(v) *Pendekatan Strategik Pentahelix* (melibatkan kerajaan, akademik, industri, masyarakat sivil dan media).

Pendekatan ini memungkinkan penerokaan secara mendalam terhadap konsep Dakwah Ekonomi sebagai satu sinergi antara transformasi ekonomi dan penyampaian dakwah Islamiyyah yang bersifat strategik dan holistik.

Kajian ini juga menekankan aspek kesesuaian dakwah dalam konteks masyarakat digital**,** dengan memberi perhatian khusus terhadap peranan media sosial sebagai saluran dakwah ekonomi yang efektif, terutama kepada generasi muda. Dalam merangka kerangka ini, prinsip-prinsip teras Islam seperti *maqasid al-shariah*, *tawhid*, dan *ihsan* dijadikan asas dalam mencorak strategi pembangunan dakwah yang lestari dan inklusif.

HASIL KAJIAN

Hasil kajian ini terbahagi kepada dua bahagian, iaitu pertama adalah analisis tematik isu dan jurang penyelidikan berdasarkan pengumpulan tematik kandungan literatur daripada kajian-kajian lepas. Kedua, adalah cadangan kerangka konsepsual dakwah ekonomi yang akan menyatukan kerangka konsepsual secara tematik juga daripada kajian-kajian yang lepas.

Analisis Tematik Isu dan Jurang Penyelidikan

Pembangunan konsep dakwah ekonomi menghadapi pelbagai isu dan jurang penyelidikan yang menjadi cabaran utama dalam pengintegrasian strategi dakwah dan transformasi ekonomi berasaskan nilai Islam. Isu-isu tersebut bukan sahaja berkaitan dengan keterbatasan model teoretikal yang menyeluruh dan praktikal tetapi juga dengan realiti pelaksanaan nilai-nilai kerohanian dalam sistem ekonomi moden yang kompleks. Di samping itu, terdapat pemisahan yang jelas antara ulama dan ahli ekonomi dalam peranan dan fungsi mereka, yang menyebabkan kurangnya sinergi dalam pelaksanaan dakwah ekonomi. Tambahan pula, dasar dan pendekatan praktikal masih belum menunjukkan integrasi yang efektif antara aspek dakwah dan ekonomi yang merangkumi pelbagai lapisan masyarakat dan institusi.

Kekurangan Model Integrasi yang Komprehensif dan Operasional

Salah satu isu utama yang dikenalpasti ialah ketiadaan model integrasi yang komprehensif dan operasional dalam dakwah ekonomi yang mampu menggabungkan aspek keagamaan dan ekonomi secara harmonis. Majoriti kajian menyoroti bahawa walaupun terdapat banyak literatur yang membincangkan dakwah dan ekonomi secara berasingan, model yang memadukan kedua-duanya secara praktikal dan terukur masih belum dirumuskan secara penuh (Zaenuri, 2020; Millie, Syarif, & Fakhruroji, 2023).

Kajian oleh Zaenuri (2020) menunjukkan bahawa walaupun dakwah mempunyai peranan penting dalam membentuk kesedaran sosial dan nilai dalam masyarakat Muslim, aplikasi yang sistematik untuk mengintegrasikan nilai-nilai tersebut ke dalam sistem ekonomi masih terbatas dan kurang terarah. Hal ini mengakibatkan pelaksanaan inisiatif ekonomi yang kurang berlandaskan pada maqasid al-Shariah dan nilai spiritual seperti ihsan dan tauhid yang menjadi asas utama dalam Islam.

Millie et al. (2023) pula menekankan keperluan pengukuhan disiplin dakwah dalam sistem pendidikan negara di Indonesia sebagai contoh bagaimana dasar-dasar dakwah masih berperanan secara terpisah daripada pembangunan ekonomi. Ketiadaan kerangka kerja operasi yang menghubungkan aktiviti dakwah dengan transformasi ekonomi menjadi faktor yang membantutkan integrasi tersebut.

Selain itu, fokus kajian seperti oleh Kanafi et al. (2021) menyoroti bahawa walaupun institusi-institusi seperti masjid, koperasi Islam, dan zakat berpotensi menjadi medium integrasi dakwah dan ekonomi, namun model operasionalnya belum dikaji secara menyeluruh. Ketiadaan satu panduan yang jelas mengenai bagaimana institusi-institusi ini boleh berinteraksi secara efektif dalam model dakwah ekonomi mengundang jurang pelaksanaan di lapangan.

Kesulitan dalam Mengimplementasikan Nilai Spiritual dalam Sistem Ekonomi Moden

Mengintegrasikan nilai-nilai kerohanian dan etika Islam ke dalam sistem ekonomi moden yang berdasarkan mekanisme pasaran global menjadi satu cabaran yang cukup kompleks. Sistem ekonomi moden sering dilihat sebagai berasaskan prinsip-prinsip kewangan sekular dan kapitalis yang tidak selari secara penuh dengan nilai Islam seperti keadilan, keseimbangan sosial, dan bebas riba (Burhani, 2016; Idrus, 2020).

Kajian Burhani (2016) menunjukkan bahawa fundamentalism dan ketegangan antara elemen agama dan sistem ekonomi moden menimbulkan kesukaran dalam pelaksanaan dakwah ekonomi yang autentik. Terutamanya apabila sistem ekonomi pelbagai dunia berorientasikan keuntungan berasaskan faedah dan pelaburan spekulatif, nilai-nilai Islam seperti larangan riba, keadilan sosial dan maqasid al-Shariah sukar diimplimentasi secara holistik.

Sementara itu, hasil kajian lain seperti oleh Nan et al. (2024) membincangkan metodologi dalam membina isi dakwah yang menampilkan nilai spiritual melalui hadis tematik, namun mengakui bahawa pengaplikasian nilai tersebut di peringkat sistemik ekonomi masih menghadapi rintangan struktur dan pendekatan moden yang serba kompleks. Ini menuntut kajian lebih mendalam dan model yang memungkinkan penerapan nilai spiritual berterusan dalam ruang ekonomi tanpa mengabaikan aspek praktikal dan inovasi teknologi.

Tambahan pula, Musyarrofah dan Zulhannan (2023) dalam kajian mereka mengenai moderasi agama dalam dakwah Nahdlatul Ulama menyoroti bagaimana nilai-nilai spiritualisasi kerap kali terhad pada komunikasi verbal dan pengajaran teoretikal sahaja tanpa diiringi pelaksanaan ekonomi yang konkrit dan berkesan. Hal ini meningkatkan jurang antara idealisme nilai Islam dan realiti ekonomi pengguna dan pelaku pasar.

Pemisahan Fungsi antara Ulama dan Ekonomi

Jurang antara ulama dan ahli ekonomi dalam menjalankan peranan masing-masing merupakan isu ketara yang menjejaskan keberkesanan dakwah ekonomi. Terdapat kecenderungan di mana ulama lebih memberi tumpuan kepada aspek agama dan hukum syariah manakala ahli ekonomi memfokuskan kepada faktor teknikal ekonomi berdasarkan analisis pasaran dan kewangan moden (Kanafi et al., 2021; Harrieti et al., 2023).

Kajian Kanafi et al. (2021) menegaskan masalah ini sebagai salah satu sebab utama ketidakhadiran model integrasi yang mantap. Ulama dan ekonomi sering berada dalam birokrasi dan institusi yang berasingan tanpa komunikasi berkesan dan koordinasi yang menyeluruh. Ini mengakibatkan ketidakselarasan antara dasar keagamaan dengan dasar ekonomi.

Harrieti et al. (2023) pada kajian mereka tentang perlindungan deposit dalam perbankan syariah juga mendapati adanya kekurangan koordinasi antara aspek hukum syariah dan regulasi ekonomi formal. Hal ini mempengaruhi perlaksanaan produk dan servis perbankan Islam yang seharusnya menjadi medan dakwah ekonomi secara efektif.

Pemisahan ini bukan sahaja di bidang institusi tetapi juga dalam proses pendidikan dan pembentukan sumber manusia. Latief (2022) menunjukkan bagaimana institusi pendidikan Islam yang memisahkan kajian agama dengan ekonomi menyebabkan generasi muda dan para dai kurang memahami naluri penggabungan kedua bidang ini. Keadaan ini boleh melemahkan keberkesanan dakwah ekonomi yang sepatutnya membangun secara organik dalam komuniti Muslim.

Kebijakan dan Pendekatan Praktikal yang Belum Terintegrasi

Kajian Olivier (2019) membincangkan faktor pemacu islamisasi di Malaysia yang menyoroti bagaimana dasar dan gerak kerja Islam dalam konteks ekonomi belum cukup membentuk agenda pembangunan ekonomi yang mengintegrasikan nilai Islam. Hal ini berlaku kerana kebanyakan dasar ekonomi lebih berorientasi kepada pendekatan kapitalis dan neoliberal.

Millie et al. (2023) pula menekankan bahawa dalam sistem pendidikan dan dasar awam di Indonesia, aktiviti dakwah lebih dipisahkan daripada ekosistem ekonomi secara efektif walaupun mempunyai potensi besar. Ketiadaan pendekatan praktikal untuk mengadaptasi dakwah dalam konteks ekonomi menyebabkan Dakwah Ekonomi hanya tinggal sebagai konsep tanpa pelaksanaan konkrit yang menyeluruh.

Tambahan pula, Wekke et al. (2019) yang mengkaji peranan Muhammadiyah menunjukkan bahawa walaupun organisasi Islam mempunyai potensi besar dalam pengembangan ekonomi sosial dan dakwah, dasar institusi masih kurang menyokong pengimplementasian strategi pembangunan ekonomi yang berteraskan dakwah secara efektif. Dalam sektor kewangan Islam juga, kajian oleh Fouad et al. (2024) dan Nyamnad (2023) menunjukkan bahawa produk dan perkhidmatan kewangan Islam masih menghadapi kesukaran untuk dilaksanakan dengan nilai keadilan dan keberlanjutan secara menyeluruh akibat kurangnya standar pengawalan integratif dari sisi hukum dan ekonomi

Jurang Penyelidikan Tambahan Berdasarkan Kajian Empirik dan Teoretikal

Selain empat isu utama di atas, terdapat juga jurang penyelidikan tambahan yang mencakupi beberapa aspek penting. Antaranya adalah:

1. Kurangnya Kajian Empirik tentang Keberkesanan Pendekatan Dakwah Ekonomi dalam Masyarakat Melayu dan Muslim Asia Tenggara: Sebagaimana yang diutarakan

oleh Weng (2022) dan Yasin et al. (2020), kajian empirikal yang komprehensif tentang kesan sosial dan ekonomi dakwah ekonomi masih terhad dan sebahagian besarnya berfokus pada tinjauan kualitatif. Kajian longitudinal dan kuantitatif yang mengukur perubahan tingkah laku ekonomi dan sosial sebagai hasil dakwah ekonomi perlu lebih pertingkatkan.

2. Kesenjangan dalam Pengukuran Kredibiliti Informasi Dakwah dan Isi Ekonomi: Penilaian mengenai kredibiliti maklumat dakwah dalam media sosial dan dalam konteks ekonomi Islam masih memerlukan kajian yang lebih mendalam, seperti yang ditemukan oleh Kadir et al. (2019). Dengan peningkatan penggunaan media digital, validasi sumber dan isi dakwah ekonomi menjadi semakin sangat kritikal.

3. Kurangnya Sinergi antara Lembaga Dakwah Tradisional dengan Inovasi Teknologi dan Pendekatan Digital: Kajian-kajian seperti yang dilakukan oleh Hew Weng (2018) tentang media sosial dan dakwah kontemporari menunjukkan adanya jurang antara pendekatan tradisional dan inovasi teknologi yang digunakan untuk menyebarkan nilai ekonomi Islam secara efektif kepada generasi muda.

4. Keterbatasan Kajian atas Pendekatan Multikultural dan Transnasional dalam Dakwah Ekonomi: Pengintegrasian budaya lokal dan teknologi global dalam dakwah ekonomi menunjukkan keperluan untuk penelitian lebih lanjut, sebagaimana yang dijelaskan oleh Weng (2019) dan Ismail & Aziz (2022) berkaitan dakwah budaya Cina dan konsep universal Islam melalui arsitektur masjid.

5. Implikasi Sosial-Politik dan Persepsi Masyarakat terhadap Dakwah Ekonomi: Kajian oleh Burhani (2016) dan Huda (2019) menunjukkan adanya cabaran dalam persepsi masyarakat dengan implementasi pendekatan dakwah yang inklusif dan berkeadilan ekonomi di tengah-tengah kedinamikan politik dan sosial yang kompleks.

Dengan pemahaman isu dan jurang penyelidikan yang terperinci ini, maka kajian lanjut sangat diperlukan untuk membentuk kerangka dakwah ekonomi yang terintegrasi, operasional, dan kesinambungan dalam membangun masyarakat madani yang sejahtera berdasarkan nilai Islam.

Cadangan Kerangka Konsepsual Dakwah Ekonomi

Beradasakan analisis tematik Isu dan Jurang Penyelidikan mengenai dakwah dan ekonomi, dapatkan dihimpukan satu cadangan kerangka dakwah ekonomi seperti berikut:



Asas Nilai: Maqasid al-Shariah, Ihsan, Tauhid sebagai Dasar Utama

Kerangka konseptual dakwah ekonomi harus berpijak pada nilai-nilai prinsipil Islam yang tidak hanya menjadi landasan normatif tetapi juga operasional dalam kehidupan umat. Maqasid al-Shariah, atau tujuan-tujuan syariah, berfungsi sebagai prinsip utama dalam mengarahkan aktiviti ekonomi dakwah agar selaras dengan tujuan Islam dalam mewujudkan kesejahteraan dan keadilan sosial (Kanafi, Dahri, Susminingsih, & Bakhri, 2021). Maqasid ini mencakupi pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta, yang secara holistik mendorong keberlanjutan dan pengembangan masyarakat yang sakinah.

Konsep Ihsan, yang merujuk pada kesempurnaan dan kemuliaan dalam beramal, menjadi pendorong penting agar aktiviti ekonomi dan dakwah dijalankan dengan berintegriti, keikhlasan, dan kualiti yang tinggi. Penekanan pada Ihsan ini menginspirasikan pendekatan ekonomi beretika, yang melebihi sekadar untung dan materialisme, melainkan berorientasi pada manfaat sosial dan spiritual (Ismail & Aziz, 2022).

Tauhid sebagai asas Aqidah menjadi titik pusat dalam kerangka ini, mengarahkan seluruh aktiviti dakwah ekonomi untuk refleks kesatuan dan keharmonisan muamalat antara manusia dengan Allah, sesama manusia, dan alam semesta. Tauhid tidak hanya mengandung aspek keimanan, tetapi juga implikasi sosial dan ekonomi yang menolak ketaasuban individualisme dan mendorong solidariti ekonomi serta tanggung jawab bersama (Musyarrofah & Zulhannan, 2023).

Aktiviti Ekonomi Dakwah: Pemberdayaan Ekonomi, Keusahawanan Islam, Kewangan Sosial

Aktiviti ekonomi dakwah harus diartikulasikan melalui program pemberdayaan ekonomi umat yang bersifat inklusif dan berkelanjutan. Pemberdayaan ini mencakupi pengukuhan kapasiti ekonomi individu dan komuniti dengan tujuan mengangkat mereka dari kemiskinan dan kebergantungan (Bilalu, Purwadi, & Subeitan, 2022). Dalam konteks ini, dakwah ekonomi menjadi instrumen berkesan untuk mengabungkan pendidikan nilai Islam dengan pembangunan kapasiti ekonomi praktikal.

Keusahawanan Islam merupakan salah satu asas penting yang menyiapkan individu untuk menjadi pelaku ekonomi yang menggabungkan nilai-nilai syariah dengan inovasi bisnis. Hal ini terserlah dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berasaskaan nilai Islam yang memperhatikan keadilan, efisiensi, dan keberlanjutan (Jannah & Ida, 2019). Pendekatan ini tidak hanya membantu pelaku usaha tumbuh secara finansial tetapi juga menginternalisasi nilai moral dalam operasi bisnis sehari-hari.

Kewangan sosial, seperti pengelolaan zakat, wakaf, infak, dan sedekah, memiliki peranan strategik dalam menyokong tujuan dakwah ekonomi. Model-model kewangan sosial ini tidak hanya sebagai instrumen pengagihan kekayaan tetapi juga sebagai cadangan untuk memperkuat solidariti dan inklusif sosial. Berbagai kajian menunjukkan pentingnya integrasi lembaga zakat dan wakaf dalam strategi pembangunan sosial-ekonomi berasaskan dakwah

(Baulch & Pramiyanti, 2018; Jima'ain et al., 2024).

Saluran Dakwah: Institusi Masjid, Zakat, Koperasi, NGO Islam

Masjid sebagai pusat dakwah tradisional berperanan mengintegrasikan berbagai fungsi sosial, keagamaan, dan ekonomi dalam masyarakat Muslim. Pembugaran masjid sebagai pusat dakwah dan pengembangan ekonomi merupakan strategi penting untuk memperkuat kapasiti komuniti setempat (Usman, 2020). Masjid bukan hanya menjadi tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat pendidikan, pertemuan perniagaan, dan platform transaksi kewangan syariah.

Zakat sebagai instrumen wajib dalam Islam mempunyai potensi yang besar untuk memberdayakan masyarakat miskin dan mengurangi kesenjangan sosial. Kajian di Indonesia dan Malaysia menunjukkan bahawa pengelolaan zakat yang efektif dapat menjadi pendorong utama pembangunan ekonomi dan dakwah sosial (Yasin, Manap, & Kasim, 2020; Radzi et al., 2024). Pengelolaan ini perlu didukung oleh regulasi yang jelas dan keterlibatan masyarakat dalam proses agihan.

Koperasi syariah merupakan wadah organisasi ekonomi yang menggabungkan prinsip keadilan dan kerja sama dalam berbagai aktiviti ekonomi. Keberadaan koperasi membantu mengatasi kesenjangan akses terhadap modal dan memperkuat ikatan sosial antara anggota komuniti (Millie, Syarif, & Fakhruroji, 2023). Koperasi selain sebagai asas ekonomi juga menjadi medium dakwah melalui pendidikan dan pembinaan anggota.

NGO Islam memainkan peranan yang tidak kurang penting dalam merancang program-program sosial dan ekonomi yang bersifat advokasi, pengukuhan kapasiti, dan inovasi dakwah digital. Peranan NGO dalam digitalisasi dakwah dan pendayagunaan media sosial dapat memperluas jangkauan dan keberkesanan misi dakwah ekonomi (Hew, 2018).

Model Interaksi

1. Gabungan Dakwah bil-Hal (Praktikal) dan Dakwah bil-Lisan (Komunikasi Verbal)

Kerangka dakwah ekonomi tidak dapat dipisahkan dari interaksi antara dakwah bil-hal dan dakwah bil-lisan. Dakwah bil-hal yang terbukti sangat efektif adalah manifestasi nyata pengamalan nilai Islam dalam aktiviti ekonomi dan sosial sehari-hari, seperti praktik keadilan bisnis, sosial zakat, dan pemberdayaan masyarakat (Zaenuri, 2020). Implementasi ini membangun legitimasi sosial dan spiritual yang kuat.

Sementara itu, dakwah bil-lisan merupakan komunikasi verbal yang membangun kesedaran agama dan pemahaman etika ekonomi Islam. Melalui ceramah, kajian, diskusi, dan berbagai media komunikasi, masyarakat diberi wawasan dan motivasi untuk menginternalisasi nilai-nilai dakwah ekonomi (Ibrahim, 2014). Kombinasi keduanya menciptakan sinergi untuk memperluas kesan dakwah dalam membentuk karakter ekonomi yang Islamik.

2. Hubungan Dua Hala antara Kesedaran Agama dan Tingkah Laku Ekonomi

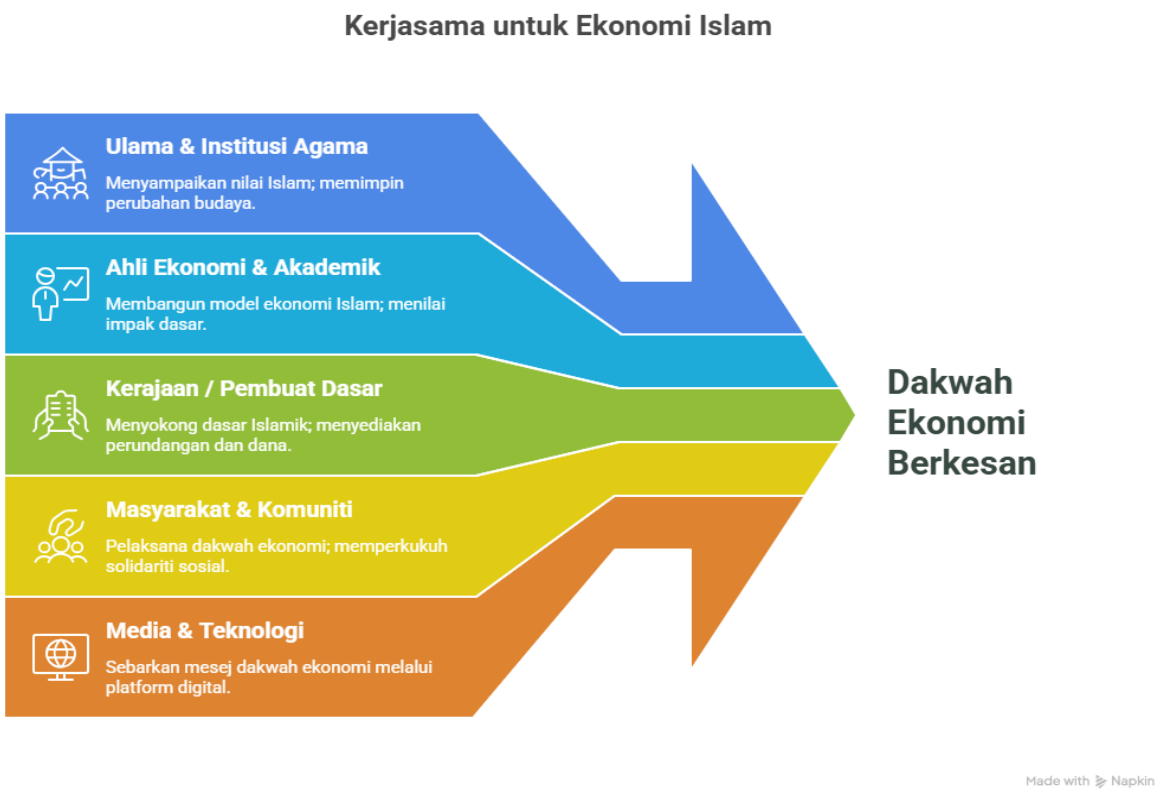
Kajian tentang pembinaan individu yang menekankan pentingnya hubungan ini dalam proses pembentukan keluarga sakinah melalui dakwah yang fokus pada saling memahami dan kepatuhan dalam keluarga berasaskan nilai Islam (Bilalu et al., 2022). Hubungan harmonis ini memperkuat kesediaan sosial dan ekonomi umat dalam menghadapi cabaran modern.

3. Pendekatan Pentahelix: Kerjasama Ulama, Ahli Ekonomi, Kerajaan, Masyarakat dan Media

Keterpaduan pelbagai pihak melalui pendekatan Pentahelix dianggap sangat relevan dan efektif dalam mengoptimalkan dakwah ekonomi. Ulama dan pakar fiqh berperanan menetapkan nilai normatif dan panduan hukum syariah, mengarah pada moderasi dan inovasi hukum ekonomi Islam (Musyarrofah & Zulhannan, 2023; Kanafi et al., 2021). Ahli ekonomi dan praktis bisnis bertugas dalam mengembangkan model ekonomi dan teknologi yang aplikatif dan sesuai syariah.

Kerajaan melalui perundangan dan regulasi memberikan landasan dan sokongan institusi yang memungkinkan perkembangan dakwah ekonomi secara sistematik (Millie et al., 2023). Masyarakat sebagai pelaku dan penerima manfaat, berperanan aktif dalam implementasi dan menyokong program pemberdayaan dan pendidikan dakwah ekonomi. Media, terutama digital, memperluaskan jangkauan dakwah dengan teknik komunikasi modern yang menarik dan persuasif (Hew, 2018).

Kerjasama ini menurut beberapa kajian, dapat menciptakan dinamika positif untuk lanjutan ekonomi berlandaskan nilai Islam dan meningkatkan kualiti hidup masyarakat secara holistik (Akbar et al., 2025; Awang et al., 2024). Dengan pengintegrasian komponen teras dan model interaksi ini, kerangka konseptual dakwah ekonomi menjadi sebuah strategi yang komprehensif dan aplikatif, sesuai dengan keperluan kontemporari dan dalam masa yang sama menjaga prinsip-prinsip asas Islam.



PERBINCANGAN

Rumusan perbincangan menegaskan pentingnya membina sebuah kerangka konsepsual dakwah ekonomi yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan transformasi ekonomi dan misi dakwah secara holistik. Berdasarkan kajian literatur yang luas dan pelbagai, dapat dilihat bahwa dakwah dalam konteks kontemporari tidak hanya terhad kepada aspek verbal atau spiritual semata, melainkan telah berkembang mencakupi aktiviti-aktiviti ekonomi yang bersifat pemberdayaan, kewangan sosial, dan pembangunan masyarakat yang berkeadilan.

Kerangka konseptual yang diusulkan mendasari asas nilai seperti maqasid al-Shariah, ihsan, dan tauhid yang perlu dijadikan asas utama dalam setiap gerakan dakwah ekonomi (Kanafi et al., 2021; Nan et al., 2024). Nilai-nilai ini merupakan landasan falsafah dan praktikal untuk mendorong ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga pada kesejahteraan sosial dan spiritual (Khan, 2024). Dalam hal ini, institusi dakwah tradisional seperti masjid, zakat, sedekah, koperasi, dan lembaga masyarakat Islam memiliki peranan pusat sehenti sebagai saluran dakwah dan pemberdayaan ekonomi yang harus dimaksimumkan melalui pembugaran dan inovasi (Usman, 2020; Baulch & Pramiyanti,

2018).

Selain itu, model interaksi yang melibatkan dakwah bil-hal dan dakwah bil-lisan perlu diaplikasikan untuk menjunjung kesinambungan antara kesedaran agama dan tindakan ekonomi sebenar di lapangan, agar motivasi keagamaan dapat direalisasikan dalam transformasi ekonomi secara nyata dan berlanjutan (Zulkarnain & Syawaluddin, 2023; Musyarrofah & Zulhannan, 2023). Kerangka pentahelix yang menggabungkan kerjasama antara ulama, ahli ekonomi, pemerintah, masyarakat, dan media juga menjadi mekanisme penting untuk menjawab kompleksiti cabaran dalam konteks transformasi dakwah ekonomi modern (Millie et al., 2023; Weng, 2022).

Dalam konteks pembangunan ummah, dakwah ekonomi dapat menjadi solusi strategik untuk mengatasi berbagai isu sosial-ekonomi seperti kemiskinan, ketidakadilan, dan ketaksamaan, yang selama ini menjadi penghambat kemajuan ummah secara keseluruhan (Yasin et al., 2020; Aulia et al., 2024). Pemberdayaan ekonomi melalui gerakan dakwah yang berlandaskan prinsip keadilan sosial dan maqasid syariah ini menyokong pembangunan komuniti yang kuat secara kewangannya (Baulch & Pramiyanti, 2018; Latief, 2022).

Namun demikian, terdapat cabaran signifikan dalam mengimplementasikan konsep ini secara komprehensif, khususnya dalam mengharmonisasikan nilai spiritual dengan tuntutan sistem ekonomi modern yang serba kompleks (Fakhruddin & Hidayat, 2024; Hizani et al., 2024). Misalnya, perbezaan pendekatan antara ulama dalam isu hukum Islam dan praktikal ekonomi dalam mengurus lembaga kewangan syariah perlu diselesaikan melalui dialog dan ijtihad kolektif agar polisi yang dihasilkan mencerminkan kearifan dan kemaslahatan umat (Hasan et al., 2021; Arsadani et al., 2024).

Pengaruh komunikasi digital dan media sosial dalam menyebarkan dakwah ekonomi juga menjadi aspek penting yang tidak boleh diabaikan (Hew, 2018; Baulch & Pramiyanti, 2018). Digitalisasi menyediakan peluang luas untuk menjangkau khalayak yang lebih besar dan merangsang partisipasi sosial dalam praktik dakwah ekonomi, tetapi juga membutuhkan validasi kredibilitas informasi yang ketat agar tidak menimbulkan distorsi atau radikalisasi (Salih et al., 2019; Zaenuri, 2020).

Kerangka ini mendorong adaptasi dakwah ekonomi dengan konteks globalisasi dan modernisasi, sekaligus memelihara identiti dan nilai-nilai Islam secara autentik (Pranawati, 2017; Olivier, 2020). Pendekatan kontekstual dan komprehensif, termasuk pengembangan pendidikan dakwah dan ekonomi Islam, sangat diperlukan untuk memastikan regenerasi kepemimpinan ulama dan ekonomi yang mampu menghadapi cabaran zaman (Latief, 2022; Hefner, 2016).

Dalam implementasinya, pendekatan kolaboratif dan multidisiplin menjadi kunci keberhasilan dakwah ekonomi, melibatkan berbagai elemen masyarakat dan pemangku kepentingan secara sinergi (Musyarrofah & Zulhannan, 2023; Millie et al., 2023). Penguatan kapasiti lembaga keagamaan, pengembangan inovasi kewangan syariah, dan pemanfaatan teknologi modern menjadi prioriti strategik yang harus mendapat perhatian serius (Said et al., 2024; Jannah & Ida, 2019).

Akhirnya, kerangka konseptual dakwah ekonomi ini tidak hanya memberikan sumbangan teoritis terhadap kajian dakwah dan ekonomi Islam yang berkelanjutan, tetapi juga membuka ruang kajian empirikal serta tindakan praktis di lapangan untuk membangun komuniti Islam yang sihat secara spiritual dan produktif secara ekonomi (Redzi et al., 2024; Zainudin et al., 2024). Penguatan peranan institusi seperti masjid, zakat, koperasi, dan NGO Islamik diharapkan memperkuat agenda pembangunan ekonomi ummah yang lebih inklusif dan berkeadilan, selaras dengan prinsip-prinsip maqasid al-Shariah.

Dengan demikian, dakwah ekonomi merupakan sebuah paradigma integratif yang menawarkan solusi berkelanjutan terhadap problematika ekonomi umat muslim, sekaligus meneguhkan posisi Islam sebagai sistem hidup yang menyeluruh dan relevan dalam dinamika perkembangan dunia modern saat ini.

KESIMPULAN

Tinjauan ini menunjukkan keperluan mendesak terhadap satu kerangka yang komprehensif dan operasional bagi mengintegrasikan dakwah dengan transformasi ekonomi yang berasaskan nilai-nilai Islam dalam usaha menangani cabaran sosioekonomi yang semakin mendesak dalam kalangan masyarakat Muslim. Model konseptual yang dicadangkan, yang berteraskan maqasid al-shariah, ihsan dan tauhid, menghubungkan nilai-nilai kerohanian

dengan aktiviti ekonomi yang bersifat praktikal serta mekanisme institusi, sekali gus mendorong interaksi yang dinamik antara kesedaran keagamaan dan tingkah laku ekonomi. Meskipun potensi ini jelas kelihatan, masih wujud jurang yang ketara dalam merapatkan perbezaan antara ilmuwan agama dan ahli ekonomi, serta dalam merangka dasar yang padu bagi menyatukan fungsi dakwah dan ekonomi. Pendekatan pentaheliks yang dicadangkan menekankan kepentingan kerjasama pelbagai pihak berkepentingan dalam melaksanakan dakwah ekonomi secara berkesan. Penyelidikan akan datang disarankan memberi tumpuan kepada pengesahan empirikal terhadap kerangka ini serta penerokaan aplikasi di peringkat komuniti bagi merealisasikan matlamat pembangunan holistik ummah. Secara keseluruhannya, dapatan ini memberikan sumbangan yang signifikan kepada teori dan amalan transformasi ekonomi Islam melalui pendekatan dakwah.

PENGHARGAAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakulti Ekonomi dan Muamalat di atas sokongan dan kemudahan bagi menjalankan penyelidikan ini

RUJUKAN

Arnez, M. (2009). Dakwah by the pen. Indonesia and the Malay World, 37(107), 45–64. https://doi.org/10.1080/13639810902743040

Basit, Abdul. (2016). The ideological fragmentation of Indonesian Muslim students and da'wa movements in the postreformed era. Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies, 6(2), 185–208. https://doi.org/10.18326/ijims.v6i1.185-208

Baulch, E., & Pramiyanti, A. (2018). Hijabers on Instagram: Using visual social media to construct the ideal Muslim woman. Social Media and Society, 4(4), 1–15. https://doi.org/10.1177/2056305118800308

Bilalu, N., Purwadi, W., & Subeitan, S. M. (2022). The Role of Mastûra Da'wah in Forming A Sakînah Family in the Jama'ah Tabligh of Manado City. Al-'Adalah, 19(2), 401–418. https://doi.org/10.24042/adalah.v19i2.11268

Burhani, A. N. (2016). Fundamentalism and religious dissent: The LPPI's mission to eradicate the Ahmadiyya in Indonesia. Indonesia and the Malay World, 44(129), 145–164. https://doi.org/10.1080/13639811.2015.1135610

Dayyan, Muhammad, Mardhiah, Ainun, & Sembiring, Masdalifah (2019). Da'wah Experience, Spiritual, And Economic Resilience Of Jamaah Tabligh in Langsa. Jurnal Ilmiah Islam Futura, 19(2), 203–220. https://doi.org/10.22373/jiif.v19i2.4545

Hafid, A., Bahri, S., Marzuki, S. N., Muis, M., & Idayanti, R. (2024). The Application of Khiyar Principles to E-Commerce Transaction: The Islamic Economy Perspective. Samarah, 8(1), 403–420. https://doi.org/10.22373/sjhk.v8i1.20890

Harrieti, N., Ahmad, A., Sandra, E., & Utarie, F. (2023). Now and forward: Customer deposit insurance of Sharia bank in Indonesia. Udayana Journal of Law and Culture, 7(2), 159–177. https://doi.org/10.24843/UJLC.2023.v07.i02.p03

Hasan, M. A. K., Dzulkarnain, I., & Nashirudin, M. (2021). Al-Manhâj al-Fiqhî 'Inda Jamâ'ah "Muassah al-Da'wah al-Islâmiyah al-Indûnîsiyah" wa Âtsâruhu fî Istinbâth al-Ahkâm al-Syar'iyyah. Al-Ihkam: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial, 16(2), 558–594. https://doi.org/10.19105/AL-LHKAM.V16I2.5112

Hew, W. W. (2018). The art of dakwah: Social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siauw. Indonesia and the Malay World, 46(134), 61–79. https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757

Huda, M. S. (2019). The local construction of religious blasphemy in East Java. Journal of Indonesian Islam, 13(1), 96–114. https://doi.org/10.15642/JIIS.2019.13.1.96-114

Hwang, J. C. (2019). Dakwah before jihad: Understanding the behaviour of Jemaah Islamiyah. Contemporary Southeast Asia, 41(1), 14–34. https://doi.org/10.1355/cs41-1b

Ibrahim, A. (2014). The need for discoursing social theology in Muslim Southeast Asia. Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies, 4(1), 1–23. https://doi.org/10.18326/ijims.v4i1.1-23

Jannah, H., & Ida, R. (2019). Nyai Madura: Representation of female religious leaders in contemporary Indonesia. Space and Culture, India, 7(1), 240–249. https://doi.org/10.20896/SACI.V7I1.408

Kadir, K. A., Sahari, N., & Judi, H. M. (2019). Indicators on social media islamic information credibility through an expert agreement; [Indikator kewibawaan maklumat islam di media sosial melalui kesepakatan pakar]. Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 35(2), 499–522. https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3502-30

Kanafi, I., Dahri, H., Susminingsih, S., & Bakhri, S. (2021). The contribution of ahlussunnah waljamaah's theology in establishing moderate Islam in Indonesia. HTS Teologiese Studies / Theological Studies, 77(4), Article 6437. https://doi.org/10.4102/hts.v77i4.6437

Kanafi, Imam and Dahri, Harapandi and Susminingsih, Susminingsih and Bakhri, Syamsul (2021). The contribution of ahlussunnah waljamaah's theology in establishing moderate islam in Indonesia. HTS Teologiese Studies / Theological Studies, 77(4). https://doi.org/10.4102/hts.v77i4.6437

Latief, Hilman. (2012). Islamic charities and dakwah movements in a Muslim minority Island: The experience of Niasan Muslims. Journal of Indonesian Islam, 6(2), 221–244. https://doi.org/10.15642/JIIS.2012.6.2.221-244

Latief, Hilman. (2022). The Masyumi Networks and the Proliferation of Islamic Higher Education in Indonesia (1945-1965). Bijdragen tot de Taal-, Land- en Volkenkunde, 178(4), 477–502. https://doi.org/10.1163/22134379-bja10043

Marasabessy, B. (2006). Dawr al-Sulṭān Zayn al-'Ābidīn fī Nashr al-Islām fī Sulṭānah al-Tarnātī fī al-Qarn al-Rābī' 'Ashr al-Mīlādīyah. Studia Islamika, 13(3), 499–515. https://doi.org/10.15408/sdi.v13i3.562

Maruf, Abdullahi Oyelekan (2025). Comparative Study of Islamic and Secular Economic Law in Nigeria: Implications for Policy Making. Jurnal Ilmiah Mizani, 12(1), 33–49. https://doi.org/10.29300/mzn.v12i1.5340

Miftah, et al. (2023). The role of Islamic economics and social institutions during the time of Covid-19. Journal of Islamic Marketing, 15(8), 2144–2162. https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2022-0134

Millie, J., Syarif, D., & Fakhruroji, M. (2023). The Discipline of Dakwah in Indonesia's State Education System. Bijdragen tot de Taal-, Land- en Volkenkunde, 179(1), 38–60. https://doi.org/10.1163/22134379-bja10047

Musaddad, Hafirda Akma, Maamor, Selamah, & Zainol, Zairy. (2023). An analysis of housing affordability in Malaysia: random effect approach. Journal of Islamic Accounting and Business Research. https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2022-0132

Musyarrofah, U., & Zulhannan. (2023). Religious Moderation in the Discourse of Nahdlatul Ulama's Dakwah in the Era of Industry 4.0. Millah: Journal of Religious Studies, 22(2), 409–434. https://doi.org/10.20885/millah.vol22.iss2.art5

Nan, A. H., Saleh, S. F. Z., Mokti, S. A., Mohd, S., & Ab Latif, S. N. S. (2024). The Application of the Thematic Hadith Method in the Construction of Da'wah Messages. Global Journal Al-Thaqafah, 14(2), 206–216. https://doi.org/10.7187/GJAT122024-14

Nan, Aida Hartini and Saleh, Siti Fazidatul Zahariah Mat and Mokti, Sakinah Abdul and Mohd, Saadiah and Ab Latif, Sharifah Nurulhuda S. (2024). The Application of the Thematic Hadith Method in the Construction of Da'wah Messages; [Pengaplikasian Kaedah Hadis Tematik dalam Pembinaan Isi Kandungan Risalah Dakwah]. Global Journal Al-Thaqafah, 14(2), 206–216. https://doi.org/10.7187/GJAT122024-14

Nisa, E. F. (2018). Social media and the birth of an Islamic social movement: ODOJ (One Day One Juz) in contemporary Indonesia. Indonesia and the Malay World, 46(134), 24–43. https://doi.org/10.1080/13639811.2017.1416758

Olivier, B. (2020). The factors driving Islamisation in Malaysia. Critical Studies of the Asia-Pacific, 59–92. https://doi.org/10.1007/978-981-15-0882-0_4

Radzi, R. M., Muhamed, N. A., Kamaruddin, M. I. H., Nazarie, W. N. F. W. M., & Kamarubahrin, A. F. (2024). Islamic Donations-Based Crowdfunding Platforms in Malaysia: An Evaluation of Regulatory and Shariah Issues. Petita: Jurnal Kajian Ilmu Hukum dan Syariah, 9(2), 413–434. https://doi.org/10.22373/petita.v9i2.316

Rijal, S. (2020). Following Arab Saints: Urban Muslim youth and traditional piety in Indonesia. Indonesia and the Malay World, 48(141), 145–168. https://doi.org/10.1080/13639811.2020.1729540

Said, Muhammad, & Muhammadun, Muzdalifah. (2024). Digital innovation in indonesian sharia banks: Strengthening and developing MSMEs for global expansion. Technopreneurship in Small Businesses for Sustainability, 78–96. https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3530-7.ch005

Sakai, Minako (2014). Establishing social justice through financial inclusivity: Islamic propagation by Islamic savings and credit cooperatives in Indonesia. TRaNS: Trans-Regional and -National Studies of Southeast Asia, 2(2), 201–222. https://doi.org/10.1017/trn.2014.4

Salih, M. A. M., Khalid, H. M., Kahar, R. A., & Zahari, W. A. M. (2019). Analysis on Islamic website evaluation models in the form of Dakwah in Malaysia. Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 35(3), 263–282. https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3503-16

Suryaningsi, Suryaningsi, Herliah, Endang, Syarif, Muhammad, Rosmini, Rosmini, Yuliangrum, Aullia Vivi, & Bahzar, Moh. (2024). Legal Responsibility of Coal Mining Company PT. International Prima Coal for Worker Welfare and Safety. Journal of Ecohumanism, 3(3), 758–769. https://doi.org/10.62754/joe.v3i3.3428

Usman, I. (2020). Revitalizing the role and function of the mosque as a center for Da'wah activities and community development. Samarah, 4(1), 1–24. https://doi.org/10.22373/sjhk.v4i1.7050

Wekke, I. S., Arif, B., Zubair, A., & Wardi, M. (2019). THE ROLE OF MUHAMMADIYAH INSTITUTION TOWARDS MUSLIM MINORITY IN WEST PAPUA. Jurnal Ilmiah Peuradeun, 7(1), 21–42. https://doi.org/10.26811/peuradeun.v7i1.311

Weng, H. W. (2019). Conservative inclusivity and hierarchical diversity: Chinese dakwah and the Paradoxes of Indonesian religious pluralism. Asian Journal of Social Science, 47(3), 387–407. https://doi.org/10.1163/15685314-04703006

Weng, H. W. (2022). Cultural Dakwah: Chinese Muslim Preaching Activities in Malaysia and Indonesia. In Routledge Handbook of Islam in Southeast Asia (pp. 271–284). https://doi.org/10.4324/9780429275449-18

Yasin, N., Manap, J., & Kasim, A. C. (2020). The social support influence on psychological well-being among converts in Malaysia. International Journal of Psychosocial Rehabilitation, 24(4 Special Issue1), 1469–1479. https://doi.org/10.37200/IJPR/V24SP1/PR201536

Zaenuri, A. (2020). Fiqh Conception of the Jamā'ah Tablīgh's Da'wah during the Covid-19 Pandemic: A Study of the Da'wah Movement of the Jamā'ah Tablīgh in Gorontalo. Journal of Islamic Law, 1(2), 135–157. https://doi.org/10.24260/jil.v1i2.68

Zainudin, W. Z. N. W., Kawangit, R. M., Don, A. G., & Yahya, S. A. (2024). Cultural Assimilation of New Convert with the Malay Community in Kelantan; [Asimilasi Budaya Mualaf dengan Orang Melayu di Kelantan]. Global Journal Al-Thaqafah, 14(2), 188–204. https://doi.org/10.7187/GJAT122024-13

Zulkarnain, M. R. D., & Syawaluddin. (2023). Perencanaan Dakwah Da'i dalam Mencegah Kemerosotan Akhlak Anak di Era Digitalisasi. Munaddhomah, 4(3), 610–619. https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i3.555