

ETIKA BISNIS DALAM ISLAM: IMPLEMENTASI PRINSIP AKHLAK DALAM TRANSAKSI MUAMALAH

Syawal Tawakkal Asdar¹, Dimas Adi Saputra², Ahmad Baehaki³, Muhammad Ridho Azka⁴.

Universitas Muhammadiyah Jakarta^{1,2,3,4}

¹ syawaltawakkal2445@gmail.com

² masybotem@gmail.com

³ abibaprak20@gmail.com

⁴ azkaridho05@gmail.com

Informasi artikel

Diterima :

05 Juni 2025

Direvisi :

16 Juni 2025

Disetujui :

17 Juni 2025

ABSTRACT

This research aims to examine the application of business ethics in Islam, particularly moral principles in muamalah transactions, as well as the challenges faced in its implementation in the modern era. Using a descriptive qualitative approach based on a literature study, this research highlights key values such as honesty, openness, trustworthiness and responsibility as the foundation of Islamic business ethics. The case study of Toko Roti Gembul in Pontianak shows how these principles can be applied in the business world. The results also reveal various challenges, such as a lack of understanding of sharia concepts, weak supervision, and not optimal integration of Islamic values in business strategies. Al-Ghazali's thoughts on positive motivation and business as fardhu kifayah also strengthen the urgency of ethics in building a fair and sustainable economic system. This research is expected to be an academic and practical contribution in encouraging the application of Islamic values in modern business activities.

Keywords: *Islamic business ethics, morals, muamalah, transactions, sharia principles.*

PENDAHULUAN

Selama ini, banyak orang menganggap bahwa bisnis hanyalah tentang memperoleh keuntungan. Prinsip ekonomi klasik yang menekankan untuk meminimalkan modal dan memaksimalkan keuntungan telah mendorong para pelaku usaha untuk menggunakan berbagai metode demi meraih laba, mulai dari pengadaan bahan baku, pemilihan bahan yang digunakan, lokasi produksi, sumber daya manusia, manajemen, hingga pemasaran yang dilakukan dengan cara yang paling efektif dan efisien. Oleh karena itu, tidak mengejutkan jika para pelaku bisnis

sering kali mengabaikan tanggung jawab sosial dan prinsip etika dalam menjalankan usaha mereka.

Dalam kajian etika bisnis dalam perspektif Islam, biasanya lebih mengacu pada al-Qur'an. Namun, perlu dicatat bahwa Muhammad dikenal dalam sejarah sebagai seorang pebisnis yang berhasil, sehingga studi mengenai etika bisnis juga seharusnya mencermati praktik bisnis yang dilakukan oleh Muhammad selama hidupnya. Sikap kerja keras Muhammad mulai terbentuk sejak kecil saat diasuh oleh Halimah Assa'diyah hingga ia dewasa. Ketika berusia 4 tahun, Muhammad menggembala kambing bersama anak-anak Halimah, dan pengalaman tersebut membawanya untuk bekerja sebagai penggembala kambing milik warga Makkah. Saat ini, kemampuan internet tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi yang luas, tetapi juga membuka peluang bagi masyarakat untuk meraih keuntungan melalui bisnis online. Dalam konteks jual beli, proses ini merupakan pertukaran barang antara satu pihak dengan pihak lainnya sebagai bentuk penggantian. Akibat hukum dari transaksi jual beli adalah adanya perpindahan hak milik dari penjual kepada pembeli, yang terjalin melalui perjanjian yang saling mengikat antara kedua belah pihak (Saifullah, 2011).

Akhlaq yang merupakan etika moral juga memainkan peranan penting dalam pengelolaan bisnis Islami. Akhlaq mencakup sikap dan perilaku yang sejalan dengan ajaran Islam, seperti kejujuran, keadilan, kasih sayang, dan tanggung jawab. Dalam konteks bisnis, akhlaq menjadi pondasi untuk perilaku dan interaksi antara pelaku usaha, konsumen, dan masyarakat secara keseluruhan. Sebelumnya, berbagai penelitian telah dilakukan untuk menyelidiki hubungan antara hukum Islam, akhlaq, dan pengelolaan bisnis Islami. Banyak dari penelitian ini menggarisbawahi betapa pentingnya penerapan prinsip-prinsip Islam dalam aktivitas bisnis, sebagai langkah untuk menciptakan keadilan, keberkahan, dan keberlanjutan ekonomi (Institute of Islamic Understanding Malaysia (IKIM), 2020). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa bisnis yang berlandaskan hukum Islam lebih cenderung menghasilkan keuntungan yang bertahan lama, mengingat prinsip-prinsip ini mencegah adanya praktik yang dapat merugikan dan tidak etis. Selain itu, perusahaan yang memiliki akhlaq yang baik biasanya mendapat dukungan lebih dari konsumen dan masyarakat karena memberikan dampak sosial yang lebih positif. Meskipun studi-studi sebelumnya telah memberikan wawasan yang berharga mengenai hubungan antara hukum Islam, akhlaq, dan pengelolaan bisnis Islami, masih ada beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki. Beberapa di antaranya adalah kurangnya perhatian pada praktik bisnis yang spesifik, kurangnya data empiris yang kuat, dan ketidakjelasan dalam mengidentifikasi faktor-faktor penting yang mempengaruhi penerapan prinsip-prinsip Islam dalam dunia usaha (Edy, 2023).

Setiap hari, berbagai kegiatan usaha muncul di tengah masyarakat. Banyaknya pelaku usaha dan beragam motivasi serta tujuan bisnis, ditambah masalah yang semakin rumit, kadang membuat pelaku usaha terpaksa berusaha maksimal untuk meraih target mereka, terutama jika fokusnya hanya pada keuntungan. Akibatnya, perilaku negatif sering kali muncul dan akhirnya menjadi kebiasaan dalam berbisnis. Hal ini membuat perusahaan sering kali dicap buruk akibat kebohongan, pengkhianatan, janji yang tidak ditepati, penipuan, dan sebagainya. Dalam dunia usaha, terdapat interaksi antara berbagai orang yang bisa menjerumuskan pelaku ke dalam tindakan yang dilarang. Baik karena tuntutan ekonomi, keterlibatan dalam pergaulan yang tidak sehat dengan orang lain, maupun karena persaingan yang sangat ketat, mereka melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan ajaran agama. Sikap ini tidak mencerminkan perilaku pengusaha yang baik sebagaimana diajarkan dalam Islam. Kegiatan bisnis dalam perspektif Islam tidak boleh dilakukan sembarangan. Islam memberikan pedoman dalam menjalankan bisnis, dengan mempertimbangkan pentingnya masalah ini dan menyadari banyaknya orang yang terjebak dalam praktik bisnis yang tidak benar. Oleh karena itu, seorang muslim yang ingin jadi pengusaha perlu memahami hukum Islam serta aturan yang mengatur muamalah. Dengan cara

ini, dia bisa membedakan antara yang halal dan haram, bahkan hal-hal yang meragukan (Triwibowo & Adam, 2023).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyelidiki dasar-dasar etika dalam bisnis Islam, terutama nilai-nilai moral dalam transaksi muamalah, serta mengevaluasi bagaimana prinsip-prinsip tersebut diterapkan dalam kegiatan bisnis saat ini. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji relevansi prinsip-prinsip tersebut dalam menghadapi tantangan ekonomi masa kini dan memberikan pedoman praktis bagi para pelaku bisnis Muslim.

Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memperkaya sumber literatur akademik, meningkatkan kesadaran etis di kalangan pelaku bisnis, serta mendorong penerapan nilai-nilai Islam dalam sistem ekonomi global untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil, transparan, dan berkelanjutan.

KAJIAN LITERATUR

Secara asal kata, etika diambil dari bahasa Yunani yang disebut “ethos”, yang mengacu pada: kebiasaan, moralitas, karakter, emosi, perilaku, dan pola pikir atau bisa diartikan sebagai kebudayaan. Dengan demikian, etika juga dapat dipahami sebagai “ilmu tentang norma-norma, moralitas mengenai yang benar dan yang salah”. Dalam al-Qur’an, kata yang paling mirip dengan etika adalah khuluq. Untuk menjelaskan gagasan tentang kebaikan, al-Qur’an juga memanfaatkan istilah lain seperti khair, birr (kebenaran), qist (kesetaraan), ‘adl (keadilan), haqq (kebenaran dan kebaikan), ma’ruf (pemahaman dan penerimaan) serta taqwa (ketakwaan). Perbuatan yang baik disebut shalih, sementara perbuatan yang buruk disebut sayyi’at. (Haryanti & Wijaya, 2019)

1. Konsep Etika dalam Islam

Akhlak adalah ajaran dasar dalam Islam yang selalu penting untuk diperbincangkan karena perannya yang signifikan dalam kehidupan manusia. Nabi Muhammad SAW diutus untuk mengoptimalkan akhlak, dan dalam Pendidikan Agama Islam, tujuan utama akhlak ialah untuk menjabarkan pentingnya moral dalam kehidupan serta mendorong individu menuju kesempurnaan moral. Akhlak memiliki posisi yang tinggi dalam pendidikan Islam dan sangat berkaitan dengan iman. Rasulullah SAW bersabda bahwa iman yang sempurna dimiliki oleh orang-orang yang memiliki akhlak terbaik (HR. Tirmidzi). Imam Al-Ghazali menjelaskan bahwa akhlak adalah karakter yang tertanam dalam jiwa dan memicu tindakan secara otomatis tanpa perlu pemikiran yang mendalam.

Pendidikan akhlak menjadi pusat dari pendidikan Islam karena fokus utamanya adalah pada pengembangan jiwa dan moral yang mulia. Akhlak yang baik bukan hanya menunjukkan tingkat iman yang sempurna, tetapi juga menjadi amal yang memudahkan seseorang untuk masuk ke dalam surga. Ajaran akhlak dalam Al-Qur’an bersifat umum, dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat, serta menjadi dasar untuk kebahagiaan dan keamanan, baik di dunia maupun di akhirat. (Hawa et al., 2023)

Dalil mengenai etika dalam Islam, antara lain:
Al-qur’an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S. An-Nisa:29).

Hadist:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّهُ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ الْمُحَاقَلَةِ وَالْمُخَاضَرَةِ وَالْمَلَامَسَةِ وَالْمُنَابَذَةِ وَالْمُزَابَنَةِ – رواه البخاري

“Dari Anas bin Malik r.a. ia berkata: Rasulullah saw melarang jual beli muhaqalah (yaitu; jual beli buah yang masih di atas pohonnya), dan muhadharah (jual beli buah yang belum matang/masih hijau dan belum jelas kualitasnya), jual beli raba (yaitu; jual beli dengan tidak mengetahui ukuran, jenis dan kualitas barang), jual beli lempar dan jual beli muzabanah”. (HR. Al-Bukhari)

2. Etika Bisnis dalam Ekonomi Islam

Konsep etika diambil dari kata Yunani "Ethos," yang berarti tradisi atau kebiasaan, menunjukkan hubungannya dengan nilai-nilai, pedoman hidup yang benar, serta kebiasaan yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Menurut Magnis Suseno, etika bukan hanya sekadar teori, tetapi juga ilmu yang bersifat reflektif dan logis, yang mempertanyakan apakah kita seharusnya menerapkan nilai-nilai moral tertentu dalam situasi tertentu. Dalam perspektif Islam, etika bisnis mencakup tindakan yang sejalan dengan nilai-nilai syariah, yang menekankan pada aspek halal dan haram. Prinsip-prinsipnya berasal dari Al-Qur'an dan Hadits, yang menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Etika bisnis Islam memberikan dukungan kepada pelaku usaha dalam menghadapi isu moral, mengurangi risiko kegagalan, dan mencegah kerugian, serta memberikan keuntungan bagi masyarakat melalui transaksi yang adil dan transparan.

Muslich menjelaskan bahwa jual beli adalah kesepakatan sukarela antara penjual dan pembeli untuk menukar barang dengan nilai yang telah disepakati. Dalam proses ini, kejujuran sangat penting agar pembeli mendapatkan informasi yang akurat, seperti yang ditekankan oleh Suhendi. Kejujuran menjadi prinsip utama dalam etika bisnis yang harus dihormati oleh kedua belah pihak dalam transaksi. Di zaman modern, kemajuan teknologi, terutama internet, juga mendorong perubahan dalam praktik jual beli. Meski demikian, hal ini juga menimbulkan tantangan dalam menetapkan prinsip hukum, khususnya terkait waktu dan tempat terjadinya transaksi online. (Maulida et al., 2024)

Etika bisnis adalah salah satu elemen dasar dalam aktivitas ekonomi yang menentukan bagaimana pelaku usaha berperilaku serta berinteraksi dengan konsumen, rekan, dan lingkungan. Dalam perspektif Islam, etika bisnis berperan tidak hanya sebagai petunjuk moral, tetapi juga sebagai bagian penting dari ajaran agama yang mengatur muamalah atau hubungan antarindividu dalam ranah ekonomi.

Menurut penelitian dari Dena Ayu dan Syahrul Anwar dalam jurnal Etika Bisnis Ekonomi Islam dalam Menghadapi Tantangan Perekonomian di Masa Depan. etika bisnis dalam ekonomi Islam adalah suatu kegiatan seseorang ketika memproduksi dan mengelola suatu usaha dengan tetap mengutamakan norma atau moralitas untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, baik untuk individu maupun kelompok, berdasarkan pada nilai-nilai syariah. Penerapan etika bisnis ekonomi Islam di lembaga keuangan syariah tidak menyimpang dari prinsip-prinsip syariat; semua aktivitas dan transaksi yang dilakukan sesuai dengan aturan Islam, sekaligus mengedepankan etika serta memberikan dampak positif bagi sesama, tanpa adanya tujuan yang merugikan. Dalam menghadapi tantangan ekonomi di masa depan, etika bisnis ekonomi Islam harus terus beradaptasi dengan perubahan zaman, berinovasi, serta mengembangkan kemampuan diri agar dapat beradaptasi dengan kemajuan dan perkembangan yang pesat. Dunia bisnis bertujuan untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang lebih baik sambil tetap memprioritaskan etika dan moralitas. (Ayu & Anwar, 2022)

Menurut Siti Amelia dalam jurnal Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi, dan Distribusi pada UMKM terhadap Profitabilitas dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Profitabilitas dari sudut pandang Islam adalah keuntungan yang tidak berwujud, memiliki arti yang lebih mendalam dibandingkan sekadar keuntungan finansial, tidak hanya dapat dihitung tetapi juga dapat dirasakan, serta berfokus pada kehidupan setelah mati. Dengan penerapan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, konsep produksi dan distribusi yang dijalankan dapat membantu menciptakan keselarasan antara aktivitas ekonomi yang menghasilkan profitabilitas dan memberikan kontribusi positif bagi pelaku UMKM. Selanjutnya, etika bisnis dalam Islam serta pelaksanaan produksi dan distribusi oleh UMKM secara tepat akan memaksimalkan pendapatan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan atau kemakmuran para pedagang dan wirausaha secara menyeluruh, serta menekankan pentingnya keseimbangan yang adil antara pemilik UMKM dan masyarakat. (Siti Amelia et al., 2022)

Menurut Nur Manna Silvyah dalam jurnal Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM penerapan etika bisnis dalam Islam menunjukkan dampak positif, kegiatan bisnis tidak hanya sekadar usaha untuk menghasilkan produk dan layanan, tetapi juga mencakup kegiatan distribusi barang dan jasa kepada yang membutuhkan, serta aktivitas lain yang mendukung proses produksi dan distribusi tersebut. Menurut prinsip etika bisnis dalam Islam, setiap pengusaha saat melakukan perdagangan seharusnya tidak hanya fokus pada perolehan keuntungan, melainkan juga berharap mendapatkan ridha dari Allah SWT dan meraih berkah dari rezeki yang telah diberikan-Nya. Pengusaha pun harus menjauhi segala bentuk penyalahgunaan demi kepentingan pribadi tanpa memperhatikan dampaknya terhadap pihak lain. (Silvyah & Lestari, 2022)

Etika bisnis dari sudut pandang ekonomi Islam menekankan betapa pentingnya melaksanakan bisnis dengan mengikuti nilai-nilai syariah, memprioritaskan moral, dan menjauhi tindakan yang dapat merugikan. Dalam konteks UMKM, penerapan etika bisnis, konsep produksi, dan distribusi yang sejalan dengan prinsip Islam tidak hanya meningkatkan keuntungan secara finansial, tetapi juga memberikan nilai spiritual, kesejahteraan, dan berkah. Etika bisnis yang berbasis Islam mendorong para pelaku usaha untuk terus berinovasi, beradaptasi dengan kemajuan zaman, serta menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi dengan tanggung jawab sosial.

3. Prinsip Akhlak dalam Transaksi Muamalah

Menurut Halim (2004), etika atau moralitas adalah suatu sistem yang komprehensif yang mencakup karakteristik pikiran atau perilaku yang membentuk keunikan individu dan memengaruhi tindakan mereka sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini dalam berbagai keadaan. Di sisi lain, Imam Abu Hamid al-Ghazali, seperti yang dikutip oleh Halim, menjelaskan bahwa akhlak adalah sifat yang tertanam dalam diri seseorang yang memicu tindakan secara otomatis tanpa memerlukan pertimbangan sebelumnya. Jika sifat tersebut menghasilkan tindakan yang baik menurut akal dan hukum agama, maka dianggap sebagai akhlak baik; sebaliknya, jika menghasilkan tindakan yang buruk, maka tergolong akhlak buruk. (Budi Raharjo, 2010)

Jual beli pada dasarnya adalah pengalihan kepemilikan suatu barang melalui kesepakatan saling tukar. Secara istilah, jual beli merupakan akad pertukaran harta yang menghasilkan kepemilikan barang atau manfaatnya untuk jangka waktu tidak terbatas. Istilah "saling tukar" membedakannya dari hibah yang tidak melibatkan pertukaran, sedangkan kata "harta" mengecualikan akad nikah karena bukan pertukaran harta dengan harta, melainkan kenikmatan yang sah. Frasa "kepemilikan untuk selama-lamanya" juga membedakannya dari akad sewa, di mana yang dimiliki hanyalah manfaat, bukan barangnya secara langsung. (Ummah, 2019)

Dalam transaksi muamalah, Islam memberikan perhatian besar pada tiga elemen kunci dalam aktivitas jual beli, yaitu: keterbukaan, kejujuran, dan keamanan. Keterbukaan, atau al-bayan, berarti menyajikan informasi yang jelas dan tidak membingungkan mengenai produk, biaya, dan ketentuan transaksi. Kejujuran, yang dalam bahasa Arab disebut shidq, berperan penting dalam mencegah penipuan serta penyajian informasi yang keliru. Aspek keamanan

berhubungan dengan kepercayaan dalam menjaga amanah antara semua pihak yang terlibat dalam transaksi, serta penerapan sistem jual beli yang adil dan tidak merugikan. Ketiga elemen ini harus diterapkan agar transaksi dapat sesuai dengan prinsip syariah dan membawa keadilan untuk semua pihak.

Berikut adalah penjelasan lebih detail tentang keterbukaan, kejujuran, dan keamanan dalam praktik transaksi sesuai dengan ajaran Islam:

1. Keterbukaan (Transparansi/Al-Bayan)

Dalam fikih muamalah, keterbukaan menjadi prinsip dasar dalam setiap transaksi jual beli. Islam memprioritaskan pentingnya informasi yang jelas mengenai barang atau layanan, termasuk rincian produk, biaya, kondisi, dan ketentuan pengembalian. Tujuannya adalah untuk menghindari gharar atau ketidakpastian yang dapat merugikan salah satu pihak. Keterbukaan dapat diwujudkan melalui penyampaian informasi yang menyeluruh dan jujur, penentuan harga yang tepat, serta ketentuan transaksi yang mudah dipahami oleh semua pihak.

2. Kejujuran (Shidq)

Kejujuran adalah landasan yang sangat penting dalam muamalah. Nabi Muhammad SAW bersabda bahwa pedagang yang bersifat jujur akan mendapatkan kedudukan yang tinggi di akhirat, berdampingan dengan para nabi dan orang-orang baik. Dalam konteks jual beli, kejujuran mencakup tidak berlebihan dalam mempromosikan keunggulan produk, mengungkapkan kekurangan yang ada, serta bersikap jujur dalam memberikan informasi kepada pihak lain. Praktik penipuan (ghasyysy), seperti menyampaikan informasi yang salah atau memberikan janji yang tidak ditepati, sangat dilarang dalam ajaran Islam.

3. Keamanan (Amanah dan Perlindungan Hak)

Aspek keamanan dalam Islam sangat terkait dengan amanah, yaitu tanggung jawab untuk menjaga kepercayaan antar pihak dalam transaksi. Ini mencakup perlindungan hak-hak pihak lainnya dan memastikan bahwa barang atau jasa diserahkan sesuai perjanjian. Setiap pihak yang berpartisipasi dalam transaksi harus memastikan bahwa proses jual beli dilakukan secara adil dan tidak merugikan salah satu pihak.

4. Integrasi Nilai Islam dalam Regulasi dan Etika Transaksi

Islam tidak hanya memberi pedoman tentang aspek hukum (halal/haram) dalam transaksi, tetapi juga menekankan pentingnya etika. Oleh karena itu, sangat penting bagi setiap pelaku transaksi dan pihak yang membuat kebijakan untuk menggabungkan nilai-nilai Islam ke dalam regulasi dan praktik muamalah. Hal ini dapat dicapai dengan menyusun kode etik, mendidik para pelaku usaha, serta membangun sistem transaksi yang transparan dan dapat dipercaya.

Dengan menerapkan keempat elemen ini, diharapkan transaksi dalam kehidupan sehari-hari dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam ajaran Islam. (Susanto & Johendra, 2024).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur sebagai metode utama dalam mengumpulkan serta menganalisis data. Metode ini dipilih untuk mengetahui bagaimana prinsip etika bisnis diterapkan dalam pandangan Islam, khususnya nilai akhlak yang diwujudkan dalam transaksi muamalah. Dengan cara ini, peneliti dapat mengakses berbagai sumber literatur yang sesuai untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai topik yang diangkat. Data dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder yang diperoleh dari berbagai publikasi, mencakup artikel dari jurnal ilmiah yang membahas konsep dan praktik etika bisnis dalam konteks Islam. Selain itu, surat fatwa dan dokumen resmi dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia menjadi referensi penting dalam memahami pedoman syariah untuk transaksi bisnis, di samping ayat-ayat dalam Al-Qur'an dan hadis yang menjadi landasan utama dalam menafsirkan etika bisnis Islami.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui telaah pustaka yang meliputi analisis isi terhadap literatur yang berkaitan dengan tema penelitian. Penilaian mengenai etika dalam transaksi muamalah dapat dilakukan dengan membandingkan sikap bisnis dengan nilai-nilai moral yang berasal dari ajaran Islam. Prinsip-prinsip tersebut memiliki tolok ukur yang dapat dinilai baik secara teori maupun praktik. Tahapan ini mencakup identifikasi sumber, pemilihan berdasarkan kesesuaiannya, serta analisis isi untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai prinsip etika bisnis dalam Islam. Literatur yang terkumpul dianalisis untuk memahami bagaimana prinsip akhlak Islam diterapkan dalam transaksi muamalah, baik dari sudut pandang teori maupun praktik. Penelitian ini juga mengkaji hasil-hasil penelitian terdahulu guna mendapatkan sudut pandang tambahan mengenai tantangan dan peluang dalam penerapan prinsip etika Islam di bisnis modern. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, di mana peneliti menjelaskan temuan dari literatur, menginterpretasikan makna dalam konteks penerapan etika bisnis Islami, dan menyimpulkan dari hasil analisis tersebut. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami peran prinsip akhlak Islam dalam pengembangan praktik bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai syariah serta menilai dampaknya terhadap masyarakat Muslim. Melalui penelitian ini, diharapkan terdapat pemahaman mendalam mengenai penerapan prinsip akhlak Islam dalam transaksi muamalah, sekaligus memberikan kontribusi intelektual bagi pengembangan etika bisnis Islam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai panduan praktis bagi pelaku bisnis Muslim dalam menerapkan prinsip ekonomi Islam secara konsisten, sehingga terdapat keselarasan antara praktik bisnis modern dan nilai-nilai syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Bisnis Islam berhubungan dengan "perusahaan" dan atau "individu dalam bisnis", yang memiliki makna yang berbeda-beda. Berbisnis merujuk pada kegiatan yang memberikan keuntungan. Dengan demikian, etika bisnis dalam Islam merupakan pembelajaran mengenai bagaimana individu atau kelompok menjalankan usaha atau interaksi bisnis yang saling menguntungkan berdasarkan prinsip-prinsip ajaran Islam.

Prinsip-prinsip dalam menjalankan bisnis, antara lain:

1. Kesatuan (Tauhid)

Konsep tauhid (dimensi vertikal) menunjukkan bahwa Allah swt telah menetapkan batas tertentu pada perilaku manusia sebagai pengurus, untuk memberikan manfaat kepada individu tanpa merugikan hak-hak individu lainnya, serta hubungan horizontal dengan sesama manusia dan alam secara menyeluruh untuk mencapai tujuan akhir yang sama.

2. Keseimbangan

Perilaku yang adil akan membawa seseorang lebih dekat kepada ketakwaan, sehingga dalam bisnis, Islam melarang segala bentuk penipuan, meskipun sekadar menciptakan kondisi yang menimbulkan keraguan. Situasi ini bisa mengganggu mekanisme pasar atau menciptakan informasi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak dalam transaksi. Islam mengajarkan penganutnya untuk bersikap adil dan terus berbuat kebajikan.

3. Kehendak bebas

Kebebasan merupakan aspek yang sangat penting dalam etika bisnis Islam, namun harus diingat bahwa kebebasan ini tidak boleh merugikan kepentingan orang lain atau kepentingan bersama. Islam mengizinkan umatnya untuk berinovasi dalam muamalah, terutama dalam bisnis, tetapi tidak membolehkan perbuatan yang dilarang oleh ajaran-Nya.

4. Tanggung jawab

Prinsip tanggung jawab individu mengisyaratkan bahwa setiap orang akan diadili secara pribadi pada hari kiamat nanti. Tidak ada cara lain bagi individu untuk menghapuskan dosanya selain dengan memohon ampun kepada Allah dan berbuat amal baik.

5. Ihsan

Ihsan berarti melakukan perbuatan baik yang bermanfaat bagi orang lain, tanpa adanya kewajiban khusus yang mengharuskan tindakan tersebut, serta beribadah dan berbuat kebajikan seakan-akan melihat Allah; jika tidak mampu, yakinlah bahwa Allah melihat segala sesuatu. (Haryanti & Wijaya, 2019)

Untuk contoh dan gambaran penerapan nilai-nilai akhlak dalam dunia usaha bisa dilihat dari penelitian berjudul, "Etika Bisnis Islam dan Penerapannya dalam Usaha: Studi Kasus pada Toko Roti Gembul di Kota Pontianak" yang mengimplementasikan etika bisnis berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Pertama, prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan di Toko Roti Gembul di Pontianak mencakup: 1) konsep tauhid, yang menguatkan tauhid sebagai pedoman komitmen semua anggota. 2) konsep akhlak, dengan mendidik anggota untuk selalu bersikap ramah kepada pelanggan. 3) konsep kejujuran, yang menekankan tanggung jawab anggota untuk bersikap jujur. 4) konsep keadilan, yang fokus pada menjaga kualitas produk roti. 5) konsep halal dan haram, dengan menerima inovasi dan produk yang berlabel halal menurut standar MUI. Kedua, penerapan etika bisnis Islam di Toko Roti Gembul Pontianak menetapkan kewajiban bagi anggota untuk melaksanakan shalat sesuai waktu dan membaca Al-Quran minimal satu halaman setiap hari, serta menyediakan pelayanan yang ramah dengan mengucapkan salam, memberikan senyum, menanyakan nama pelanggan, dan mendoakan mereka. (Kasus et al., 2020)

Ada beberapa tantangan dalam menjalankan etika bisnis dalam islam. Tantangan-tantangan tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Tidak tersedia pengadilan syariah di negara dengan mayoritas penduduk non-Muslim, sehingga penerapan dan pengesahan prinsip etika bisnis Islam menjadi lemah.
- b. Kurangnya pemahaman mengenai istilah penting dalam etika bisnis Islam, seperti gharar dan riba. Bunga sering kali dianggap sebagai riba, meskipun pada beberapa situasi tertentu tidak termasuk dalam kategori tersebut.
- c. Dalam etika bisnis Islam, tidak diperbolehkan untuk berdagang produk non-halal seperti pornografi, senjata, rokok, minuman keras, daging babi, dan perjudian, yang dianggap sebagai pembatasan pada bidang usaha tertentu.
- d. Etika bisnis Islam menekankan perlindungan kepentingan semua pihak dalam suatu transaksi, baik itu pembeli, penjual, mitra bisnis, maupun masyarakat. Namun, ini menjadi sulit dicapai selama masih ada masalah etika dalam organisasi.
- e. Dewan pengawas syariah tidak dapat melaksanakan tugasnya secara efektif karena adanya benturan kepentingan.
- f. Pengungkapan etis masih rendah, terutama dalam hal visi misi perusahaan, informasi mengenai produk, zakat, sumbangan sukarela, dukungan untuk komunitas, dan peran dewan pengawas syariah.
- g. Kepatuhan terhadap prinsip etika bisnis Islam perlu diperbaiki, terutama dalam aspek seperti etika perusahaan, perilaku karyawan, perlakuan terhadap pegawai, kode etik, tanggung jawab manajemen, dan tanggung jawab sosial. Sering kali kepatuhan ini hanya bergantung pada pengawasan dewan syariah, padahal harus mencakup aktivitas dan pengungkapan sosial secara luas.
- h. Prinsip etika bisnis Islam belum terintegrasi sepenuhnya dalam strategi operasional dan manajerial.
- i. Reputasi etis suatu lembaga biasanya lebih ditentukan oleh kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan daripada seberapa patuh terhadap prinsip etika Islam. Hal ini membuat etika Islam belum menjadi fokus utama dalam pengambilan keputusan manajerial.
- j. Kualitas laporan keuangan masih perlu diperbaiki, terutama terkait dengan transparansi dan pengungkapan etis.

- k. Banyak lembaga keuangan yang mengklaim beroperasi berdasarkan prinsip syariah, tetapi praktiknya tidak jauh berbeda dengan lembaga konvensional, sehingga mereka kehilangan identitas yang membedakan.
- l. Tidak adanya visi bersama dan kurangnya koordinasi di antara para pemangku kepentingan membuat penerapan prinsip etika bisnis Islam tidak konsisten dan menyeluruh.
- m. Kualitas dan jumlah sumber daya manusia dalam memahami dan menerapkan prinsip etika bisnis Islam masih belum optimal.
- n. Persaingan dalam harga, kualitas layanan, serta distribusi produk dan jasa masih perlu ditingkatkan agar sesuai dengan prinsip etika Islam.
- o. Ada kurangnya transparansi dan tata kelola yang baik dalam pengelolaan dana keagamaan, seperti dana haji, zakat, dan wakaf.
- p. Perbedaan penafsiran prinsip syariah oleh dewan pengawas syariah di berbagai negara menghasilkan ketidakkonsistenan dalam fatwa dan kebijakan di berbagai wilayah. (Putritama, 2018)

Bisnis memiliki peranan yang sangat penting dalam Islam, karena 90% kelangsungan hidup sangat bergantung pada aktivitas bisnis (al-Habsyi, 1987). Meskipun al-Ghazali tidak membahas etika bisnis secara mendetail, ini bukan tanda bahwa ia mengabaikan etika dalam bisnis. Sebaliknya, terdapat banyak elemen etika bisnis dalam pemikiran al-Ghazali yang sangat layak untuk diteliti lebih lanjut. Berikut adalah 'hasil analisis' kami yang bisa dijabarkan dari pandangan al-Ghazali mengenai etika dalam bisnis. Analisis ini akan dihubungkan dengan relevansi etika bisnis al-Ghazali terhadap etika bisnis saat ini.

1. Motivasi dan Niat Positif dalam Berbisnis

Al-Ghazali menekankan bahwa setiap orang yang terlibat dalam bisnis harus memiliki motivasi dan tujuan yang positif. Ia juga menekankan bahwa bisnis tidak hanya sekedar cara untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarga, tetapi juga sebagai bagian dari amar ma'ruf nahi munkar. Selanjutnya, al-Ghazali menyatakan bahwa jika seseorang menjadikan motivasi dan niatan positif sebagai landasan dalam berbisnis, maka ia tidak akan merugikan kesejahteraan orang lain dan dapat memberikan kebaikan kepada mitra bisnisnya.

Meskipun tampak sederhana, ungkapan al-Ghazali tentang motivasi dan niat positif dalam bisnis ini membawa makna yang sangat penting. Hal ini karena motivasi yang baik berulang kali akan menciptakan perilaku positif lainnya. Apa yang dimaksud dengan itu? Dengan adanya motivasi yang baik, seseorang juga akan turut meningkatkan kesejahteraan orang lain (dalam arti tidak mengganggu kesejahteraan pihak lain), melakukan amar ma'ruf nahi munkar, serta berbuat baik kepada orang lain. Dalam pandangan al-Ghazali, sifat egois dan mementingkan diri sendiri dalam berbisnis harus dihindari. Inilah poin penting yang seolah sudah langka dalam dunia bisnis saat ini.

Dalam era kapitalisme yang semakin dominan, banyak individu menjadi homo-economicus yang 'percaya' pada teori evolusi Darwin tentang keberlangsungan yang terkuat. Teori ini bukan sekedar teori lagi, melainkan telah menjadi sebuah ideologi. Banyak orang didorong oleh motivasi mencari keuntungan dan kepuasan yang berfokus pada kuantitas materi. Namun, cara mereka mengaktualisasikannya dan cara memperoleh keuntungan serta kepuasan itu seringkali hanya pendekatan normatif yang tampaknya jauh dari kenyataan.

Bagaimana bisnis modern seharusnya bereaksi terhadap fenomena-fenomena ini? Konsep GCG (Good Corporate Governance), CSR (Corporate Social Responsibility), dan COMDEV (Community Development) menjadi jawaban atas kekhawatiran yang selama ini menghantui dunia bisnis modern. Dasar dari konsep-konsep tersebut adalah pemahaman bahwa bisnis tidak dapat bersikap egois tanpa memperhatikan kesejahteraan orang lain.

Hermawan Kertajaya, seorang pakar bisnis dan motivator, dalam bukunya yang berjudul *Berbisnis dengan Hati*, yang ditulis bersama Abdullah Gymnastiar, mengungkapkan bahwa

dalam bisnis, keuntungan berarti menambah hubungan sosial dan memperluas jaringan. Beliau juga menegaskan bahwa bisnis seharusnya memberikan manfaat bagi banyak orang.

Othman Alhabsyi (1987) dalam sebuah tulisannya menyatakan: “Manusia ekonomi tidak bisa terus bersikap egois. Mereka harus mempertimbangkan perilaku konsumsi dan produksi orang lain dalam masyarakat. Rasa peduli terhadap sesama, konsep persaudaraan, dan hal-hal sejenis pasti akan mempengaruhi utilitas”.

Setiap orang yang ada di dalam komunitas. Misalnya, seseorang bisa merasakan manfaat atau kepuasan ketika mereka membantu orang yang sedang kesusahan. Ini menunjukkan bahwa seseorang perlu memperhatikan keadaan orang lain karena Islam memandang manusia sebagai individu sekaligus bagian dari masyarakat.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pemikiran al-Ghazali tentang peningkatan kesejahteraan bersama dan prinsip amar ma'ruf nahi munkar dalam kegiatan bisnis memiliki posisi yang sangat penting dalam dunia usaha kontemporer.

2. Bisnis merupakan Fardhu Kifayah

Memenuhi kebutuhan diri sendiri dan keluarga yang menjadi tanggung jawabnya adalah sebuah kewajiban pribadi (fardhu 'ain). Namun, berbisnis dalam berbagai bentuk juga merupakan kewajiban sosial atau fardhu kifayah. Ini berarti bahwa ketika seseorang menjalankan kegiatan bisnis, seperti mendirikan sebuah perusahaan, mereka perlu menyadari bahwa kegiatan tersebut adalah kewajiban sosial. Artinya, jika seseorang tidak menjalankan aktivitas bisnis tersebut, akan ada gangguan pada kepentingan orang lain atau masyarakat.

Lebih lanjut, sudut pandang al-Ghazali menunjukkan bahwa kesadaran terhadap fardhu kifayah ini mengedepankan pemenuhan kepentingan sosial dibandingkan dengan keuntungan maksimal. Ketika kepentingan sosial diutamakan, maka rasa kebersamaan dalam masyarakat akan muncul, dan potensi konflik antar kelas dapat dihindari. Jika kelas atas (pemilik industri besar) terlalu fokus pada keuntungan, maka konsumen akan membayar lebih untuk produk dari golongan tersebut. Namun sayangnya, teori ekonomi yang berkembang saat ini, seperti yang dikemukakan oleh Hans Kung, menunjukkan bahwa satu-satunya patokan yang relevan untuk keputusan bisnis adalah profit dari modal yang diinvestasikan. Jika ini terjadi, kemungkinan terjadinya jurang yang semakin lebar antara 'proletar' dan 'borjuis' akan meningkat.

Kaitan antara etika bisnis al-Ghazali mengenai bisnis sebagai fardhu kifayah dapat dihubungkan dengan teori blocked opportunity. Teori ini menyatakan bahwa masyarakat miskin yang memiliki sedikit peluang untuk memperoleh kekayaan secara sah akan mencoba melakukannya dengan cara yang tidak sah, karena jalan yang legal hanya dapat diakses oleh masyarakat yang lebih mampu (Erlangga, 1998). Oleh karena itu, kesenjangan ekonomi antara kelompok informal dan kelompok formal harus diminimalkan, bahkan kolaborasi antar sektor ekonomi perlu dibangun dengan harmonis. Pendapat ini sejalan dengan pemikiran al-Ghazali (1980) bahwa berbagai jenis industri dan usaha ekonomi harus dikembangkan berdasarkan kerja sama yang saling menguntungkan, sehingga dapat saling melengkapi satu sama lain. Dalam situasi tertentu, tidak semua jenis aktivitas bisnis dan usaha dapat dilihat dari sudut pandang keuntungan, misalnya akibat daya beli konsumen yang rendah atau tingginya biaya produksi yang mengakibatkan harga jual menjadi mahal. Jika hal tersebut berkaitan dengan kebutuhan masyarakat, seperti infrastruktur jalan, air bersih, bahan makanan, energi, dan lainnya, maka orientasi pada keuntungan tidak selalu perlu diutamakan. Sebaliknya, menjaga kepentingan sosial atau fardhu kifayah harus menjadi prioritas utama. Pandangan ini sejalan dengan pendapat al-Ghazali yang menyatakan bahwa dalam hal makanan pokok—yang merupakan salah satu kebutuhan dasar masyarakat—penjual sebaiknya tidak menetapkan keuntungan yang terlalu tinggi agar masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan bahan makanan.

Menjaga kebutuhan publik berdasarkan pada tanggung jawab yang bersifat kifayah seperti yang diusung oleh al-Ghazali tampaknya sangat relevan dan dapat diterapkan dalam

konteks bisnis saat ini. Kesadaran akan konsep fardhu kifayah di kalangan pelaku bisnis, sejalan dengan salah satu elemen dalam etika bisnis modern, yakni solidaritas sosial. Ginandjar Kartasasmita (2008) menyatakan bahwa kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat, yang terwujud dalam bentuk solidaritas sosial, adalah aspek penting dalam etika bisnis. Seperti halnya ilustrasi yang diberikan oleh al-Ghazali, Ginandjar juga menjelaskan bahwa dalam kondisi pasar yang tidak seimbang, produsen yang menguasai sisi penawaran tidak seharusnya menetapkan harga sembarangan.

Dalam zaman globalisasi dan kompetisi bisnis yang semakin ketat, penting untuk memiliki etika bisnis yang solid sebagai faktor kunci untuk keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang suatu perusahaan. Di Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis syariah yang berlandaskan Maqasid Syariah menjadi sangat relevan. Maqasid Syariah, yang berkaitan dengan tujuan hukum Islam, mengarahkan praktik bisnis tidak hanya untuk mengikuti peraturan halal dan haram, tetapi juga untuk mendukung kesejahteraan, keadilan, serta keberlanjutan dalam masyarakat.

Di tengah globalisasi dan pertumbuhan ekonomi yang cepat, sistem ekonomi syariah semakin memiliki relevansi sebagai alternatif yang menekankan nilai-nilai keadilan, tanggung jawab, dan etika bisnis yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam hal ini, diskusi mengenai prinsip-prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam sistem ekonomi syariah serta penerapannya dalam dunia usaha menjadi sangat penting. Selain itu, penting juga untuk mempertimbangkan tantangan dan kesempatan yang muncul saat menerapkan etika bisnis Islam di era sekarang. Berdasarkan fenomena yang ada, penulis ingin mengkaji bagaimana prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam sistem ekonomi syariah dapat dianalisis dan diterapkan dalam konteks bisnis. Apa saja tantangan dan peluang yang dihadapi dalam penerapan etika bisnis Islam? Melalui penelitian ini, diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam memahami prinsip-prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam sistem ekonomi syariah serta menganalisis tantangan dan peluang dalam penerapan etika bisnis Islam, dengan harapan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana bisnis dapat memberikan kontribusi positif dalam membangun masyarakat yang adil dan berkelanjutan. (Maulida et al., 2024)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa etika bisnis dalam Islam berlandaskan pada prinsip akhlak yang kuat, antara lain kejujuran (shidq), keterbukaan (al-bayan), amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Nilai-nilai ini menjadi dasar utama dalam transaksi muamalah yang tidak hanya mengatur aspek hukum dari jual beli, tetapi juga menanamkan dimensi moral dalam setiap tahap bisnis.

Penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam konteks modern, seperti yang terlihat pada studi kasus Toko Roti Gembul di Pontianak, menunjukkan bahwa prinsip-prinsip tersebut dapat dilaksanakan secara nyata di dunia usaha. Meski begitu, terdapat tantangan yang signifikan seperti kurangnya pemahaman tentang konsep syariah, lemahnya pengawasan syariah, dan integrasi nilai-nilai Islam dalam strategi bisnis yang belum optimal.

Selain itu, pandangan Imam al-Ghazali mengenai motivasi positif dalam berbisnis dan bisnis sebagai fardhu kifayah menekankan bahwa kegiatan usaha dalam Islam tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga aspek sosial dan spiritual. Ini berarti bahwa bisnis dilakukan tidak hanya untuk keuntungan, tetapi juga untuk memenuhi kewajiban sosial serta menciptakan keadilan dan kesejahteraan bagi masyarakat.

Oleh karena itu, prinsip etika bisnis Islam tetap relevan dan mampu menghadapi tantangan ekonomi saat ini, serta dapat dijadikan acuan praktis bagi para pelaku usaha Muslim

dalam membangun bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga bernilai ibadah dan memberikan berkah.

Saran

Untuk mendorong penerapan etika bisnis Islam secara konsisten dan menyeluruh, disarankan kepada para pelaku usaha Muslim agar memperkuat pemahaman mereka terhadap prinsip-prinsip akhlak Islami melalui pendidikan, pelatihan, serta sosialisasi yang terarah dan berkelanjutan. Hal ini penting agar nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, dan keadilan benar-benar menjadi budaya dalam praktik bisnis sehari-hari.

Pemerintah dan lembaga pendidikan juga perlu mengintegrasikan kurikulum etika bisnis Islam dalam sistem pendidikan ekonomi dan bisnis, agar generasi baru pengusaha memahami bahwa kegiatan bisnis bukan hanya soal keuntungan, tetapi juga sarana untuk mencapai kesejahteraan sosial dan keberkahan hidup.

Selain itu, peran Dewan Pengawas Syariah harus diperkuat, baik dari segi otoritas, kemandirian, maupun kapasitas sumber daya manusianya, agar mampu mengawasi praktik bisnis dengan lebih efektif dan bebas dari konflik kepentingan.

Terakhir, dibutuhkan penelitian empiris lebih lanjut untuk mengevaluasi penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam sektor-sektor ekonomi yang lebih luas, termasuk UMKM dan korporasi besar, agar terbentuk sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan selaras dengan maqashid syariah.

REFERENSI

- Ayu, D., & Anwar, S. (2022). Etika Bisnis Ekonomi Islam Dalam Menghadapi Tantangan Perekonomian Di Masa Depan. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), 42. <https://doi.org/10.24235/jm.v7i1.10034>
- Budi Raharjo, S. (2010). Pendidikan Karakter Sebagai Upaya Menciptakan Akhlak Mulia. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 16, 229–238. <https://media.neliti.com/media/publications/123218-ID-pendidikan-karakter-sebagai-upaya-mencip.pdf>
- Edy, S. (2023). Hukum Islam dan Akhlaq sebagai Pilar Utama dalam Manajemen Bisnis Islami. *Jurnal Tasyri': Jurnal Muamalah Dan Ekonomi Syariah*, 5(2), 15–34. <https://www.ojs.staisdharma.ac.id/index.php/tjmes/article/view/212>
- Haryanti, N., & Wijaya, T. (2019). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 122–129. <https://doi.org/10.37058/jes.v4i2.1156>
- Hawa, A. A., Anggriani, A. I., Devi, A. N., & ... (2023). Akhlak Dalam Perspektif Pendidikan Agama Islam. ... *Dan Studi Islam*, 1(November), 49–65. <http://journals.umkaba.ac.id/index.php/ajpsi/article/view/352>
- Kasus, S., Toko, P., Gembul, R., & Kota, D. I. (2020). *Volume :1, Number :1, Desember 2020*. 67–76.
- Maulida, Novita, & Siti Femilivia Aisyah. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah*, 6, 49–61. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740>
- Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19356>
- Saifullah, M. (2011). Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah Muhammad Saifullah ETIKA BISNIS ISLAMI DALAM PRAKTEK BISNIS RASULULLAH. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Silviyah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Kisah Raja. *Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam*

- Meningkatkan UMKM*, 10(1), 96–112.
- Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2022). Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi Dan Distribusi Pada Umkm Terhadap Profitabilitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 305–313. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.729>
- Susanto, I., & Johendra, M. (2024). *TRANSPARANSI JUAL BELI ONLINE : PERSPEKTIF ETIKA ISLAM DALAM PRAKTIK E-COMMERCE* Pendahuluan Perdagangan elektronik (e-commerce) telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir , menjadi salah satu sektor yang paling dominan dalam perekonomian glob. 2.
- Triwibowo, A., & Adam, M. A. (2023). Margin : Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi. *Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 25–36. <https://doi.org/10.58561/margin.v2i1.65>
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBE TUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI