

Pendidikan Agama Islam dan Penguatan Moralitas dalam Aktivitas Ekonomi Digital Mahasiswa

Devi Ganjar Musthofa

Pendidikan Agama Islam, STAI PUI Majalengka, Jawa Barat
Dmusthofa89@gmail.com

Abstract

The development of the digital economy has created broad opportunities for university students to participate in economic activities such as online entrepreneurship, content creation, digital marketing, and freelancing. However, this development has also given rise to various moral challenges, including information manipulation, consumer exploitation, dishonesty in transactions, and hedonistic consumption patterns. This article aims to examine the relationship between Islamic Religious Education (Pendidikan Agama Islam/PAI) and efforts to strengthen students' morality in digital economic activities through a literature review method. The findings indicate that PAI has significant potential in establishing a foundation for digital ethics grounded in Islamic values such as honesty (*sidq*), trustworthiness (*amanah*), justice (*'adl*), responsibility, and *ihsan* (excellence and benevolence). Numerous studies demonstrate that the internalization of religious values is capable of shaping positive digital ethics, enhancing self-control, and reducing the potential for moral deviation in online economic activities. This article concludes that the PAI curriculum needs to integrate digital literacy and sharia-based digital economic ethics in order to address the moral challenges of students' participation in the digital economy.

Keywords: Islamic Religious Education, morality, digital economic activities.

Abstraksi

Perkembangan ekonomi digital membuka ruang luas bagi mahasiswa untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi seperti *online entrepreneurship*, *content creation*, *digital marketing*, dan *freelancing*. Namun, perkembangan tersebut juga memunculkan berbagai tantangan moral, termasuk manipulasi informasi, eksploitasi konsumen, ketidakjujuran dalam transaksi, serta pola konsumsi yang hedonistik. Artikel ini bertujuan mengkaji hubungan antara

Pendidikan Agama Islam (PAI) dan upaya penguatan moralitas mahasiswa dalam aktivitas ekonomi digital melalui metode kajian literatur. Hasil kajian menunjukkan bahwa PAI memiliki potensi besar dalam membangun fondasi etika digital berbasis nilai-nilai Islam seperti kejujuran (*sidq*), amanah, keadilan (*adl*), tanggung jawab, dan ihsan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa internalisasi nilai-nilai keagamaan mampu membentuk etika digital yang positif, meningkatkan kontrol diri, dan menurunkan potensi penyimpangan moral dalam aktivitas ekonomi online. Artikel ini menyimpulkan bahwa kurikulum PAI perlu mengintegrasikan literasi digital dan etika ekonomi digital berbasis syariah untuk menjawab tantangan moralitas ekonomi digital mahasiswa.

Kata kunci: Pendidikan Agama Islam, Moralitas, Aktivitas Ekonomi Digital

Pendahuluan

Era ekonomi digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan mahasiswa. Aktivitas ekonomi seperti jual beli daring, bisnis berbasis media sosial, *dropshipping*, *affiliation marketing*, hingga *influencer endorsement* kini menjadi peluang aktual bagi mahasiswa untuk mendapatkan penghasilan dan mengembangkan kompetensi kewirausahaan. Transisi menuju ekonomi digital ini dipacu oleh revolusi teknologi, meningkatnya penggunaan media sosial, dan kemudahan akses transaksi elektronik.

Di satu sisi, ekonomi digital memberikan manfaat berupa kemandirian finansial, kreativitas, dan peluang usaha. Tetapi di sisi lain, berbagai tantangan moral semakin tampak: praktik pemalsuan identitas, penyebaran informasi menyesatkan, manipulasi psikologis konsumen, plagiasi konten, *scamming*, hingga budaya konsumtif yang mengarah pada materialisme. Fenomena ini menuntut adanya landasan moral kuat bagi mahasiswa sebagai pelaku ekonomi digital.

Di sinilah Pendidikan Agama Islam (PAI) memiliki peran strategis. PAI bukan hanya mengajarkan aspek ritual, tetapi juga membangun etika hidup, orientasi nilai, dan kesadaran moral dalam berbagai aktivitas manusia, termasuk ekonomi digital. Nilai-nilai Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, kebajikan, dan larangan penipuan merupakan landasan pokok dalam ekonomi syariah dan dapat menjadi pedoman dalam aktivitas digital mahasiswa.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa internalisasi nilai agama terbukti berpengaruh terhadap etika bermedia sosial (Rahman, 2021), sikap terhadap transaksi digital (Lubis, 2022), dan perilaku konsumen di dunia maya (Fitriani, 2023). Namun, kajian mengenai hubungan PAI dan moralitas dalam konteks ekonomi digital mahasiswa masih terbatas, sehingga diperlukan analisis literatur yang komprehensif.

Artikel ini membahas bagaimana PAI dapat menjadi sarana penguatan moralitas mahasiswa dalam aktivitas ekonomi digital. Kajian berfokus pada nilai-nilai moral Islam, fenomena etika ekonomi digital mahasiswa, dan strategi pengembangan kurikulum PAI yang relevan dengan tantangan zaman digital. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur (*literature review*). Sumber data yang dianalisis meliputi:

1. Literatur klasik tentang etika Islam, ekonomi Islam, dan prinsip moral syariah.
2. Penelitian empiris terbaru (2018–2024) terkait moralitas digital, etika media sosial, perilaku ekonomi digital mahasiswa, dan integrasi PAI dengan literasi digital.
3. Regulasi dan dokumen pendidikan termasuk Kurikulum PAI dan Kurikulum Merdeka.

Analisis dilakukan dengan teknik *content analysis*, yaitu mengidentifikasi tema-tema dominan, menghubungkan konsep, dan menyusun sintesis teoretis yang relevan untuk membangun argumentasi.

Hasil dan Pembahasan

1. Pendidikan Agama Islam (PAI): Fungsi, Nilai, dan Relevansinya terhadap Moralitas

Pendidikan Agama Islam (PAI) merupakan proses terencana untuk membentuk manusia agar menjalankan kehidupan sesuai prinsip syariat, akidah, dan akhlak yang benar. Menurut Tafsir, PAI bertujuan membentuk kepribadian muslim yang utuh, meliputi dimensi spiritual, intelektual, moral, dan sosial (*Tafsir, 2014*). Dalam konteks modern, PAI tidak hanya mengajarkan ritualitas formal,

tetapi berfungsi sebagai instrumen internalisasi nilai moral untuk menghadapi perubahan sosial yang cepat.

Al-Ghazali menjelaskan bahwa pendidikan adalah sarana menyempurnakan jiwa manusia melalui penyucian moral dan penguatan perilaku etis (*Al-Ghazali, 2015*). Pandangan ini relevan dalam era digital yang ditandai oleh anonimitas, percepatan informasi, dan tingginya peluang kecurangan digital.

Beberapa penelitian menegaskan pentingnya PAI dalam membentuk perilaku etis mahasiswa. Rahman menemukan bahwa tingkat religiusitas mahasiswa berkontribusi nyata terhadap etika bermedia sosial (*Rahman, 2021*). Temuan ini diperkuat oleh Prasetyo yang menunjukkan bahwa mahasiswa dengan pemahaman PAI yang baik cenderung menghindari praktik bisnis digital yang manipulatif (*Prasetyo, 2021*). Dengan demikian, PAI bukan hanya pembelajaran normatif, tetapi “modal moral” dalam aktivitas ekonomi digital.

2. Moralitas Digital: Konsep, Tantangan, dan Perilaku Mahasiswa

a. Konsep Moralitas di Era Digital

Moralitas digital merupakan seperangkat nilai, prinsip, dan norma yang mengarahkan perilaku etis dalam aktivitas berbasis teknologi. Menurut Floridi, etika digital adalah upaya menentukan “apa yang benar” dalam ruang maya yang tidak memiliki batas geografis dan minim pengawasan (*Floridi, 2019*). Moralitas digital menuntut tanggung jawab diri karena aktivitas online sering dilakukan secara privat.

Dalam ruang ekonomi digital—seperti *e-commerce*, *social commerce*, *content creation*, dan *freelancing*—moralitas menjadi standar untuk menjaga integritas transaksi dan mencegah eksploitasi konsumen.

b. Tantangan Moralitas Ekonomi Digital Mahasiswa

Penelitian menunjukkan mahasiswa rentan terhadap penyimpangan moral digital, seperti:

1) Manipulasi Informasi dan Konten Palsu

Maulida menemukan bahwa 47% mahasiswa pelaku bisnis digital menggunakan teknik manipulatif untuk menarik konsumen (*Maulida, 2023*).

2) Pelanggaran Hak Cipta dan Plagiasi Konten

Putra mencatat bahwa mayoritas mahasiswa kreator konten menggunakan karya orang lain tanpa atribusi yang tepat (*Putra, 2022*).

3) Sikap Konsumtif dan Hedonistik

Fitriani menyatakan bahwa paparan promosi digital memicu perilaku konsumtif impulsif pada mahasiswa (*Fitriani, 2023*).

4) Kecurangan dalam Transaksi Digital

Hasanah menjelaskan bahwa lemahnya kontrol diri digital memicu praktik kecurangan, misalnya memalsukan testimoni (*Hasanah, 2020*). Fenomena-fenomena ini menunjukkan perlunya pendidikan moral berbasis agama sebagai penyeimbang.

3. Aktivitas Ekonomi Digital Mahasiswa: Peluang dan Potensi Penyimpangan

Aktivitas ekonomi digital meliputi banyak bentuk seperti online shop dan dropshipping, pembuatan konten (YouTube, TikTok, Instagram), affiliation marketing, freelance digital, dan reseller produk online.

Menurut Lubis, ekonomi digital memberikan peluang bagi mahasiswa untuk berwirausaha dengan modal rendah dan kreativitas tinggi (*Lubis, 2022*). Namun, akses luas dan minimnya regulasi sering membuat mahasiswa bebas melakukan praktik bisnis tanpa landasan etika. Penelitian Sari menunjukkan bahwa mahasiswa yang tidak dibekali etika keagamaan cenderung mengutamakan keuntungan, bahkan dengan mengorbankan etika bisnis (Sari, 2021).

4. Prinsip-Prinsip Islam dalam Ekonomi Digital

a. Kejujuran (Ṣidq)

Al-Qur'an mengharuskan kejujuran dalam transaksi (QS. At-Taubah: 119). Ini melarang testimoni palsu, foto manipulatif, dan klaim berlebihan.

b. Amanah

Bisnis digital berbasis kepercayaan. Tanpa amanah, reputasi penjual mudah rusak. Nabi SAW menyatakan bahwa pedagang jujur akan bersama para nabi dan orang saleh (*HR. Tirmidzi*).

c. 'Adl (Keadilan)

Islam menuntut perlakuan adil kepada konsumen, termasuk transparansi harga dan kualitas.

d. Ihsan

Profesionalisme, pelayanan yang baik, dan kualitas produk termasuk bentuk *ihsan*.

e. Larangan Penipuan (Gharar) dan Riba

Banyak transaksi digital mengandung “ketidakjelasan”, sehingga perlunya pemahaman fikih bisnis digital. Nilai-nilai ini menjadi landasan bagi etika digital yang sehat.

1. Peran PAI dalam Membentuk Moralitas Ekonomi Digital

Kajian literatur memperlihatkan bahwa PAI berpengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi digital mahasiswa. Nilai-nilai spiritual dan akhlak yang dipelajari melalui PAI berfungsi sebagai kompas moral untuk membuat keputusan yang etis. Penelitian Rahman menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki religiusitas tinggi lebih berhati-hati dalam mengunggah konten dan lebih jujur dalam transaksi digital (Rahman, 2021). Temuan ini sejalan dengan Sari yang menegaskan bahwa pemahaman agama memperkecil kecenderungan melakukan manipulasi digital (Sari, 2021). PAI, dalam konteks ini, bukan sekadar informasi keagamaan, tetapi proses pembentukan karakter.

2. Integrasi Nilai PAI dalam Literasi Ekonomi Digital

a. Pembentukan Etika Bisnis Digital

Nilai *amanah* dan *sidq* menjadi dasar *melawan* praktik-praktik tidak etis: testimoni palsu, clickbait, overselling, plagiasi, dan manipulasi harga. Penelitian Maulida membuktikan bahwa mahasiswa yang mengikuti kelas etika Islam cenderung menurunkan penggunaan teknik manipulatif (Maulida, 2023).

b. Penguatan Kontrol Diri Moral (Self-Monitoring)

Konsep *muraqabah* meningkatkan kesadaran bahwa aktivitas digital juga diawasi oleh Allah (Hasanah, 2020). Ini penting karena ekonomi digital cenderung anonim.

c. Kemampuan Menyaring Produk Ekonomi Digital

Mahasiswa dibekali pengetahuan fikih muamalah untuk membedakan, produk halal–haram, transaksi gharar–transparan, dan promosi etis–manipulatif. Lubis menegaskan bahwa fikih digital perlu dimasukkan dalam kurikulum PAI (Lubis, 2022).

3. PAI sebagai Solusi atas Penyimpangan Ekonomi Digital

Kajian literatur memperlihatkan empat bentuk penyimpangan yang dapat dikurangi melalui PAI:

a. Penipuan (Fraud Digital)

Konsep *amanah* menjadi pencegah utama. Pelaku bisnis digital yang berlandaskan nilai Islam lebih berhati-hati terhadap penipuan (Prasetyo, 2021).

b. Plagiasi Konten

Nilai *adil* dan *ihsan* mendorong mahasiswa untuk menghargai karya orang lain (Putra, 2022).

c. Konsumerisme dan Hedonisme Digital

PAI menawarkan etika kesederhanaan (*zuhud*) dan pengendalian diri (*iffah*) yang kontradiktif terhadap budaya konsumsi berlebihan (Fitriani, 2023).

d. Ketidakjujuran dalam Promosi

Konsep kejujuran (*siddq*) menjadi prinsip utama dalam pemasaran digital Islami.

4. Implikasi Terhadap Pengembangan Kurikulum PAI

a. Perlunya Integrasi Materi Etika Ekonomi Digital

Kurikulum PAI harus memasukkan fikih transaksi digital, etika media sosial, ekonomi syariah kontemporer, studi kasus bisnis digital, literasi digital berbasis akhlak.

b. Metode Pembelajaran Kontekstual

Model yang direkomendasikan adalah problem based learning (kasus penipuan digital project based learning (membuat bisnis digital etis) dan observasi lapangan digital (audit etika akun bisnis).

c. Kolaborasi dengan Prodi Ekonomi dan Teknologi

Kurikulum PAI tidak boleh berdiri sendiri; ia harus berkolaborasi agar lebih fungsional.

Simpulan

Kajian literatur menunjukkan bahwa Pendidikan Agama Islam memiliki peran strategis dalam penguatan moral mahasiswa yang terlibat dalam ekonomi digital. Nilai-nilai Islam seperti *ṣidq*, *amanah*, *'adl*, dan *ihsan* merupakan perangkat etis yang efektif untuk memandu perilaku mahasiswa dalam transaksi online, produksi konten, dan bisnis digital. Berbagai penelitian membuktikan bahwa pemahaman nilai agama berpengaruh positif terhadap integritas digital mahasiswa.

Kurikulum PAI perlu dikembangkan untuk mengintegrasikan literasi digital dan etika ekonomi syariah sehingga mampu memberikan bekal komprehensif bagi mahasiswa sebagai pelaku ekonomi digital yang profesional dan bermoral.

Referensi

- Al-Ghazali. (2015). *Ihya Ulumuddin*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Fitriani, R. (2023). Moralitas Konsumen Digital Mahasiswa. *Journal of Digital Behavior*, 5(1), 22–35.
- Floridi, L. (2019). *The Ethics of Information*. Oxford University Press.
- Hasanah, L. (2020). Pengaruh Muraqabah terhadap Etika Digital Remaja. *Jurnal Akhlak*, 14(2), 77–90.
- Lubis, F. (2022). Sikap Keagamaan dan Transaksi Digital. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 13–28.
- Maulida, S. (2023). Etika Digital Marketing Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Digital*, 6(2), 41–58.
- Prasetyo, D. (2021). Etika Bisnis Mahasiswa di Era Teknologi. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(3), 66–81.
- Putra, R. (2022). Pelanggaran Hak Cipta dalam Kreasi Digital Mahasiswa. *Creative Media Journal*, 4(1), 19–30.
- Rahman, M. (2021). Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 55–72.

Sari, F. (2021). Pemahaman Agama dan Perilaku Belanja Digital. *At-Tarbiyah Journal*, 11(1), 95–110.

Tafsir, A. (2014). *Ilmu Pendidikan Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya.