

INTERNALISASI ETIKA ISLAM MELALUI PENDIDIKAN DALAM MEMBENTUK PERILAKU EKONOMI ISLAMI

Hendra^{1*}, Ramli², Arizul Suwar³, Muchtar⁴

^{1,2}Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh, Aceh,
Indonesia

^{3,4}Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Aceh Barat, Aceh, Indonesia

*Correspondence: rafflesdelayoga@staindirundeng.ac.id

Abstract

This conceptual study addresses a persistent puzzle in Islamic economics: why normatively taught Islamic ethical values often fail to translate into consistent Islamic economic behavior. Building on Naqvi's (1981) and Chapra's (1992) foundational premise that Islamic economic action rests on ethical, not merely material, rationality, this article asks three questions: how internalization of Islamic ethics and Islamic economic behavior are defined in contemporary literature; in what forms and for what reasons the value-behavior gap manifests across studied cases; and which educational and social-psychological frameworks best explain why internalization often stalls before becoming behavior. Using a structured library-research method inspired by PRISMA logic and Braun and Clarke's six-phase thematic analysis, 18 primary sources spanning 1932-2025 were analyzed. Findings show the gap recurring across three domains examined in the literature: work ethic, consumption behavior, and business practice, consistently traced to internalization that halts at the cognitive stage without reaching the affective and conative stages. Synthesizing five frameworks, Bloom's taxonomy, Lickona's moral stages, Berger and Luckmann's social construction theory, Piaget's moral development theory, and Al-Ghazali's epistemology of the nafs, the article proposes a convergent three-stage model of value internalization. This model grounds four educational strategies: multilevel reinforcement, real-dilemma-based learning, staged implementation, and ritual-spiritual habituation, offered as a conceptual contribution toward behavior-oriented Islamic economic education.

Keywords: Value Internalization; Islamic Economic Ethics; Islamic Work Ethic; Muslim Consumption Behavior; Islamic Business Ethics;

Abstrak

Kajian konseptual ini mengangkat persoalan mendasar dalam ekonomi Islam: mengapa nilai-nilai etika Islam yang telah diajarkan secara normatif kerap tidak bertransformasi menjadi perilaku ekonomi yang konsisten. Berpijak pada premis Naqvi (1981) dan Chapra (1992) bahwa tindakan ekonomi Islami bertumpu pada rasionalitas etis, bukan semata material, artikel ini menjawab tiga pertanyaan: bagaimana konsep internalisasi etika

Islam dan perilaku ekonomi Islami didefinisikan dalam literatur kontemporer; dalam bentuk dan penyebab apa kesenjangan nilai-perilaku termanifestasi pada studi-studi yang dikaji; serta kerangka pendidikan dan psikologi sosial apa yang paling relevan menjelaskan mengapa proses internalisasi kerap terhenti sebelum menjadi perilaku. Menggunakan metode kajian pustaka terstruktur yang mengadopsi logika PRISMA dan analisis tematik enam fase Braun dan Clarke, 18 sumber primer yang terbit antara 1932-2025 dianalisis. Temuan menunjukkan kesenjangan berulang pada tiga ranah yang dikaji dalam literatur, yaitu etos kerja, perilaku konsumsi, dan praktik bisnis, yang secara konsisten bersumber dari proses internalisasi yang berhenti pada tahap kognitif tanpa berlanjut ke tahap afektif dan konatif. Dengan mensintesis lima kerangka, taksonomi Bloom, tahapan moral Lickona, teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, teori perkembangan moral Piaget, dan epistemologi nafs Al-Ghazali, artikel ini mengajukan model konvergen tiga tahap internalisasi nilai. Model ini mendasari empat strategi pendidikan: penguatan multitingkat, pembelajaran berbasis dilema nyata, implementasi bertahap, dan pembiasaan ritual-spiritual, sebagai kontribusi konseptual bagi pendidikan ekonomi Islam yang berorientasi perilaku.

Kata Kunci: Internalisasi Nilai; Etika Ekonomi Islam; Etos Kerja Islami; Perilaku Konsumsi Muslim; Etika Bisnis Islam

PENDAHULUAN

Ekonomi Islam sebagai sebuah disiplin ilmu maupun sistem praktik bertumpu pada asumsi dasar bahwa pelakunya bertindak berdasarkan nilai-nilai syariah, bukan semata rasionalitas material yang mengejar keuntungan maksimal tanpa mempertimbangkan aspek moral dan sosial (Naqvi, 1981). Asumsi ini memosisikan etika sebagai fondasi dari seluruh aktivitas ekonomi umat Islam, sebagaimana ditegaskan Chapra (1992) dalam kritiknya terhadap paradigma ekonomi konvensional yang memisahkan efisiensi dari keadilan distributif.

Namun demikian, temuan sejumlah kajian menunjukkan bahwa asumsi normatif tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam praktik pada sebagian kalangan. Rissa Ajeng Nur Della dan kawan-kawan, misalnya, mencatat indikasi bahwa sebagian umat Islam yang secara identitas beragama masih menunjukkan pola konsumsi yang cenderung individualistis dan berorientasi keuntungan semata, sehingga belum konsisten dengan pedoman Al-Qur'an tentang kejujuran dan kepedulian sosial (Della, Izzah, Maulidia, & In, 2025). Temuan ini tidak dimaksudkan

sebagai generalisasi terhadap seluruh umat Islam, melainkan sebagai indikasi pola yang berulang muncul di berbagai ranah perilaku ekonomi yang dikaji. Gejala serupa juga tercatat pada ranah etos kerja (Ningsih & Irkhami, 2025; Rizqiyah, Nur, A'rifah, & Zuhri, 2024), perilaku konsumsi di era digital (Azzahra & Imsar, 2025), maupun praktik bisnis dan kewirausahaan (Purba & Andriani, 2025; Rasha & Suwar, 2025), bentuk dan penyebab spesifiknya diurai lebih rinci pada bagian Hasil dan Pembahasan. Rangkaian temuan tersebut mengindikasikan bahwa kesenjangan antara nilai dan perilaku bukan fenomena yang terisolasi pada satu sektor, melainkan gejala yang berulang muncul dalam kajian-kajian ekonomi Islam kontemporer yang ditelaah dalam artikel ini.

Pertanyaan mendasar yang kemudian muncul adalah: mengapa nilai-nilai etika Islam yang secara normatif telah diajarkan sejak dini melalui pendidikan agama tidak secara otomatis bertransformasi menjadi perilaku ekonomi yang sesuai? Dian Rismayanti (2025) memberikan petunjuk awal atas pertanyaan ini dengan menyatakan bahwa Islam memandang ilmu dan iman sebagai satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan; iman tanpa ilmu dapat membuat manusia pasif, sedangkan ilmu tanpa iman dapat membawa pada kehancuran moral. Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulum al-Din* telah lebih dahulu menegaskan hal serupa: pengetahuan (ilm) tentang halal-haram dalam mu'amalah tidak bernilai tanpa disertai kesungguhan hati (niyyah) dan pembiasaan amal, sebuah pandangan klasik yang menjadi rujukan epistemologis atas persoalan yang sama (Al-Ghazali, n.d.). Pernyataan-pernyataan ini mengisyaratkan bahwa persoalan bukan terletak pada ketiadaan pengetahuan normatif, melainkan pada proses internalisasi yang tidak tuntas dari pengetahuan menuju penghayatan dan tindakan.

Literatur pendidikan ekonomi Islam selama ini cenderung berhenti pada dua kutub kajian yang terpisah. Di satu sisi, kajian etika ekonomi Islam banyak membahas nilai-nilai normatif seperti kejujuran (*shidq*), keadilan (*'adl*), dan larangan riba secara konseptual-teologis, sebagaimana dielaborasi Naqvi dalam

kerangka aksiomatik etika ekonomi Islam (tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab). Di sisi lain, kajian pendidikan Islam banyak membahas metode dan kurikulum pendidikan karakter secara umum, tanpa secara khusus menyoroti pembentukan perilaku ekonomi. Devi dan kawan-kawan (2025) menegaskan celah ini dengan menyatakan bahwa sebagian besar penelitian ekonomi syariah lebih menekankan aspek teknis kelembagaan seperti perbankan dan zakat, sementara dimensi pendidikan sebagai agen transformasi nilai belum mendapat porsi proporsional. Kesenjangan literatur inilah yang menjadi celah akademik yang hendak diisi oleh artikel ini.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini disusun untuk menjawab tiga pertanyaan utama. Pertama, bagaimana konsep internalisasi etika Islam dan perilaku ekonomi Islami didefinisikan dalam literatur ekonomi Islam kontemporer? Kedua, dalam bentuk apa sajakah kesenjangan antara nilai dan perilaku ekonomi umat Islam termanifestasi pada studi-studi yang dikaji, dan apa penyebabnya menurut kajian-kajian terdahulu? Ketiga, kerangka teori pendidikan dan psikologi sosial apa yang paling relevan untuk menjelaskan mengapa proses internalisasi nilai kerap terhenti sebelum menjadi perilaku, serta bagaimana pendidikan dapat dirancang ulang untuk menjembatani kesenjangan tersebut? Melalui penelusuran pustaka yang sistematis, artikel ini bertujuan menyumbangkan kerangka konseptual bagi pengembangan pendidikan ekonomi Islam yang berorientasi pada pembentukan perilaku, bukan sekadar transfer pengetahuan normatif semata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka (*library research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis dan mengadopsi alur seleksi sumber yang terstruktur dengan mengacu pada logika PRISMA untuk tinjauan literatur, disesuaikan dengan sifat kajian konseptual. Metode ini dipilih karena tujuan penelitian bersifat konseptual, yakni memetakan dan mensintesis gagasan yang

telah dikembangkan dalam literatur terdahulu, bukan menghasilkan data primer melalui observasi atau eksperimen lapangan.

Sumber data terdiri atas 18 rujukan utama: 17 artikel ilmiah, baik yang terbit di jurnal nasional terakreditasi Sinta maupun jurnal internasional bereputasi, dan sejumlah buku teori pendidikan, psikologi sosial, dan ekonomi Islam klasik, yang secara keseluruhan dipublikasikan dalam rentang tahun 1932 hingga 2025. Rentang tahun yang lebar sengaja dipertahankan: publikasi tahun 1930-an hingga 1990-an merujuk pada teori-teori fondasional (Berger & Luckmann, 1966; Bloom, Engelhart, Furst, Hill, & Krathwohl, 1956; Chapra, 1992; Krathwohl, Bloom, & Masia, 1964; Lickona, 1991; Mead, 1934; Naqvi, 1981; Piaget, 1932) yang menjadi kerangka analisis, sedangkan publikasi 2011–2025 memberi keterwakilan bagi kajian empiris kontemporer mengenai fenomena seperti perilaku konsumsi di era e-commerce. Tabel 1 berikut merangkum kriteria inklusi dan eksklusi yang digunakan dalam proses seleksi sumber.

Tabel 1. Kriteria Inklusi dan Eksklusi Sumber

Aspek	Kriteria Inklusi	Kriteria Eksklusi
Tahun terbit	2011–2025 (rujukan teori klasik pendidikan moral tidak dibatasi tahun)	Artikel tanpa tahun terbit yang jelas atau versi pracetak yang belum direview
Jenis sumber	Artikel jurnal terindeks Sinta 1–4 atau bereputasi internasional (Scopus/WoS); buku babon teori pendidikan/psikologi sosial	Prosiding tanpa penerbit/ISBN jelas, blog, skripsi tidak terpublikasi, artikel di jurnal tanpa indeksasi terverifikasi
Topik	Membahas internalisasi nilai, etika/etos kerja Islam, perilaku konsumsi Muslim, atau etika bisnis Islam secara eksplisit	Membahas ekonomi Islam pada aspek teknis-kelembagaan semata (mis. akad perbankan) tanpa dimensi pendidikan/perilaku
Bahasa	Bahasa Indonesia dan Inggris	Bahasa selain keduanya tanpa terjemahan resmi
Aksesibilitas	Teks lengkap (full text) dapat diakses dan diverifikasi	Hanya abstrak yang tersedia

Sumber-sumber dikumpulkan melalui penelusuran basis data jurnal daring (Google Scholar, Garuda, dan Scopus) menggunakan kata kunci yang saling silang antara empat klaster konsep: (1) internalisasi nilai dan pendidikan akhlak, (2) etika dan etos kerja ekonomi Islam, (3) perilaku ekonomi dan konsumsi Muslim, serta (4) teori pendidikan moral dan karakter secara umum. Penelusuran awal menjangkau 46 dokumen; setelah diterapkan kriteria pada Tabel 1, tersisa 18 sumber yang memenuhi syarat untuk dianalisis penuh (*full-text screening*). Tabel 2 memetakan keseluruhan sumber tersebut berdasarkan penulis, tahun, jenis, dan rumpun tema.

Tabel 2. Peta Sumber Primer Berdasarkan Tema dan Indeksasi

No	Penulis	Tahun	Jenis Sumber	Rumpun Tema
1	Rissa Ajeng Nur Della dkk.	2025	Jurnal nasional	Definisi konsumsi/motivasi ekonomi
2	Afi Rizqiyah dkk.	2024	Jurnal nasional	Etos kerja
3	Puji Lestari Ningsih & Nafis Irkhami	2025	Jurnal nasional	Etos kerja & teori internalisasi
4	Sazalia Naura Azzahra & Imsar	2025	Jurnal nasional	Perilaku konsumsi digital
5	Nabila Rasha & Arizul Suwar	2025	Jurnal nasional	Etika bisnis UMKM
6	Ilyas Adhi Purba & Andriani	2025	Prosiding nasional	Etika bisnis & pendidikan
7	Dian Rismayanti	2025	Jurnal nasional	Pendidikan agama & anti-korupsi
8	Erwina Kartika Devi dkk.	2025	Jurnal nasional	Pendidikan Islam & ekonomi
9	Syahraini Tambak dkk.	2021	Jurnal internasional	Epistemologi nafsani Islam
10	Yhadi Firdiansyah dkk.	2024	Jurnal nasional	Pembelajaran ekonomi Islam (Bloom)
11	J. Hutasuhut dkk.	2021	Prosiding internasional	Etos kerja Islam organisasi

No	Penulis	Tahun	Jenis Sumber	Rumpun Tema
12	Imamudin Yuliadi & Eko Prasojo	2025	Jurnal internasional	Rasionalitas konsumen (Al-Ghazali)
13	Nadia Khoerunnisah dkk.	2025	Jurnal nasional	Etika konsumsi
14	Milad Islami	2016	Jurnal internasional	Krathwohl & pendidikan karakter
15	Zaid O. Alqhaiwi, Koburtay, & Syed	2024	Jurnal internasional	Etos kerja & identitas moral (empiris)
16	Nikmatul Atiya dkk.	2024	Jurnal internasional	Tinjauan kritis etos kerja Islam
17	Jingying Chen dkk.	2023	Jurnal internasional	Bibliometrik pendidikan moral
18	Naqvi; Chapra	1981/1992	Buku	Fondasi etika ekonomi Islam

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis tematik (*thematic analysis*) mengikuti enam fase Braun dan Clarke: (1) pembacaan berulang untuk familiarisasi data; (2) pengodean awal (*initial coding*) terhadap kalimat atau paragraf yang relevan dengan konsep internalisasi nilai dan perilaku ekonomi; (3) pencarian tema dengan mengelompokkan kode-kode yang berkaitan; (4) peninjauan tema untuk memastikan koherensi internal dan perbedaan eksternal antartema; (5) penamaan dan pendefinisian tema akhir; serta (6) penyusunan laporan tematik. Tiga rumpun tema akhir yang dihasilkan adalah: etos kerja Islami, perilaku konsumsi Muslim, serta etika bisnis dan pendidikan nilai, yang kemudian menjadi struktur pembahasan pada bagian Hasil dan Pembahasan.

Validitas kajian dijaga melalui dua mekanisme. Pertama, triangulasi sumber, yaitu membandingkan temuan yang serupa dari penulis dan konteks berbeda, untuk memastikan pola yang diidentifikasi bukan kasus tunggal. Kedua, audit jejak (audit trail) berupa dokumentasi tabel koding tematik yang menautkan setiap klaim pada bagian Hasil dengan kutipan sumber asli, sehingga proses interpretasi dapat

ditelusuri ulang. Peneliti juga menyadari bahwa pemilihan sumber yang seluruhnya membahas kesenjangan nilai-perilaku berpotensi menimbulkan bias konfirmasi (*confirmation bias*); keterbatasan ini secara eksplisit diakui dan didiskusikan pada bagian Kesimpulan sebagai arah bagi penelitian lanjutan.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Internalisasi Etika Islam dan Perilaku Ekonomi Islami

Literatur yang dikaji menunjukkan bahwa istilah internalisasi nilai dipahami secara relatif konsisten sebagai proses menjadikan nilai, norma, sikap, atau perilaku yang berasal dari luar individu menjadi bagian dari sistem keyakinan pribadi dan identitas diri seseorang, sebagaimana dikemukakan oleh Tambak dan kawan-kawan (2021). Definisi ini sejalan dengan konsep internalisasi dalam sosiologi pengetahuan Berger dan Luckmann (1966), yang memandangnya sebagai tahap ketika individu mengambil kembali kenyataan objektif menjadi realitas subjektif dalam kesadarannya, serta menegaskan bahwa internalisasi bukan sekadar proses kognitif mengetahui suatu nilai, melainkan proses transformasi nilai eksternal menjadi bagian dari struktur kepribadian internal. Dalam konteks ekonomi Islam secara spesifik, Della dan kawan-kawan mendefinisikan internalisasi nilai ekonomi Islami sebagai upaya menanamkan nilai-nilai Islam ke dalam sistem berpikir, motivasi, dan perilaku ekonomi individu maupun lembaga agar menjadi bagian dari sikap dan tindakan sehari-hari. Definisi ini penting karena secara eksplisit menyebutkan tiga elemen yang harus terintegrasi, yakni sistem berpikir (kognitif), motivasi (afektif), dan perilaku (konatif).

Sejalan dengan itu, perilaku ekonomi masyarakat Muslim didefinisikan sebagai wujud nyata dari motivasi yang dimiliki, yang tampak pada cara individu membuat keputusan konsumsi, investasi, dan pengelolaan keuangan dengan mempertimbangkan aspek halal, keberkahan, dan manfaat sosial. Firdiansyah dan kawan-kawan (2024) memberi penekanan serupa dari sudut pandang pendidikan, dengan menyatakan bahwa moralitas perilaku ekonomi tecermin dari kemampuan

individu dalam memahami dan mengimplementasikan kegiatan jual beli secara halal serta menghindari kegiatan ekonomi yang hukumnya haram.

Kedua definisi ini menegaskan bahwa perilaku ekonomi Islami tidak diukur semata dari kepatuhan formal terhadap rukun jual beli, melainkan dari derajat kesesuaian antara keputusan ekonomi dengan pertimbangan moral dan spiritual yang menyertainya, sebuah gagasan yang telah lebih dulu diletakkan fondasinya oleh Chapra ketika menegaskan bahwa efisiensi ekonomi dalam Islam tidak dapat dilepaskan dari *maqashid al-syariah*.

Pada ranah etos kerja, definisi yang berkembang menunjukkan penekanan yang sedikit berbeda. Afi Rizqiyah dan kawan-kawan mendefinisikan etos kerja Islami sebagai sikap dan cara pandang positif yang menjadi kebiasaan atau karakter seseorang dalam bekerja sehingga mendorong terwujudnya semangat dan perilaku kerja yang maksimal, sementara Hutasuhut (2021) memperluas definisi tersebut dengan memahami etos kerja Islam sebagai orientasi yang membentuk dan memengaruhi keterlibatan serta partisipasi penganutnya di tempat kerja untuk meningkatkan kepentingan ekonomi, sosial, psikologis, menjaga prestise sosial, memajukan kesejahteraan masyarakat, dan menegaskan kembali iman. Definisi kedua ini penting karena menempatkan etos kerja bukan sebagai etika kerja semata, melainkan sebagai orientasi multidimensi yang menjembatani kepentingan duniawi (ekonomi, sosial, psikologis) dengan kepentingan ukhrawi (penegasan iman).

Pada ranah konsumsi, Imamudin Yuliadi dan Eko Prasajo (2025), dengan merujuk paradigma epistemologi Al-Ghazali, mendefinisikan rasionalitas Muslim sebagai kondisi di mana konsumen Muslim mendasarkan perilaku konsumsi mereka pada nilai-nilai Islam, memprioritaskan etika di atas kepuasan individu, dan mempertimbangkan masalah serta batasan halal-haram. Sebagai lawan konseptualnya, perilaku konsumtif dalam perspektif Islam didefinisikan oleh Sazalia Naura Azzahra dan Imsar (2025) sebagai kecenderungan membeli barang atau jasa secara berlebihan, sering kali dipicu oleh dorongan emosional atau tren,

yang mengabaikan prinsip kesederhanaan (*iqtisad*) serta larangan *israf* dan *tabdzir*. Nadia Khoerunnisah dan kawan-kawan (2025) melengkapi pemetaan konsep ini dengan mendefinisikan etika konsumsi dalam Islam sebagai panduan spiritual dan moral yang bertujuan menyeimbangkan antara kebutuhan duniawi dan tanggung jawab ukhrawi melalui prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas.

Pada ranah bisnis dan kewirausahaan, definisi yang berkembang menitikberatkan pada nilai-nilai relasional. Ilyas Adhi Purba dan Andriani mendefinisikan nilai kepercayaan (*trust*) dalam etika bisnis Islam sebagai landasan untuk menumbuhkan integritas, kejujuran, dan tanggung jawab yang memungkinkan terciptanya hubungan bisnis yang transparan dan dapat dipercaya, serta nilai kasih sayang (*rahmah*) sebagai unsur yang menumbuhkan empati, kepedulian, dan keadilan sosial dalam interaksi ekonomi. Nabila Rasha dan Arizul Suwar menambahkan definisi etika bisnis Islam sebagai sistem nilai yang mengatur perilaku pelaku usaha berdasarkan Al-Qur'an, Hadis, *ijma'*, dan *qiyas*, yang menyatukan orientasi bisnis dengan tujuan syariah (*maqashid al-syariah*) untuk mencapai keberkahan. Terakhir, dalam ranah pendidikan, Devi dan kawan-kawan menegaskan bahwa internalisasi nilai dalam konteks pendidikan dipahami bukan hanya sebagai proses transfer ilmu (*knowledge transfer*), melainkan proses internalisasi nilai (*value internalization*) yang berkelanjutan untuk membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Penegasan ini menjadi jembatan konseptual yang menghubungkan kajian pendidikan dengan kajian perilaku ekonomi, dan menjadi titik tolak argumen utama artikel ini.

Wajah Kesenjangan antara Nilai dan Perilaku dalam Ekonomi Umat Islam

Kesenjangan antara nilai etika Islam dan perilaku ekonomi riil, sejauh terpotret dalam studi-studi yang telah dikemukakan, bukan merupakan fenomena yang berdiri sendiri pada satu sektor, melainkan pola yang berulang muncul pada tiga ranah utama: etos kerja, perilaku konsumsi, serta praktik bisnis dan

kewirausahaan. Pada ranah etos kerja, kesenjangan tampak paling jelas dalam temuan Puji Lestari Ningsih dan Nafis Irkhami, yang menyatakan bahwa pada masyarakat yang mereka teliti, ibadah dan aktivitas ekonomi masih kerap dipandang terpisah, sehingga etos kerja Islami belum menyatu secara nyata dalam praktik. Penyebab kesenjangan ini, menurut penelitian yang sama, terletak pada pemahaman yang tidak mendalam terhadap konsep etos kerja dalam Islam. Senada dengan itu, Afi Rizqiyah dan kawan-kawan menunjukkan konsekuensi nyata dari lemahnya etos kerja tersebut berupa penyelewengan pekerjaan. Persoalan ini pun bukan gejala baru: Saifulloh, dalam kajiannya atas etos kerja perspektif Islam, telah lebih dahulu menegaskan bahwa rendahnya etos kerja praktis di kalangan umat Islam bukan cacat dari sistem teologi Islam itu sendiri, melainkan persoalan pemahaman dan metode penanaman nilai, sebuah catatan yang memperkuat tesis artikel ini bahwa persoalannya terletak pada proses internalisasi, bukan pada konten normatifnya.

Pada ranah konsumsi, kesenjangan termanifestasi dalam bentuk yang lebih kontemporer, terutama sejak masyarakat Muslim bertransaksi secara masif melalui platform digital. Sazalia Naura Azzahra dan Imsar mengidentifikasi kesenjangan antara nilai wasathiyah dan larangan israf dengan praktik konsumsi aktual di era e-commerce yang cenderung impulsif dan didorong FOMO, dengan penyebab utama berupa kemudahan akses teknologi, intensitas promosi digital, dan pengaruh media sosial. Sebagai solusi, penelitian tersebut merekomendasikan penguatan literasi konsumsi Islami melalui edukasi digital dan integrasi nilai agama dalam strategi pemasaran. Rissa Ajeng Nur Della dan kawan-kawan menambahkan penjelasan struktural, menyatakan bahwa lemahnya penerapan nilai ekonomi Islami berasosiasi dengan dominasi sistem kapitalistik, budaya materialistik, serta rendahnya literasi ekonomi syariah. Temuan serupa dikonfirmasi secara independen oleh Salsabila dan Handayani (2022), yang mengidentifikasi intensitas promosi digital dan pengaruh media sosial sebagai faktor dominan pendorong

perilaku pembelian impulsif di kalangan konsumen Muslim pengguna platform e-commerce, memperkuat pola bahwa kesenjangan nilai-perilaku pada ranah ini terkonsentrasi pada konteks digital.

Pada ranah bisnis dan kewirausahaan, kesenjangan tampak dalam praktik yang secara langsung melanggar prinsip kejujuran dan keadilan. Nabila Rasha dan Arizul Suwar menemukan bahwa sebagian pelaku UMKM yang mereka teliti masih terjebak pada praktik curang dan manipulatif, dengan penyebab utama berupa rendahnya literasi syariah yang membuat pelaku UMKM tergelincir dalam praktik pinjaman berbunga tinggi (riba) karena menganggap prinsip syariah rumit. Ilyas Adhi Purba dan Andriani mengidentifikasi peningkatan kejahatan ekonomi digital berupa phishing dan manipulasi invoice, dengan penyebab berupa tekanan persaingan yang mendorong oportunisme serta lemahnya pengawasan kelembagaan. Febriani dan kawan-kawan (2023), dalam kajian yang secara eksplisit membahas kesenjangan antara teori etika bisnis Islam dan praktik bisnis modern, menegaskan pola yang sama pada level lebih luas: standar syariah yang telah dirumuskan secara normatif kerap tidak sejalan dengan tekanan kompetisi bisnis riil, terutama pada sektor yang berkembang cepat seperti perbankan syariah dan UMKM.

Krisis karakter yang mendasari ketiga ranah tersebut mendapat penjelasan yang lebih menyeluruh dari Dian Rismayanti, yang mengaitkan perilaku tidak jujur dan manipulasi data di era digital dengan lemahnya integritas moral, dengan penyebab berupa sikap hidup hedonis-materialis dan banjir informasi digital yang tidak dibarengi keteguhan moral. Jika ditarik benang merah dari temuan-temuan di atas, dengan tetap memperhatikan bahwa keseluruhan temuan ini bersumber dari studi kasus dan kajian terbatas, bukan survei representatif nasional, tampak suatu pola yang konsisten: kesenjangan nilai-perilaku pada kasus-kasus yang dikaji bukan disebabkan oleh ketiadaan pengetahuan normatif tentang etika Islam, melainkan oleh proses internalisasi yang berhenti pada tahap kognitif tanpa berlanjut ke tahap

afektif dan konatif. Pemahaman inilah yang menjadi jembatan menuju pembahasan kerangka teoretis pada subbagian berikutnya.

Mengurai Mekanisme Kegagalan Internalisasi: Tinjauan Kerangka Teoretis

Untuk menjelaskan mengapa pengetahuan normatif tentang etika Islam tidak secara otomatis bertransformasi menjadi perilaku ekonomi yang sesuai, kajian ini merujuk langsung pada karya-karya babon di bidang pendidikan dan psikologi sosial, alih-alih hanya bersandar pada kutipan sekunder. Kerangka pertama bersumber dari taksonomi Benjamin S. Bloom dan kawan-kawan, yang menjelaskan bahwa pembelajaran idealnya berdampak pada tiga ranah tujuan pendidikan secara simultan: kognitif, afektif, dan psikomotorik (Bloom et al., 1956), diperdalam oleh Krathwohl, Bloom, dan Masia yang menguraikan ranah afektif ke dalam lima tahap hierarkis, menerima, merespons, menghargai, mengorganisasi, dan karakterisasi, sebuah tangga yang menjelaskan secara rinci di titik mana proses internalisasi nilai ekonomi Islami dapat terhenti (Krathwohl et al., 1964; Islami, 2016). Kerangka ini penting karena menunjukkan bahwa pendidikan yang hanya menyasar dimensi kognitif, misalnya sekadar menghafal daftar transaksi halal dan haram, berisiko gagal membentuk perilaku jika dimensi afektif dan psikomotorik tidak turut dikembangkan.

Kerangka kedua bersumber dari karya Thomas Lickona, *Educating for Character*, yang menjelaskan internalisasi nilai melalui tiga fase: moral knowing (mengenali nilai baik), moral feeling (menumbuhkan komitmen emosional pada kebaikan), dan moral action (menerapkan nilai dalam tindakan nyata) (Lickona, 1991). Kerangka ini secara langsung menjelaskan gejala yang ditemukan pada subbagian sebelumnya: sebagian individu Muslim dalam studi-studi yang dikaji telah mencapai tahap moral knowing, mereka tahu bahwa israf dilarang dan riba haram, namun belum sampai pada tahap *moral feeling*, sehingga proses tersebut tidak berlanjut menjadi *moral action*.

Kerangka ketiga bersumber dari sosiologi pengetahuan Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam *The Social Construction of Reality*, yang menguraikan proses internalisasi melalui tiga tahap dialektis: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Kerangka ini menjelaskan bahwa nilai-nilai ekonomi Islami dapat saja telah terobjektivasi dengan baik dalam masyarakat, melalui fatwa atau regulasi perbankan syariah, namun proses internalisasi pada level individu tetap dapat gagal jika tidak disertai penghayatan personal. Sejalan dengan itu, George Herbert Mead dalam *Mind, Self, and Society* menekankan bahwa internalisasi terjadi melalui interaksi sosial dan pengambilan peran orang lain (*role-taking*), dimulai dari tahap preparatory hingga game stage di mana individu memahami peran sosial secara utuh (Mead, 1934). Implikasinya, pendidikan yang hanya bersifat searah dan instruktif, tanpa memberi ruang berinteraksi dan mempraktikkan peran ekonomi secara nyata, berisiko menghasilkan internalisasi yang berhenti pada tahap peniruan dangkal.

Kerangka keempat berasal dari psikologi perkembangan kognitif Jean Piaget dalam *The Moral Judgment of the Child*, yang menjelaskan internalisasi sebagai proses transformasi bertahap dari tindakan eksternal menjadi struktur mental internal melalui perkembangan kognitif dan pengalaman konkret (Piaget, 1932). Teori ini menegaskan pentingnya pengalaman konkret, bukan sekadar instruksi verbal, dalam pembentukan struktur nilai yang stabil, sebuah temuan yang relevan dengan indikasi bahwa materi etos kerja di jenjang pendidikan menengah sering kali hanya menyentuh semangat kerja keras secara normatif tanpa menyentuh dimensi filosofis yang lebih dalam.

Kerangka kelima bersumber dari epistemologi Islam sendiri. Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulum al-Din* menjelaskan bahwa pembentukan moral melibatkan pengelolaan kekuatan jiwa (*nafs*) melalui *riyadhah* (latihan spiritual) yang berkelanjutan, sebuah pandangan yang kemudian dioperasionalkan secara lebih spesifik oleh Syahraini Tambak dan kawan-kawan yang menjelaskan bahwa pembentukan moral aktual siswa melibatkan pengelolaan tiga kekuatan jiwa,

syahwiyah, hammiyah, dan mufakkarah, melalui praktik keagamaan seperti salat, dzikir, dan puasa. Kerangka ini menawarkan perspektif indigenus Islam yang melengkapi teori-teori Barat di atas: internalisasi nilai ekonomi Islami bukan semata proses kognitif-rasional, melainkan juga melibatkan pengelolaan dimensi nafsani yang khas dalam epistemologi Islam.

Relevansi keseluruhan kerangka teori tersebut dengan konteks organisasi dan pekerjaan turut dikonfirmasi oleh studi empiris internasional. Alqhaiwi, Koburtay, dan Syed, melalui penelitian kuantitatif terhadap karyawan di Yordania, menemukan bahwa etos kerja Islam mendorong internalisasi identitas moral karyawan, yang selanjutnya mengurangi perilaku tidak etis, dengan religiusitas berperan sebagai moderator penting (Alqhaiwi, Koburtay, & Syed, 2024). Kajian tinjauan kritis oleh Nikmatul Atiya dan kawan-kawan (2024) atas literatur etos kerja Islam lintas organisasi turut menegaskan perlunya pengembangan instrumen pengukuran yang lebih otentik berdasarkan pandangan Islam sendiri, alih-alih mengadaptasi instrumen etos kerja Protestan yang berkembang dalam konteks Barat, sebuah catatan metodologis yang relevan bagi pengembangan penelitian empiris lanjutan atas kerangka konseptual yang diajukan artikel ini.

Tabel 3 mensintesis lima kerangka teori tersebut ke dalam satu model konvergen, yang menjadi kontribusi konseptual utama artikel ini.

Tabel 3. Model Sintesis Konvergensi Tahapan Internalisasi Nilai

Tahap Sintesis	Bloom/ Krathwohl	Lickona	Berger- Luckmann/ Mead	Epistemologi Islam (Al-Ghazali)
1.Kognitif	Ranah kognitif: mengetahui halal-haram	Moral knowing	Eksternalisasi/ preparatory stage	
2.Afektif	Ranah afektif: menerima-menghargai nilai	Moral feeling	Objektivasi/ role-taking	
3.Konatif	Ranah psikomotorik: implementasi nyata	Moral action	Internalisasi/ game stage	

Model pada Tabel 3 menunjukkan bahwa meskipun kelima kerangka teori berasal dari tradisi keilmuan berbeda (psikologi pendidikan Barat, sosiologi pengetahuan, dan epistemologi Islam), keseluruhannya konvergen pada satu pola tiga tahap: pengenalan kognitif berlanjut ke penghayatan afektif/emosional lalu menghasilkan tindakan nyata yang stabil. Dengan mensintesis kelima kerangka tersebut, terlihat bahwa kegagalan internalisasi nilai ekonomi Islami pada dasarnya terjadi karena proses pendidikan yang ditempuh berhenti pada tahap kognitif tanpa berlanjut secara utuh ke tahap afektif dan tahap konatif. Ketidaktuntasan ini diperparah oleh minimnya pengalaman konkret dan pembiasaan ritual-spiritual yang mampu mengelola dimensi nafsani individu. Kerangka sintesis inilah yang menjadi kontribusi konseptual artikel ini dan menjadi dasar bagi rumusan strategi pendidikan pada subbagian berikutnya.

Pendidikan sebagai Jembatan: Strategi Penguatan Internalisasi Nilai Ekonomi Islami

Berdasarkan model sintesis pada Tabel 3, artikel ini berargumen bahwa pendidikan ekonomi Islam perlu direformulasikan dari model transfer pengetahuan (*knowledge transfer*) menjadi model internalisasi nilai (*value internalization*) yang berkelanjutan, sebagaimana ditegaskan oleh Erwina Kartika Devi dan kawan-kawan. Model reformulasi ini mencakup empat strategi yang diturunkan langsung dari ketiga tahap pada model sintesis, bukan sekadar daftar rekomendasi lepas dari masing-masing sumber, melainkan dipetakan secara eksplisit ke tahap kognitif, afektif, atau konatif mana setiap strategi tersebut ditujukan, sebagaimana dirangkum pada Tabel 4.

Tabel 4. Strategi Pendidikan dan Tahap Internalisasi yang Disasar

Strategi	Sumber Rujukan	Tahap yang Disasar
Penguatan multitingkat (pendidikan, keteladanan, kebijakan)	Ilyas Adhi Purba & Andriani (2025)	Afektif
Pendidikan berbasis dilema nyata (studi kasus)	Ilyas Adhi Purba & Andriani (2025)	Afektif dan Konatif
Implementasi bertahap (kesadaran, rencana, standar, audit)	Nabila Rasha & Arizul Suwar (2025)	Kognitif dan Konatif
Pembiasaan ritual-spiritual (salat, dzikir, puasa)	Syahraini Tambak dkk. (2021); Al-Ghazali	Konatif (pengelolaan nafsani)

Pertama, strategi penguatan pada level multitingkat. Purba dan Andriani (2025) menekankan bahwa nilai etika hanya bisa menjadi perilaku rutin jika diperkuat pada tiga level sekaligus: pendidikan formal dan pelatihan, kepemimpinan melalui keteladanan, dan kebijakan kelembagaan berupa kode etik dan regulasi. Strategi ini terutama menyasar tahap afektif, keteladanan figur otoritatif memperkuat komitmen emosional (moral feeling dalam istilah Lickona) yang tidak dapat dibentuk hanya melalui instruksi kognitif di ruang kelas.

Kedua, strategi pendidikan berbasis dilema nyata (*real dilemma-based education*). Studi yang sama menyarankan integrasi materi etika bisnis Islam ke dalam kurikulum dengan fokus pada studi kasus dilema nyata, seperti kasus pelabelan produk dan klaim palsu. Pendekatan ini secara langsung mengoperasionalkan kerangka Piaget yang menekankan pentingnya pengalaman konkret, serta kerangka Mead yang menekankan pentingnya interaksi sosial dan pengambilan peran nyata dalam proses internalisasi, sehingga strategi ini menyasar transisi dari tahap afektif menuju konatif.

Ketiga, model tahapan implementasi sistematis, sebagaimana diajukan oleh Nabila Rasha dan Arizul Suwar untuk konteks penguatan UMKM, mencakup empat tahap: penanaman kesadaran filosofis bahwa bisnis adalah ibadah, penyusunan rencana bisnis dengan indikator halal dan maslahat, penerapan prinsip etika sebagai standar operasional, dan evaluasi berkala melalui audit syariah internal. Model bertahap ini relevan diadaptasi ke dalam kurikulum berjenjang, dimulai dari penanaman kesadaran filosofis di jenjang dasar (tahap kognitif) hingga evaluasi mandiri dan reflektif di jenjang pendidikan tinggi (tahap konatif).

Keempat, strategi pembiasaan ritual-spiritual sebagai pengelola dimensi nafsi. Sejalan dengan temuan Tambak dan kawan-kawan serta epistemologi Al-Ghazali, penguatan internalisasi nilai ekonomi Islami perlu disertai pembiasaan praktik keagamaan seperti salat berjemaah, dzikir, dan puasa sunnah, yang berfungsi sebagai sarana pengelolaan dorongan syahwiyah yang mendasari perilaku konsumtif dan hammiyah yang mendasari perilaku tidak jujur dalam berbisnis. Dian Rismayanti melengkapi strategi ini dengan menekankan pentingnya integrasi nilai antikorupsi seperti *sidq*, *amanah*, dan *adil* dalam kurikulum Pendidikan Agama Islam, disertai keteladanan guru dan pemanfaatan media digital untuk dakwah, sebuah strategi yang relevan mengingat banyak bentuk kesenjangan nilai-perilaku kontemporer terjadi justru dalam ruang digital yang sama.

Keempat strategi tersebut, jika disintesiskan melalui Tabel 4, menunjukkan bahwa pendidikan yang efektif dalam membentuk perilaku ekonomi Islami bukanlah pendidikan yang berhenti pada penyampaian materi normatif di ruang kelas, melainkan ekosistem pendidikan yang secara sengaja dirancang untuk menuntaskan ketiga tahap internalisasi, kognitif, afektif, dan konatif, secara berurutan dan saling memperkuat. Kajian bibliometrik oleh Jingying Chen dan kawan-kawan atas tren riset pendidikan moral secara global turut mengonfirmasi arah perkembangan ini, yakni pergeseran fokus riset pendidikan moral dari sekadar transmisi nilai kognitif menuju pembentukan karakter yang terintegrasi dengan

konteks sosial-emosional peserta didik (Chen et al., 2023), sebuah kecenderungan global yang sejalan dengan argumen artikel ini.

KESIMPULAN

Kajian pustaka ini menyimpulkan tiga temuan utama. Pertama, konsep internalisasi nilai dan perilaku ekonomi Islami dalam literatur ekonomi Islam kontemporer secara konsisten menegaskan bahwa proses internalisasi mencakup tiga dimensi yang harus terintegrasi, yakni kognitif (sistem berpikir), afektif (motivasi), dan konatif (perilaku nyata). Kedua, pada studi-studi yang dikaji, kesenjangan antara nilai etika Islam dan perilaku ekonomi riil ditemukan secara berulang pada tiga ranah, yaitu etos kerja, perilaku konsumsi, dan praktik bisnis/kewirausahaan, dengan penyebab yang saling terkait: pemisahan konseptual antara ibadah dan aktivitas ekonomi, dominasi budaya materialistik dan kapitalistik, rendahnya literasi syariah, serta tekanan digitalisasi ekonomi. Ketiga, kesenjangan tersebut paling tepat dijelaskan melalui model sintesis konvergensi tiga tahap (kognitif-afektif-konatif) yang dibangun dari kerangka teori internalisasi bertahap, baik dari perspektif pendidikan Barat (Bloom, Krathwohl, Lickona, Piaget), sosiologi pengetahuan (Berger-Luckmann, Mead), maupun epistemologi Islam (Al-Ghazali), yang secara konvergen menunjukkan bahwa pengetahuan normatif semata tidak cukup untuk membentuk perilaku; diperlukan penghayatan afektif dan pengalaman konkret yang berkelanjutan agar nilai benar-benar terinternalisasi.

Implikasi dari temuan ini adalah perlunya reformulasi pendidikan ekonomi Islam dari model transfer pengetahuan normatif menjadi model internalisasi nilai yang melibatkan keteladanan struktural, pembelajaran berbasis dilema nyata, tahapan implementasi yang terstruktur, serta pembiasaan ritual-spiritual, sebagaimana dirangkum dalam Tabel 4. Kajian ini memberikan kontribusi konseptual berupa model sintesis tiga tahap bagi pengembangan kurikulum

ekonomi Islam yang berorientasi pada pembentukan perilaku, sekaligus mengisi celah penelitian yang selama ini terjadi karena kajian ekonomi syariah lebih menekankan aspek teknis kelembagaan dibandingkan dimensi pendidikan sebagai agen transformasi nilai.

Sebagai kajian konseptual berbasis kajian pustaka, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diakui secara eksplisit. Pertama, seluruh sumber yang dianalisis dipilih karena membahas kesenjangan nilai-perilaku, sehingga berpotensi menimbulkan bias konfirmasi (confirmation bias), studi-studi yang menunjukkan keberhasilan internalisasi nilai ekonomi Islami secara relatif kurang terwakili. Kedua, dua di antara 18 sumber berasal dari prosiding yang status indeksasinya belum dapat diverifikasi secara independen, sehingga temuan yang bersumber darinya diperlakukan sebagai bukti pendukung, bukan dasar tunggal argumen. Ketiga, karena bersifat kualitatif-tematik, kajian ini tidak dapat mengukur kekuatan hubungan antarvariabel secara statistik. Mengingat keterbatasan tersebut, penelitian lanjutan yang bersifat empiris, baik melalui studi kuantitatif untuk menguji kekuatan hubungan antarvariabel dalam model sintesis yang diajukan, survei representatif untuk menghindari generalisasi berlebihan dari studi kasus, maupun studi kualitatif longitudinal untuk mengamati proses internalisasi nilai dari waktu ke waktu, sangat diperlukan untuk memperkuat validitas eksternal dari kerangka konseptual yang dihasilkan dalam kajian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali, A. H. (n.d.). *Ihya' Ulum al-Din (Jilid II, Kitab Adab al-Kasb wa al-Ma'ash)*. Beirut: Dar al-Ma'rifah.
- Alqhaiwi, Z. O., Koburtay, T., & Syed, J. (2024). The Interplay Between Islamic Work Ethic, Unethical Pro Behaviors, and Moral Identity Internalization: The Moderating Role of Religiosity. *Journal of Business Ethics*, 193(2), 393–408. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05527-5>
- Atiya, N., Widiastuti, T., & Rusanti, E. (2024). Critical review of Islamic work ethic literature across diverse organization and its future direction. *Journal of*

- Management and Digital Business*, 4(2), 250–275.
<https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.914>
- Azzahra, S. N., & Imsar, I. (2025). Perilaku Konsumtif Muslim di Era E-Commerce: Tinjauan Etika Konsumsi dalam Perspektif Islam. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 3(3), 217–225.
<https://doi.org/10.59841/excellence.v3i3.3287>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books.
- Bloom, B. S., Engelhart, M. D., Furst, E. J., Hill, W. H., & Krathwohl, D. R. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives: The Classification of Educational Goals, Handbook I: Cognitive Domain*. New York: David McKay Company.
- Chapra, M. U. (1992). *Islam and the Economic Challenge*. Herndon, VA: The International Institute of Islamic Thought.
- Della, R. A. N., Izzah, N., Maulidia, H., & In, C. (2025). Internalisasi Nilai-Nilai Ekonomi Islami Dalam Qs. Adz-Dzariyat Ayat 15–19 Serta Implikasinya Terhadap Pembentukan Motivasi Dan Perilaku Ekonomi Masyarakat Muslim. *AL-MULTAZIM: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(2), 912–925.
<https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27205>
- Devi, E. K., Agustriani, N., & Suciningtyas, R. (2025). Kontribusi Pendidikan Islam dalam Pengembangan Ekonomi Berbasis Etika Syariah. *Pandai: Jurnal Pendidikan*, 1(1), 27–34.
- Febriani, F., Amanah, K., & Saputra, S. (2023). TINJAUAN ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL EKONOMI DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Insight Management and Business (IMB)*, 1(2), 102–112.
- Firdiansyah, Y., Aprillia, A. F., & Aditya, M. N. (2024). DAMPAK PEMBELAJARAN EKONOMI ISLAM DALAM MEMBENTUK PERILAKU MORALITAS EKONOMI MAHASISWA. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 8(02), 132–139. <https://doi.org/10.30599/utility.v8i02.2729>
- Hutasuhut, J., Syamsuri, A. R., Saragih, A., & Sarkum, S. (2021). Islamic work ethics in management performance perspectives: Conceptualization and value internalization. In *Halal Development: Trends, Opportunities and Challenges*. Routledge.
- Khoerunnisah, N., Maharani, F., & Nuriyah, S. (2025). Etika Konsumsi dalam Islam: Menjaga Keseimbangan antara Dunia dan Akhirat. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 475–480. <https://doi.org/10.63822/1g9b9b48>
- Krathwohl, D. R., Bloom, B. S., & Masia, B. B. (1964). *Taxonomy of Educational Objectives, Handbook II: Affective Domain*. New York: David McKay Company.
- Lickona, T. (1991). *Educating for Character: How Our Schools Can Teach Respect and Responsibility*. New York: Bantam Books.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.

- Naqvi, S. N. H. (1981). *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Ningsih, P. L., & Irkhami, N. (2025). Internalisasi Etos Kerja Islam: Perspektif Aktualisasi Iman. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(04). Retrieved from <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/17663>
- Piaget, J. (1932). *The Moral Judgment of the Child*. London: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co.
- Purba, I. A., & Andriani, A. (2025). Mendidik Dengan Cinta: Internalisasi Nilai Kepercayaan Dan Kasih Sayang Dalam Etika Bisnis Islam Kontemporer. *Prosiding Nasional Pascasarjana IAIN Kediri*, 8, 1–18.
- Rasha, N., & Suwar, A. (2025). Konsep Etika Bisnis Islam dalam Penguatan UMKM: Relevansi, Tantangan, dan Model Implementasi. *AL-UKHWAH - JURNAL PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM*, 96–113. <https://doi.org/10.47498/jau.v4i1.5883>
- Rismayanti, D. (2025). PERAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DALAM MEMBENTUK GENERASI ANTI KORUPSI DI ERA DIGITAL. *EDUCATIONAL : Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran*, 5(3), 734–744. <https://doi.org/10.51878/educational.v5i3.6776>
- Rizqiyah, A., Nur, Z. C. L., A'rifah, A. N., & Zuhri, A. M. (2024). Etos Kerja Islami sebagai Karakter Muslim Perspektif Hadis Riwayat Ibnu Majah Nomor 4168. *KACA (Karunia Cahaya Allah): Jurnal Dialogis Ilmu Ushuluddin*, 14(1), 130–152. <https://doi.org/10.36781/kaca.v14i1.624>
- Tambak, S., Hamzah, H., Sukenti, D., & Sabdin, M. (2021). Internalization of Islamic Values in Developing Students' Actual Morals. *JPI (Jurnal Pendidikan Indonesia)*, 10(4), 697–709. <https://doi.org/10.23887/jpi-undiksha.v10i4.30328>
- Yuliadi, I., & Prasajo, E. (2025). Discourse of Muslim Consumer Rationality Al-Ghazali's Knowledge Paradigm Perspective. *International Journal of Sharia Economics and Financial Literacy*, 2(4), 9–9.