

REVITALISASI TSAQAFAH EKONOMI ISLAM DI ERA DIGITAL: TANTANGAN, PELUANG, DAN STRATEGI IMPLEMENTASI

¹Muh. Dzaky Syafiqurrahman, ²Muh. Baiquni Syihab, ³Hery Sasono

^{1,3}Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

²Perbankan Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

¹dzakyrahman92@gmail.com, ²baiqunisyihab@gmail.com, ³sasonohery30@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, berinteraksi, dan melakukan aktivitas ekonomi. Kondisi ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi upaya revitalisasi tsaqafah ekonomi Islam. Paper ini bertujuan menganalisis tantangan digitalisasi terhadap pemahaman ekonomi Islam, mengidentifikasi peluang yang dapat dimanfaatkan, serta merumuskan strategi implementasi yang efektif untuk meningkatkan literasi dan kesadaran ekonomi Islam di tengah masyarakat. Metode yang digunakan studi literatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif dari berbagai sumber yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi dapat menjadi sarana strategis untuk memperluas penyebaran tsaqafah ekonomi Islam, meskipun harus menghadapi dominasi paradigma ekonomi kapitalis, banjir informasi, dan rendahnya literasi syariah. Oleh karena itu, diperlukan strategi integratif melalui pemanfaatan media digital, penguatan konten edukatif, serta kolaborasi antara akademisi, praktisi, dan lembaga dakwah.

Kata Kunci: Tsaqafah Islam, Digitalisasi, Dakwah Ekonomi Islam

المخلص

لقد غير تطور التكنولوجيا الرقمية طريقة حصول الناس على المعلومات، والتفاعل، وممارسة الأنشطة الاقتصادية. هذا الوضع يطرح تحديات بالإضافة إلى فرص جهود لإحياء التساقفة الاقتصادية الإسلامية. تهدف هذه الورقة إلى تحليل تحديات الرقمنة لفهم الاقتصاد الإسلامي، وتحديد الفرص التي يمكن الاستفادة منها، وصياغة استراتيجيات تنفيذ فعالة لزيادة الوعي الاقتصادي الإسلامي في المجتمع. الطريقة المستخدمة هي دراسة أدبية بنهج نوعي وصفي من مصادر ذات صلة متنوعة. تظهر نتائج الدراسة أن الرقمنة يمكن أن تكون وسيلة استراتيجية لتوسيع انتشار التساقفة الاقتصادية الإسلامية، رغم أنها تواجه هيمنة النموذج الاقتصادي الرأسمالي، وتدفق المعلومات، وانخفاض القراءة والكتابة الإسلامية. لذلك، هناك حاجة إلى استراتيجية تكاملية من خلال استخدام الوسائط الرقمية، وتعزيز المحتوى التعليمي، والتعاون بين الأكاديميين والممارسين والمؤسسات الدعوة.

الكلمات المفتاحية: الصقافة الإسلامية، الرقمنة، الدعوة الاقتصادية الإسلامية

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, berinteraksi, dan melakukan aktivitas ekonomi. Kondisi ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi upaya revitalisasi tsaqafah ekonomi Islam. Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk cara umat Islam memahami dan menyebarkan ajaran agamanya. Dalam konteks ini, tsaqafa Islamiyah yang mencakup pemikiran, nilai, dan praktik kebudayaan Islam juga mengalami transformasi besar. Digitalisasi membuka peluang untuk menghadirkan tsaqafa Islamiyah ke ruang publik yang lebih luas melalui media sosial (Acquier et al., 2019; Setiawan, 2019; Utomo, 2026).

Platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram bukan hanya menjadi sarana hiburan, melainkan juga tempat berlangsungnya diskursus keagamaan. Fenomena ini menunjukkan terjadinya proses digitalisasi tsaqafa Islamiyah, yaitu upaya mengalihkan tradisi keislaman baik dalam bentuk ceramah, literatur, maupun nilai-nilai sosial ke dalam format digital (Anugrahana, 2020; Mundir, 2023; Prabangkara, 2019). Namun, realitas ini tidak tanpa risiko. Kecepatan dan luasnya jangkauan media sosial seringkali tidak diiringi dengan kontrol kualitas konten. Akibatnya, terjadi penyebaran ajaran yang bersifat dangkal, bahkan menyesatkan, yang mengaburkan makna tsaqafa Islamiyah yang sejati (Furqani, 2018; Ridwan, 2018; Zarkasyi, 2013).

Paper ini memiliki nilai dakwah ekonomi Islam kontemporer ketika teknologi digital dimanfaatkan sebagai sarana yang efektif untuk menyebarkan ajaran Islam termasuk di bidang ekonomi (Anafarhanah, 2015; Rusdi & Utomo, 2024; Syihab & Utomo, 2022; Utomo, 2024). Paper ini bertujuan menganalisis tantangan digitalisasi terhadap pemahaman ekonomi Islam, mengidentifikasi peluang yang dapat dimanfaatkan, serta merumuskan strategi implementasi yang efektif untuk meningkatkan literasi dan kesadaran ekonomi Islam di tengah masyarakat. Oleh karena itu, kajian di paper ini menjadi sangat penting untuk melihat dua sisi digitalisasi: sebagai potensi dan sekaligus tantangan bagi pelestarian tsaqafah ekonomi Islamiyah.

METODE PAPER

Metode yang digunakan dalam paper ini yaitu studi literatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif dari berbagai sumber yang relevan. Penelitian bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis revitalisasi tsaqafah ekonomi Islam dalam konteks perkembangan digitalisasi, serta mengidentifikasi tantangan, peluang, dan strategi implementasinya. Data yang digunakan dari al-Qur'an dan as-Sunnah yang berkaitan dengan aktivitas ekonomi dan penyebaran ilmu, literatur utama mengenai tsaqafah Islam dan ekonomi Islam, juga karya para ulama dan pemikir ekonomi Islam di jurnal-jurnal ilmiah, buku-buku ekonomi Islam, bantuan mesin kecerdasan sebagai praktik digital, dan sebagainya (Fardiansyah & Utomo, 2026; Utomo, 2023, 2025). Data dikumpulkan melalui dokumentasi literatur, penelusuran jurnal ilmiah, kajian terhadap sumber-sumber digital yang relevan dan telaah kritis terhadap penelitian terdahulu. Analisis data dengan menggunakan analisis isi (content analysis), sejak identifikasi konsep tsaqafah ekonomi Islam, klasifikasi, interpretasi, perumusan strategi sampai penarikan kesimpulan secara induktif sehingga bisa dinikmati sebagai dalam display di paper ini.

HASIL DAN DISKUSI PEMBAHASAN

Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi dapat menjadi sarana strategis untuk memperluas penyebaran tsaqafah ekonomi Islam, meskipun harus menghadapi dominasi paradigma ekonomi kapitalis, banjir informasi, dan rendahnya literasi syariah. Oleh karena itu, diperlukan strategi integratif melalui pemanfaatan media digital, penguatan konten edukatif, serta kolaborasi antara akademisi, praktisi, dan lembaga dakwah.

Paper ini memiliki hubungan yang sangat relevan dengan QS. An-Nisa ayat 29 karena sebagai prinsip dasar aktivitas ekonomi dalam Islam. QS An-Nisā' ayat 29 berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu..."* (QS. An-Nisā': 29).

Relevansi dengan Tsaqafah Ekonomi Islam

Ayat ini mengandung prinsip-prinsip fundamental ekonomi Islam yang perlu direvitalisasi melalui media digital, yaitu: larangan memperoleh harta dengan cara batil, seperti: segala bentuk riba, gharar (ketidakjelasan), penipuan, manipulasi pasar, korupsi, dan eksploitasi. Di era digital, prinsip ini relevan untuk menghadapi maraknya penipuan online, investasi bodong, manipulasi data, hingga praktik ekonomi digital yang tidak sesuai syariah. Prinsip kerelaan (tarāḍin minkum) dalam ayat ini bermakna bahwa transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan dan kesadaran para pihak. Dalam ekonomi digital, hal ini berkaitan dengan transparansi informasi, perlindungan konsumen, dan keadilan dalam transaksi elektronik.

Larangan dan perintah dalam ayat tersebut tidak dapat diterapkan tanpa pemahaman yang benar tentang konsep kepemilikan, transaksi, dan distribusi harta menurut Islam. Di sinilah peran tsaqafah ekonomi Islam menjadi sangat penting. Mengingat di era digital ini menghadirkan dua kondisi sekaligus, yaitu: tantangan dan peluang. Tantangannya seperti aspek dominasi konten ekonomi yang basis kapitalisme, normalisasi praktik riba melalui platform digital, dan minimnya literasi syariah dalam transaksi elektronik. Adapun peluang seperti dalam penyebaran edukasi ekonomi Islam melalui media sosial, podcast, webinar, e-learning, dan platform dakwah digital. Selain itu juga adanya peningkatan akses masyarakat terhadap kajian muamalah dan ekonomi Islam, pembentukan komunitas digital bisa memperkuat kesadaran ekonomi syariah.

Posisi QS. An-Nisa' ayat 29 dalam kerangka paper ini menjadi landasan normatif yang kuat karena ayat ini menunjukkan bahwa tujuan revitalisasi tsaqafah ekonomi Islam bukan sekadar meningkatkan literasi ekonomi, tetapi membangun kesadaran masyarakat agar aktivitas ekonomi berjalan sesuai ketentuan syariat dan terhindar dari praktik-praktik yang batil. Q.S. An-Nisa Ayat 29: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu..." Relevansinya adalah bahwa pilar utama dalam ekonomi syariah di era digital, seperti praktik e-commerce, dompet digital, dan transaksi marketplace harus bebas dari unsur penipuan, riba, dan gharar (ketidakpastian). Transaksi harus dilandasi transparansi dan saling rida (antaradhim).

Tsaqafa Islamiyah adalah keseluruhan pemikiran dan nilai-nilai yang bersumber dari Islam yang membentuk cara pandang dan gaya hidup seorang Muslim. Menurut Taqiyuddin An-Nabhani dalam Nizham al-Islam, tsaqafa mencakup ilmu-ilmu syar'i, bahasa Arab, sejarah Islam, dan pemikiran yang membentuk kepribadian Islami. Digitalisasi tsaqafah merujuk pada proses alih bentuk budaya dari medium tradisional ke bentuk digital. Dalam konteks Islam, hal ini meliputi konversi konten dakwah, ceramah, kitab klasik, dan praktik sosial-religius ke media digital. Media sosial menjadi alat penting dalam penyebaran ide-ide keagamaan. Namun, kecepatan informasi sering kali mengorbankan akurasi. Literasi digital menjadi kunci dalam memilah konten yang sesuai dengan nilai tsaqafa Islamiyah. Digitalisasi tsaqafa Islamiyah merupakan bentuk adaptasi kebudayaan Islam ke dalam media digital yang bersifat masif dan instan.

Transformasi ini dapat diamati dalam berbagai jenis konten yang tersebar di berbagai platform media sosial. Adapun bentuk-bentuk digitalisasi yang menonjol meliputi: video dakwah, ceramah ulama, khutbah Jum'at, tanya jawab fikih. Konten ini mencakup ceramah ulama, rekaman khutbah Jum'at, serta sesi tanya jawab fikih yang dikemas dalam bentuk video pendek maupun panjang. YouTube menjadi salah satu platform utama dalam menampilkan ceramah berdurasi panjang, sementara TikTok dan Instagram digunakan untuk menyajikan potongan pendek yang lebih ringkas dan cepat dicerna. Misalnya, ceramah singkat tentang riba atau zakat yang dikemas dalam video berdurasi 1 menit namun mengandung kutipan ayat atau hadits, menjadi sangat populer dan mudah dibagikan ulang.

Konten edukatif seperti infografis, carousel Instagram, podcast Islam. Dalam konteks ini, infografis dan carousel Instagram digunakan untuk menyampaikan pengetahuan ekonomi Islam secara ringkas namun sistematis. Konten seperti penjelasan larangan riba, pentingnya zakat, dan konsep halal-haram dalam bisnis sering dibuat dalam format visual dengan kutipan langsung dari Al-Qur'an atau hadits. Podcast Islam juga berkembang sebagai medium edukatif, dengan pembahasan mendalam namun tetap fleksibel dikonsumsi oleh publik. Fitur interaktif seperti Q&A (tanya jawab) melalui Instagram Story, polling keagamaan, hingga live streaming kajian merupakan bentuk digitalisasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara asatidz dan audiens. Pendekatan ini memperkuat daya tarik dakwah digital, sekaligus menjadi sarana konsultasi syariah yang responsif terhadap kebutuhan umat.

Potensi dan Tantangan Digitalisasi

Transformasi tsaqafa Islamiyah ke dalam ruang digital menawarkan berbagai potensi yang signifikan dalam mendukung penyebaran prinsip-prinsip Islam, khususnya dalam aspek ekonomi berbasis ayat dan hadits. Beberapa potensi tersebut antara lain: *Aksesibilitas*: Digitalisasi memungkinkan tsaqafah Islamiyah untuk menjangkau khalayak yang sebelumnya sulit diakses, terutama generasi muda yang lebih aktif di dunia digital dibandingkan di ruang-ruang dakwah konvensional. *Interaktivitas*: Media sosial membuka ruang dialog yang lebih dinamis antara asatidz dan umat. Melalui fitur-fitur seperti Q&A di Instagram Story, kolom komentar YouTube, atau sesi live streaming, jamaah dapat bertanya langsung kepada pendakwah mengenai persoalan ekonomi kontemporer dalam perspektif Islam misalnya, investasi syariah, pinjaman online, atau akad jual beli digital. *Efisiensi*: Digitalisasi juga membawa efisiensi luar biasa dalam penyebaran tsaqafa Islamiyah. Konten yang dibuat sekali, seperti podcast bertema “Etika Bisnis dalam Islam” atau video penjelasan hadits tentang gharar (ketidakjelasan dalam transaksi), dapat diakses berulang kali oleh jutaan orang.

Adapun tantangan digitalisasi, meskipun menawarkan banyak peluang, ia juga membawa tantangan serius yang harus diantisipasi agar nilai-nilai Islam tidak terdistorsi atau dikomodifikasi. Beberapa tantangan utama dalam konteks ini meliputi: *Disinformasi*: Disinformasi dan Ketidakjelasan Otoritas Ilmiah Salah satu tantangan terbesar dari dakwah digital adalah menjamurnya konten keislaman yang dibuat tanpa rujukan keilmuan yang sahih. Banyak konten yang menyampaikan ayat atau hadits tanpa menjelaskan konteks, sanad, atau penafsiran yang benar. Hal ini membuka ruang terjadinya disinformasi dalam tsaqafa Islamiyah, termasuk dalam aspek ekonomi syariah. *Popularitas vs Kualitas*: Algoritma medsos cenderung mengedepankan konten yang viral, singkat, dan mudah dikonsumsi. Akibatnya, banyak konten dakwah dibuat lebih menyesuaikan selera pasar ketimbang kedalaman substansi. *Komodifikasi Islam*: mengkhawatirkan adalah komodifikasi Islam, yaitu ketika tsaqafa Islamiyah, termasuk ajaran ekonomi Islam, disajikan semata-mata untuk tujuan algoritmik dan komersial. Nilai-nilai seperti kejujuran bisnis, larangan riba, atau pentingnya zakat dikemas secara dangkal demi mendulang like, followers, atau keuntungan monetisasi. Dalam kondisi ini, dakwah tidak lagi menjadi sarana transformasi nilai, melainkan menjadi bagian dari ekonomi atensi yang justru berisiko menjauhkan esensi syariah dari makna aslinya.

Strategi Implementasi Revitalisasi Tsaqafah Ekonomi Islam di Era Digital

Revitalisasi tsaqafah ekonomi Islam di era digital memerlukan strategi yang tidak hanya berorientasi pada pemanfaatan teknologi sebagai media komunikasi, tetapi juga pada upaya sistematis untuk membangun dan menguatkan pemahaman masyarakat terhadap konsep-konsep ekonomi Islam. Dalam konteks ini, digitalisasi berfungsi sebagai instrumen yang mampu memperluas jangkauan penyebaran tsaqafah secara cepat, efektif, dan lintas batas geografis. Namun demikian, keberhasilan revitalisasi tidak ditentukan oleh kecanggihan teknologi semata, melainkan oleh kemampuan menghadirkan konten yang mampu membentuk pola pikir (*aqliyyah*) dan pola sikap (*nafsiyyah*) Islam dalam aktivitas ekonomi. Misalnya:

1. Penguatan literasi melalui berbagai platform digital. Perkembangan medsos, aplikasi pembelajaran daring, podcast, webinar, dan berbagai bentuk media digital lainnya menjadi peluang untuk menyebarluaskan pemahaman tentang konsep kepemilikan, produksi, distribusi kekayaan, serta hukum-hukum muamalah dalam Islam.
2. Optimalisasi media digital sebagai sarana dakwah dan edukasi ekonomi Islam. Di tengah dominasi narasi ekonomi kapitalisme yang banyak mewarnai ruang digital, diperlukan upaya untuk menghadirkan perspektif ekonomi Islam secara lebih aktif dan berkelanjutan. Produksi konten edukatif yang berbasis dalil, hasil penelitian ilmiah, serta analisis terhadap persoalan ekonomi kontemporer dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap relevansi ekonomi Islam dalam menjawab berbagai permasalahan ekonomi modern. Dengan demikian, media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai arena pembentukan opini dan kesadaran publik.
3. Integrasi tsaqafah ekonomi Islam ke dalam sistem pendidikan berbasis digital. Pengembangan kurikulum, modul pembelajaran, serta platform pendidikan yang memanfaatkan teknologi informasi dapat memperkuat proses transfer ilmu kepada generasi muda. Langkah ini menjadi penting mengingat generasi digital merupakan kelompok yang paling banyak berinteraksi dengan teknologi dan berpotensi menjadi agen perubahan dalam masyarakat. Melalui pendidikan yang terstruktur, nilai-nilai ekonomi Islam dapat ditanamkan sejak dini sehingga membentuk cara pandang yang selaras dengan prinsip-prinsip syariat.

Selain itu, revitalisasi tsaqafah ekonomi Islam juga memerlukan penguatan ekosistem komunitas digital yang berfungsi sebagai ruang diskusi, kolaborasi, dan pengembangan pemikiran. Kehadiran komunitas akademisi, praktisi, aktivis dakwah, dan masyarakat umum dalam berbagai forum digital dapat mendorong terjadinya pertukaran gagasan serta pengayaan pemahaman mengenai ekonomi Islam. Interaksi yang berkelanjutan dalam komunitas tersebut berpotensi menghasilkan gerakan literasi ekonomi Islam yang lebih luas dan berdampak terhadap perubahan perilaku masyarakat.

Revitalisasi tsaqafah ekonomi Islam diarahkan pada pembangunan kesadaran sistemik mengenai ekonomi Islam sebagai suatu sistem kehidupan yang utuh. Pemahaman masyarakat tidak cukup dibatasi pada aspek halal dan haram dalam transaksi individu, melainkan perlu diperluas pada pemahaman mengenai konsep ekonomi sebagai sebuah sistem. Oleh karena itu, digitalisasi harus dimanfaatkan sebagai sarana untuk menanamkan kesadaran bahwa ekonomi Islam bukan sekadar alternatif praktik ekonomi, melainkan bagian integral dari ajaran Islam yang mengatur kehidupan manusia secara menyeluruh. Dengan demikian, strategi implementasi revitalisasi tsaqafah ekonomi Islam di era digital harus dilakukan secara terpadu melalui penguatan literasi, optimalisasi media digital, integrasi dalam pendidikan, pengembangan komunitas intelektual, dan pembangunan kesadaran sistemik masyarakat.

KESIMPULAN

Revitalisasi tsaqafah ekonomi Islam di era digital merupakan kebutuhan strategis untuk membangun pemahaman ekonomi yang sesuai dengan syariat Islam di tengah dominasi sistem ekonomi kapitalis. Meskipun menghadapi berbagai tantangan berupa derasnya arus informasi, rendahnya literasi syariah, dan kuatnya hegemoni pemikiran ekonomi konvensional, era digital juga menyediakan peluang besar untuk memperluas penyebaran tsaqafah ekonomi Islam secara lebih efektif dan masif. Dengan strategi implementasi yang terencana melalui pemanfaatan teknologi digital, penguatan konten edukatif, dan sinergi berbagai pihak, digitalisasi dapat menjadi instrumen penting dalam membangun kesadaran ekonomi Islam dan mendorong lahirnya generasi yang memahami serta menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam kehidupan bermasyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Acquier, A., Carbone, V., & Massé, D. (2019). Technology Innovation Management Review How to Create Value(s) in the Sharing Economy: Business Models, Scalability, and Sustainability. *Technology Innovation Management Review*, 9(2), 5–24. <http://doi.org/10.22215/timreview/1215>
- Anafarhanah, S. (2015). Peran Ekonomi Islam dalam Dakwah Nabi. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 14(28), 15. [http://download.portalgaruda.org/article.php?article=519207&val=10626&title=Peran Ekonomi Islam dalam Dakwah Nabi Muhammad SAW](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=519207&val=10626&title=Peran%20Ekonomi%20Islam%20dalam%20Dakwah%20Nabi%20Muhammad%20SAW)
- Anugrahana, A. (2020). Hambatan, Solusi dan Harapan: Pembelajaran Daring Selama Masa Pandemi Covid-19 Oleh Guru Sekolah Dasar. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 10(3), 282–289. <https://doi.org/10.24246/j.js.2020.v10.i3.p282-289>
- Fardiansyah, M., & Utomo, Y. T. (2026). METODOLOGI PENELITIAN EKONOMI ISLAM: INTEGRASI WAHYU, AKAL, DAN REALITAS EMPIRIS. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 4(6), 25–32.
- Furqani, H. (2018). Worldview and the Construction of Economics: Secular and Islamic Tradition. *Tsaqafah*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v14i1.2294>
- Mundir, A. (2023). Penerapan Labelisasi Halal Dan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Madu. *Maisyatuna*, 4(3).
- Prabangkara, H. S. (2019). *Politik Kuliner “ Indonesia Indah ”: Kontestasi Wacana Keistimewaan Yogyakarta dalam Produk Kuliner Jogja Scrummy Politik Kuliner “ Indonesia Indah ”: Kontestasi Wacana Keistimewaan Yogyakarta Dalam Produk Kuliner Jogja Scrummy Disusun oleh :*
- Ridwan, M. (2018). Implementasi Syariat Islam: Telaah atas Praktik Ijtihad Umar bin Khattab. *Tsaqafah*, 13(2), 231. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v13i2.1507>
- Rusdi, R., & Utomo, Y. T. (2024). Peluang dan Tantangan Pariwisata Halal di Indonesia Perspektif Dakwah Ekonomi. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 2((4) Juli-Desember), 1–13.
- Setiawan, I. G. A. (2019). STRATEGI BERSAING TOKO RITEL “Strategi Digitalisasi Rantai Pasokan Pamella Supermarket Yogyakarta.” *Ncab*, 472–478.
- Syihab, M. B., & Utomo, Y. T. (2022). Praktek Ekonomi Islam Umar Bin Khatab Sebagai Kepala Negara. *Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indoneisa*, 2(2), 549–558.

- Utomo, Y. T. (2023). ChatGPT Untuk Membantu Mahasiswa Ekonomi. In S. Haryanti (Ed.), *CHAT GPT UNTUK PENDIDIKAN: LITERASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE UNTUK GURU DAN DOSEN* (pp. 253–268). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Utomo, Y. T. (2024). *DAKWAH EKONOMI ISLAM* (Hartini (ed.)). Media Sain Indonesia.
- Utomo, Y. T. (2025). *Metodologi Ekonomi Islam Kontemporer* (A. Masruroh (ed.); Pertama). Widina Media Utama.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/620369/metodologi-ekonomi-islam-kontemporer>
- Utomo, Y. T. (2026). *Ta'bir Ekonomi Islam Kontemporer* (1st ed.). Widina Media Utama.
<https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/709816-tabir-ekonomi-islam-kontemporer-e4aa7117.pdf>
- Zarkasyi, H. F. (2013). Worldview Islam dan Kapitalisme Barat. *Tsaqafah*, 9(1), 15.
<https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v9i1.36>