



**SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah**  
Volume 8 Nomor 2, Desember 2025  
p-ISSN 2654-3923  
e-ISSN 2621-6051

## **Pengaruh Peran Kepemimpinan Islam terhadap Manajemen Bisnis dalam Era Digital 4.0**

**Fajar Putri<sup>1</sup>, Jumiati Sasmita<sup>2</sup>**

<sup>\*1,2</sup> Universitas Riau

*e-mail:* Fajar.putri7260@grad.unri.ac.id

**Abstrak :** Komitmen organisasional merupakan faktor penting dalam menjaga keberlangsungan organisasi. Namun, berbagai studi mutakhir menunjukkan adanya penurunan komitmen karyawan yang ditandai dengan meningkatnya *turnover intention*, rendahnya keterikatan kerja, serta melemahnya loyalitas, khususnya pada organisasi yang menghadapi disrupsi nilai dan perubahan lingkungan kerja. Kondisi ini mendorong perlunya pendekatan kepemimpinan yang tidak hanya berorientasi pada kinerja, tetapi juga pada dimensi spiritual dan moral. Dalam konteks ini, kepemimpinan spiritual Islami dipandang sebagai pendekatan yang memadukan nilai transendental Islam dengan praktik manajerial modern. Artikel ini bertujuan mengkaji peran kepemimpinan spiritual Islami dalam memperkuat komitmen organisasional melalui studi pustaka terhadap literatur ilmiah yang dipublikasikan pada rentang tahun 2020–2025, mencakup jurnal nasional dan internasional bereputasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa kepemimpinan spiritual Islami mampu meningkatkan tiga dimensi komitmen organisasional, yaitu afektif, normatif, dan kontinuan. Nilai-nilai *siddiq*, amanah, *tabligh*, dan *fathanah* menjadi dasar moral yang memperkuat kepercayaan, tanggung jawab, serta keterikatan karyawan terhadap organisasi. Keterbatasan kajian ini terletak pada penggunaan metode literatur review tanpa pengujian empiris langsung, sehingga hasilnya belum sepenuhnya merepresentasikan kondisi organisasi secara kontekstual.

**Kata Kunci:** Kepemimpinan Islami, Manajemen Bisnis, Revolusi Industri 4.0, Digitalisasi

## PENDAHULUAN

Era Revolusi Industri 4.0 membawa peluang yang sangat besar dalam pengembangan model bisnis. Kemajuan teknologi seperti *Internet of Things* (IoT), *Big Data*, dan *Artificial Intelligence* (AI) membuka jalan untuk penciptaan produk dan layanan yang lebih cepat, efisien, serta mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Media sosial dan platform digital memudahkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, membangun citra, serta menciptakan inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan zaman.

*Artificial Intelligence* (AI) adalah salah satu kemajuan teknologi yang saat ini banyak digunakan oleh pelaku bisnis untuk meringkas waktu dalam menjalankan pekerjaannya, dalam mendesain produk, menyusun konten pemasaran, optimasi media sosial, penyesuaian pengalaman konsumen, serta analisis data konsumen. AI sudah seperti asisten bagi pelaku bisnis. Teknologi ini memberikan kelonggaran waktu dan kapasitas bagi pelaku usaha untuk fokus pada aspek strategis dan kreatif lainnya. Namun demikian, penggunaan AI yang berlebihan atau tanpa regulasi dan kontrol etika dapat menimbulkan risiko seperti klaim produk yang tidak sesuai kenyataan, iklan yang menyesatkan, atau ekspektasi konsumen yang terlalu tinggi.

Selain aspek teknologi, kepemimpinan memiliki peran yang krusial. Seorang pemimpin baik dalam konteks usaha kecil menengah maupun perusahaan besar harus mampu menetapkan visi, mengarahkan budaya

organisasi, menjaga integritas, serta memastikan bahwa kebijakan dan praktik usaha tidak hanya efektif secara bisnis, tetapi juga adil dan etis. Kepemimpinan Islami, dengan karakteristik seperti *Siddiq* (jujur), *amanah* (bertanggung jawab), *Fathanah* (mampu dan bijaksana dalam pengambilan keputusan), dan *tablig* (komunikatif dan transparan), menjadi kerangka nilai yang relevan untuk mendorong bisnis yang berkualitas, terpercaya, dan berkelanjutan.

Indonesia sebagai negara dengan penduduk mayoritas Muslim memberikan konteks spesial bagi kajian kepemimpinan dan etika dalam bisnis. Berdasarkan Sensus 2024, 87,08% penduduk Indonesia beragama Islam, yaitu sekitar 245.973.915 jiwa dari total penduduk sekitar 282.477.584 jiwa.

Jumlah pelaku usaha, khususnya UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), juga sangat besar. Hingga Mei 2025, tercatat sekitar 66 juta unit UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia. Dengan demikian, UMKM mencakup lebih dari 99% dari total unit usaha di Indonesia.

Perdagangan merupakan salah satu aktivitas ekonomi tertua yang dijalankan manusia sejak peradaban awal. Dalam Islam, berdagang memiliki kedudukan istimewa karena bukan sekadar aktivitas ekonomi untuk memperoleh keuntungan, melainkan juga bagian dari ibadah apabila dijalankan sesuai dengan syariat. Nabi Muhammad SAW sendiri dikenal sebagai seorang pedagang yang sukses sebelum diangkat menjadi Rasul. Sejarah mencatat bahwa sejak usia muda beliau telah berdagang ke

berbagai wilayah, seperti Syam, dengan membawa sifat-sifat mulia yang kemudian menjadi teladan dalam dunia bisnis, yakni *Siddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *Fathanah* (cerdas dan bijaksana), serta *tablig* (menyampaikan dengan jelas).

Islam menempatkan perdagangan sebagai salah satu mata pencaharian yang sangat dianjurkan. Hal ini ditegaskan dalam sebuah Hadist riwayat al-Baihaqi yang menyebutkan bahwa “sembilan dari sepuluh pintu rezeki ada dalam perdagangan.” Hadits ini memberikan pemahaman bahwa aktivitas berdagang memiliki potensi besar sebagai sumber kesejahteraan umat, sekaligus membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat luas. Lebih dari itu, berdagang yang dilakukan dengan jujur, adil, dan tanpa praktik curang dipandang sebagai amal yang akan mendatangkan keberkahan.

Al-Qur’an pun memberikan landasan normatif mengenai perdagangan. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah [2]: 275 :

مُحَمَّدٌ  
وَاحِلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

*Artinya : “...Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”.*

Ayat ini menegaskan bahwa jual beli atau perdagangan merupakan aktivitas halal yang diperbolehkan bahkan dianjurkan, selama tidak bercampur dengan praktik ribawi dan kebatilan. Dengan demikian, perdagangan yang sesuai syariat Islam tidak hanya mengandung nilai ekonomi, tetapi juga nilai spiritual.

Dengan mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam (sekitar 87,08% dari total populasi 282 juta jiwa

per 2024), perdagangan berbasis nilai-nilai Islami memiliki peluang besar untuk berkembang. Integrasi antara prinsip etika dagang Rasulullah SAW dengan inovasi teknologi digital modern dapat menjadi kekuatan baru dalam menciptakan ekosistem bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga diridai oleh Allah SWT.

Di era digital 4.0, pelaku usaha sangat dianjurkan untuk tetap melek terhadap perkembangan teknologi, agar tidak tertinggal dengan pesaing lainnya. Dalam Malik (2024) menegaskan bahwa transformasi bisnis tidak hanya memerlukan adaptasi strategi yang efektif, tetapi juga mengharuskan perusahaan untuk secara proaktif mengidentifikasi dan mengimplementasikan inovasi teknologi yang relevan. Namun, di satu sisi, pemimpin juga perlu memantau arah perkembangan teknologi yang di implementasikan pada bisnisnya, agar tetap menjalankan sesuai syariat Islam.

Penelitian Saebah (2023) menunjukkan bahwa kepemimpinan memegang peranan strategis dalam mengelola perusahaan agar mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, mengatasi berbagai tantangan, serta mencapai tujuan organisasi di tengah dinamika global. Sejalan dengan itu, Suryaningsih (2021) menemukan bahwa gaya kepemimpinan Islami memiliki korelasi positif terhadap peningkatan kinerja dan kesejahteraan karyawan, khususnya dalam konteks bisnis berbasis nilai. Temuan ini diperkuat oleh Wijayati dan Rahman (2023) yang menegaskan bahwa kepemimpinan Islami berpengaruh

signifikan terhadap *work engagement* di era Revolusi Industri 4.0 melalui penguatan etika kerja Islami. Selain itu, Zakaria *et al.* (2019) menyatakan bahwa kepemimpinan Islami yang berlandaskan nilai amanah, keadilan, dan tanggung jawab mampu meningkatkan kesiapan organisasi dalam menghadapi tantangan digital. Dengan demikian, berdasarkan kajian peneliti terdahulu, kepemimpinan Islami dapat dipandang sebagai model kepemimpinan yang efektif dalam memastikan keberhasilan usaha tidak hanya secara finansial, tetapi juga halal, berkah, dan berkelanjutan di era digital 4.0.

Berdasarkan uraian-uraian di atas penulis bermaksud tertarik untuk meneliti terkait peran kepemimpinan Islam pada manajemen bisnis di era digital 4.0. Mengetahui bagaimana efektivitas program wakaf produktif dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan UMKM, apa saja hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam melaksanakan program wakaf produktif, Sejauh mana prinsip-prinsip *maqāṣid syariah* telah terimplementasi dalam program wakaf produktif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan perspektif *maqāṣid syariah*, yaitu pendekatan yang berusaha untuk memahami hukum Islam secara komprehensif dengan melihat tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Tujuan yang ingin dicapai yaitu *Hifdz dinn* (agama), *Hifdz nafs* (jiwa), *Hifdz aql* (akal), *Hifdz nasl* (keturunan), dan *Hifdz mall* (harta).

Meskipun sejumlah penelitian telah membahas potensi wakaf uang dalam pengembangan ekonomi umat, masih sedikit yang secara spesifik

mengulas inovasi dalam pengumpulan dana wakaf uang untuk pemberdayaan UMKM dengan pendekatan maqasid syariah. Selain itu, studi empiris yang mengangkat peran lembaga keuangan mikro syariah seperti BMT dalam konteks ini juga terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji praktik inovatif pengumpulan wakaf uang di BMT Amanah Ummah Jawa Timur serta relevansinya terhadap prinsip-prinsip maqasid syariah. Dengan demikian hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran terciptanya model pemberdayaan UMKM yang tidak hanya berkelanjutan tetapi juga inklusif.

Berdasarkan uraian pada pendahuluan, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan peran kepemimpinan Islami dalam mengelola bisnis di era digital 4.0. Meskipun Revolusi Industri 4.0 telah menghadirkan berbagai peluang melalui digitalisasi, kecerdasan buatan (AI), Big data, dan *internet of Things* (IoT), muncul pula tantangan berupa etika bisnis, integritas kepemimpinan, dan keberlanjutan usaha. Dalam konteks ini, kepemimpinan Islami dengan nilai-nilai Siddiq, amanah, tablig, dan Fathanah menjadi penting untuk mengarahkan organisasi agar tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menjaga keberkahan, kepercayaan, dan kepatuhan terhadap syariat Islam.

## **TINJAUAN PUSTAKA** **Kepemimpinan Islam**

Kepemimpinan memang merupakan salah satu topik yang sangat menarik dan paling banyak dibahas dalam manajemen, sehingga berbagai definisi

disampaikan oleh para praktisi organisasi maupun oleh para pakar sumber daya manusia untuk menunjukkan arti pentingnya kepemimpinan dalam suatu organisasi (Diana, 2021).

Yang dimaksud kepemimpinan dalam konteks ini adalah kepemimpinan yang Islami yaitu merupakan kegiatan menuntun, membimbing, memandu jalan yang di Ridhoi Allah SWT. Jadi kepemimpinan disini semata-mata hanya mencari atau melakukan kegiatan sesuai jalan yang di Ridhoi Allah SWT. (Afif & Mudzahir, 2019)

Konsep kepemimpinan dalam Islam atau selanjutnya disebut kepemimpinan Islam adalah model kepemimpinan dengan nilai-nilai transendental yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah yang bersumber dari aktivitas Rasulullah yang sahabatnya dan al-khulafa' al-rasyidin.

Nilai-nilai kepemimpinan Islami (*Siddiq, amanah, tablig, Fathanah*) dapat diintegrasikan ke dalam fungsi manajemen. Misalnya, *Siddiq* dalam perencanaan menekankan kejujuran pada visi bisnis; *amanah* dalam pengorganisasian menekankan tanggung jawab; *Fathanah* dalam leading berarti kebijaksanaan dalam menggerakkan SDM; dan *tablig* dalam controlling berarti transparansi dalam evaluasi. (Rahman, 2020).

### **Model Bisnis di Era Digital**

Dalam Heryana, *et al.*, (2023) terdapat hasil penelitian yang mengatakan bahwa perusahaan dibagi menjadi 4 kelompok dalam konteks digital yakni, *beginner, conservative, fashionista*, dan *digiarti*. Perusahaan *beginner* dalam operasi bisnis sudah

menggunakan e-mail, internet dan *software Enterprise* namun lambat dalam mengadopsi bahkan skeptis pada implementasi teknologi digital seperti sosial media dan analisa data digital. Perusahaan *conservative* sengaja mundur tidak mengimplementasikan teknologi digital meskipun manajemen perusahaan memiliki visi dan kemampuan untuk mengadopsi teknologi digital. Berikutnya, *Fashionista* dimana perusahaan ini sangat agresif dalam mengadopsi teknologi digital dalam proses bisnisnya, namun diantara departemen perusahaan tersebut tidak saling berkoordinasi satu sama lain sehingga implementasi bisnis digital belum optimal bahkan cenderung stagnan, dan terakhir *Digiarti* merupakan Management agresif dalam mengadopsi teknologi digital dan didukung anggota organisasi sehingga proses transformasi digital dapat berjalan sesuai yang diharapkan.

Transformasi digital memiliki keterkaitan erat dengan teknologi digital dan untuk mengeksplorasi mengapa teknologi digital dapat mengubah strategi perusahaan, maka perlu ditinjau akar teknologi digital dalam literatur dari berbagai peneliti (Warner dan Wager, 2019).

#### **a. Bisnis model**

Esensi dari bisnis model yaitu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi, menentukan teknologi dan organisasi yang akan menjalankannya. Singkatnya, bisnis model menguraikan logika industri dimana pelanggan dilayani dan keuntungan diciptakan.

Desain bisnis model menentukan segmen pasar mana yang akan

ditargetkan sehingga bisnis model tidak bias mencari segmen pasar tetapi lebih mengetahui segmen mana yang akan dikejar.

b. Strategi Bisnis Model

Strategi perusahaan memiliki tautan dengan desain model bisnis terutama kedatangan teknologi baru seperti internet, terutama kedatangan teknologi baru seperti internet membuka kemungkinan adaptasi model bisnis baru dan direspons oleh perusahaan

**Manajemen Bisnis dalam Islam**

Manajemen selain disebut sebagai seni, juga bisa disebut sebagai ilmu karena merupakan pengetahuan yang terorganisasi dalam mempraktikkan manajemen. Menurut Stonner, manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin, dan mengawasi usaha-usaha dari anggota organisasi dan dari sumber organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Maleha, 2016).

Manajemen dalam Islam tidak hanya berorientasi pada efisiensi dan efektivitas, tetapi juga pada nilai-nilai syariah, yakni adil, amanah, dan maslahat. Menurut Saebeni (2020) manajemen Islami adalah proses mengelola sumber daya dengan prinsip tauhid, sehingga setiap keputusan manajerial diarahkan untuk mencapai keberkahan, bukan semata keuntungan.

Dalam buku Rivai, *Et al*, menyatakan bahwa manajemen dalam perspektif Islam memiliki dua pengertian, yaitu sebagai ilmu, dan sebagai aktivitas. Praktik manajemen dalam Islam bersifat universal, artinya semua negara dapat

melakukan atau mengadopsi sistem bisnis Islam dalam hal sebagai berikut :

- a. Menetapkan imbalan yang akan diberikan masyarakat sehubungan dengan pemberian jasa yang dipercayakan kepadanya.
- b. Menetapkan imbalan yang akan diterima sehubungan dengan penyediaan jasa kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan baik untuk keperluan investasi maupun modal kerja.
- c. Menetapkan imbalan sehubungan dengan kegiatan usaha lainnya yang lazim dilakukan oleh bisnis Islami.

Bisnis Islami merupakan unit usaha, dimana menjalankan usahanya berpatokan kepada prinsip-prinsip syariah Islam, dengan mengacu kepada Al-Qur'an dan hadis. Prinsip Islam dimaksudkan di sini adalah beroperasi atau dalam menjalankan praktik bisnis mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya cara bermuamalah secara Islam, misalnya, menjauhi praktik yang mengandung riba (bunga), *dzulm* (merugikan hak orang lain), *gharar* (tipuan), *dharar* (bahaya), dan *jahalah* (ketidakjelasan) serta praktik-praktik mendzalimi orang lain lainnya.

Islam memberikan panduan kepada manusia dalam melakukan aktivitas bisnis antara lain;

1. Planning, yaitu melakukan perencanaan/gambaran dari sesuatu kegiatan yang akan dilakukan dengan waktu dan metode yang sudah ditentukan. Sebagaimana disabdakan Rasulullah SAW: "*Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan , dilakukan secara itqan (tepat, terarah,*

- jelas, tuntas*). (HR. Thabrani). Begitu juga dalam Al-Qur'an Surah Al-Insyirah [94] ayat 7-6; *"Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap"*.
2. Organization; Melakukan pengorganisasian tentang fungsi setiap orang, hubungan kerja baik secara vertikal atau horizontal. Allah SWT berfirman; *"Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh-musuhan..."*. (QS. Ali-Imran [3]: 103).
  3. Coordination, Melakukan pengaturan sebagai upaya untuk mencapai hasil yang baik dengan seimbang, termasuk diantara langkah-langkah bersama untuk mengaplikasikan planning dengan mengharapkan tujuan yang diidamkan. Allah berfirman; *"Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhannya, dan janganlah kamu turuti langkah-langkah setan, karena setan itu musuhmu yang nyata."* (QS. Al-Baqarah [2]: 208).
  4. Controlling, senantiasa melakukan pengamatan dan penelitian terhadap jalannya planning. Dalam pandangan Islam menjadi syarat mutlak bagi pimpinan untuk lebih baik dari anggotanya, sehingga kontrol yang ia lakukan akan efektif. Allah berfirman: *"Wahai orang-orang yang beriman, kenapakah kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan?."* (QS. Ash-Shoff [61]: 1)
  5. Motivation, yaitu; menggerakkan kinerja semaksimal mungkin dengan hati sukarela, ikhlas dan mengharap Ridha Allah SWT. Allah SWT berfirman: *"Dan bahwasanya manusia tiada memperoleh selain dari apa yang telah diusahakannya."* (QS. An-Najm [53]: 39).
  6. Leading, yakni; melakukan pengaturan, memimpin segala aktivitas kepada tujuan. Allah SWT berfirman; *"Dialah yang menetapkan kamu menjadi penguasa di muka bumi, dan ditinggikan-Nya sebagian kamu atas sebagian yang lain beberapa derajat, sebagai cobaan bagimu tentang semua yang diberikannya kepadamu."* (QS. Al-An'am; [6]: 165).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (literature review). Sumber data berasal dari buku, jurnal terindeks Sinta dan Scopus (2015–2024), laporan BPS, dan artikel ilmiah terkait kepemimpinan Islami, manajemen bisnis, dan digitalisasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelusuran literatur menggunakan kata kunci seperti Kepemimpinan Islami dan Manajemen Bisnis Digital. Data dianalisis dengan content analysis melalui tahap reduksi, klasifikasi, dan sintesis temuan, sehingga diperoleh pola umum dan kesimpulan

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Kepemimpinan Islami dan Kinerja Bisnis**

Kepemimpinan Islami terbukti memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kinerja bisnis, baik di sektor perbankan syariah maupun UMKM. Penerapan kepemimpinan Islami yang menyeluruh (Kaffah) mampu meningkatkan kuantitas dan kualitas kinerja pegawai. Hal ini sejalan dengan penelitian Adawiyah & Pramuka (2017) yang menemukan bahwa gaya kepemimpinan Islami mendorong terciptanya kinerja optimal melalui internalisasi nilai amanah dan tanggung jawab.

Selain itu, penelitian Sunari Harahap (2016) dan Haris Sebagus (2021) juga membuktikan bahwa kepemimpinan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di Bank Syariah Mandiri dan Bank Aceh Syariah. Namun, beberapa penelitian menunjukkan hasil berbeda. Misalnya, Hamzah & Arif (2023) menemukan bahwa kepemimpinan Islami tidak selalu memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Bank Syariah di Pekanbaru. Perbedaan hasil ini menegaskan bahwa konteks organisasi dan lingkungan kerja berperan penting dalam menentukan dampak kepemimpinan Islami terhadap kinerja bisnis.

Dengan demikian, kepemimpinan Islami dapat dipandang sebagai faktor yang meningkatkan kinerja, tetapi efektivitasnya dipengaruhi oleh budaya organisasi, sistem manajemen, serta konsistensi implementasi nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis sehari-hari.

### **Kepemimpinan Islami dalam Era Digital**

Era Revolusi Industri 4.0 membawa tantangan besar bagi organisasi untuk beradaptasi dengan digitalisasi, Big data, dan artificial intelligence. Dalam kondisi ini, kepemimpinan Islami memegang peranan penting untuk menjaga arah bisnis agar tetap sesuai dengan syariat Islam. Menurut Malik (2024), transformasi bisnis di era digital tidak hanya membutuhkan strategi adaptif, tetapi juga pemimpin yang mampu mengidentifikasi dan mengimplementasikan inovasi teknologi secara bijak.

Penelitian Zakaria *et al.* (2019) menegaskan bahwa kesiapan pemimpin untuk menghadapi era 4.0 tidak hanya ditentukan oleh penguasaan teknologi, tetapi juga oleh integritas moral dan spiritualitas. Sejalan dengan itu, penelitian Marpaung *et al.* (2023) menemukan bahwa kepemimpinan visioner dan adaptif berperan penting dalam menghadapi risiko keamanan siber, ketidakselarasan keterampilan, serta dinamika pasar yang cepat.

Dalam kerangka kepemimpinan Islami, hal ini berarti seorang pemimpin dituntut untuk menggabungkan kompetensi digital dengan sifat amanah, adil, dan jujur. Dengan demikian, kepemimpinan Islami dapat menjadi panduan etis dalam menghadapi disrupsi digital yang sering kali sarat risiko etika.

### **Sifat Nabi Muhammad SAW dalam Manajemen**

Nabi Muhammad SAW merupakan teladan utama dalam kepemimpinan Islami. Empat sifat utama beliau—Siddiq, amanah, Fathanah, dan tablig—menjadi kerangka normatif yang relevan untuk manajemen modern. Penelitian Mahadi

(2017) menekankan bahwa sifat-sifat ini membentuk fondasi karakter pemimpin sejati yang mampu meningkatkan keandalan, kepercayaan, dan komitmen pengikut.

Pada penelitian sebelumnya indikator kepemimpinan Islami, seperti kejujuran, menjaga amanah, pandai bergaul, bertanggung jawab, dan bersemangat untuk kemajuan. Indikator ini secara jelas mencerminkan sifat Nabi Muhammad SAW yang tidak hanya berfungsi sebagai pemimpin spiritual, tetapi juga organisatoris dan manajerial.

Menurut Maamari & Saheb (2018), penerapan sifat-sifat Nabi dalam kepemimpinan membentuk budaya organisasi Islami yang mendukung kinerja optimal, karena menanamkan etika kerja yang berorientasi pada ibadah. Oleh karena itu, kepemimpinan Islami yang meneladani Rasulullah SAW bukan hanya relevan untuk konteks keagamaan, tetapi juga untuk menjawab tantangan manajemen bisnis modern.

### **Kepemimpinan Islami dan Keberlanjutan Usaha**

Keberlanjutan usaha dalam era kompetitif saat ini tidak hanya ditentukan oleh inovasi teknologi, tetapi juga oleh integritas kepemimpinan. Penelitian Nur Saebahh (2023) menunjukkan bahwa kepemimpinan berperan penting dalam mengelola perusahaan agar mampu beradaptasi dengan perubahan sekaligus mencapai tujuan jangka panjang. Temuan ini sejalan dengan konsep maqāṣid syariah yang menekankan keberlanjutan melalui perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Menurut penelitian Mohammad *et al.* (2018), kepemimpinan Islami yang

menekankan amanah, keadilan, dan kerja keras mendorong terciptanya usaha yang tidak hanya bertahan, tetapi juga memberikan manfaat sosial yang luas. Hal ini diperkuat oleh penelitian Ridho *et al.* (2024) yang menegaskan bahwa manajemen bisnis Islami yang berbasis nilai keberkahan lebih tahan terhadap krisis dibandingkan model konvensional.

Dengan demikian, kepemimpinan Islami dapat dipandang sebagai fondasi keberlanjutan usaha karena menggabungkan dimensi spiritual, sosial, dan ekonomi. Nilai-nilai yang ditanamkan bukan hanya menjaga keberlangsungan bisnis, tetapi juga memastikan keberkahan dan legitimasi moral dalam aktivitas ekonomi.

### **SIMPULAN**

Kepemimpinan Islami terbukti memiliki peran signifikan dalam manajemen bisnis era digital 4.0. Nilai-nilai Islami yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW bukan hanya menjadi landasan moral, tetapi juga strategi praktis untuk meningkatkan kinerja, inovasi, kepercayaan konsumen, dan keberlanjutan usaha. Integrasi kepemimpinan Islami dan digitalisasi dapat menjadi model manajemen bisnis kompetitif, halal, dan berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji secara empiris hubungan kepemimpinan spiritual Islami dan komitmen organisasional pada berbagai sektor dan karakteristik organisasi..

### **DAFTAR RUJUKAN**

Abdullah, A. (2019). Islamic leadership as ethical response to global business

- challenges. *Humanomics*, 35(2), 243–257.
- Adawiyah, W. R., & Pramuka, B. A. (2017). Islamic leadership and its impact on organizational performance. *International Journal of Business and Society*, 18(1), 45–62.
- Al-Malki, A., & Juan, W. (2018). Spiritual leadership and organizational adaptability. *Journal of Business Research*, 92, 1–10.
- Azzahra, N., & Harahap, D. A. (2020). Kepemimpinan Islami dan perilaku etis karyawan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 45–60.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik penduduk Indonesia berdasarkan agama*. BPS.
- Diana, I. N. (2021). *Kepemimpinan Islami*. UIN-MALIKI Press.
- Hakim, M. A. (2012). Pengaruh kepemimpinan Islami terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 123–135.
- Hamzah, A., & Arif, R. (2023). Pengaruh kepemimpinan Islami terhadap kinerja karyawan bank syariah di Pekanbaru. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 9(1), 77–90.
- Harahap, S. (2016). Gaya kepemimpinan Islami dan kinerja karyawan pada Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 7(1), 65–78.
- Heryana, N., Cahyadi, N., Djundharto, N., Djajasinga, Sabtohadhi, J., & Fachrurazi. (2023). *Pengantar manajemen bisnis*. CV Rey Media Grafika.
- Maamari, B. E., & Saheb, A. (2018). Leadership, spirituality, and organizational culture: An Islamic perspective. *Journal of Management Development*, 37(8), 634–649.  
<https://doi.org/10.1108/JMD-11-2016-0258>
- Mahadi, A. (2017). Islamic leadership traits and organizational reliability. *Journal of Islamic Management Studies*, 5(2), 101–115.
- Maleha, N. Y. (2016). Manajemen bisnis dalam Islam. *Economica Sharia*, 43–53.
- Malik, A. (2024). Dinamika transformasi bisnis di era digital: Strategi adaptasi dan peran kepemimpinan pada Industri 4.0. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–5.
- Malik, R. (2024). Digital business transformation: The role of leadership in Industry 4.0. *Journal of Business and Management Studies*, 12(2), 55–67.
- Marpaung, R., Hidayat, T., & Sari, N. (2023). Visionary leadership in facing challenges of digital disruption. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13(2), 99–112.
- Mohammad, N., Hashim, M., & Salleh, M. (2018). The role of Islamic leadership in sustainable business practices. *International Journal of Ethics and Systems*, 34(4), 564–578.  
<https://doi.org/10.1108/IJOES-05-2018-0084>
- Saebahh, N. (2023). Peran kepemimpinan dalam manajemen bisnis era digital. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 33–47.
- Saebah, N. (2023). Peran kepemimpinan dalam adaptasi bisnis digital.

- Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 77–92.
- Saebahh, A. M. (2023). Peran kepemimpinan dalam mengelola perubahan bisnis yang disebabkan oleh krisis global. *Journal Syntax Idea*, 866–871.
- Suryaningsih, D. (2021). Kepemimpinan Islami dan kinerja UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 77–90.
- Putri, D. P., & Suryaningsih, S. A. (2021). Peran kepemimpinan Islami sebagai upaya optimalisasi kinerja dan kesejahteraan karyawan di CV Pratama Ekspedisi Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 219–232.
- Rahman. (2020). Islamic leadership and organizational performance. *Journal of Islamic Management Studies*, 145–160.
- Ridho, A., Putri, F., & Mulyani, R. (2024). Islamic management practices and business resilience in times of crisis. *Journal of Islamic Economics and Business*, 11(1), 1–15.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). *Management* (15th ed.). Pearson.
- Saebeni, B. A. (2020). *Filsafat manajemen Islam*. Pustaka Setia.
- Sebagust, H. (2021). Kepemimpinan Islami dan kinerja karyawan Bank Aceh Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(2), 77–89.
- Suryaningsih, D. (2021). Kepemimpinan Islami dan kinerja UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 77–90.
- Wijayati, R., & Rahman, A. (2023). Islamic leadership and work engagement in the era of Industry 4.0. *Journal of Islamic Management Studies*, 11(2), 101–115
- Yusof, R., Ahmad, K., & Ibrahim, S. (2021). Islamic HRM practices and employee performance. *Journal of Islamic Management Studies*, 9(1), 35–52.
- Zakaria, M., Fauzi, A., & Aziz, R. (2019). Islamic leadership readiness in the era of Industrial Revolution 4.0. *International Journal of Islamic Business*, 4(2), 56–70.