

ETIKA BISNIS SYARIAH DI ERA GLOBALISASI**Hamida Hunein¹, Sumarni S², Ahmad Subagyo³**
Universitas Muhammadiyah Jakarta^{1,2,3}¹ hamidahunein70@gmail.com² sumarniarni951@gmail.com³ ahmad.subagyo@umj.ac.id**Informasi artikel**

Diterima :

24 Juli 2025

Direvisi :

19 Agustus 2025

Disetujui :

22 Agustus 2025

ABSTRACT

Globalization has brought about significant transformations in the business world, characterized by market integration, cross-border capital flows, and technological advancements that accelerate transactions and the exchange of information. However, alongside these advancements arise various ethical challenges, including labor exploitation, economic inequality, and the dominance of materialistic values. In this context, Sharia business ethics emerges as a vital alternative, offering a value system rooted in Islamic principles—such as justice (‘adl), honesty (shidq), trustworthiness (amanah), and the prohibition of usury (riba), uncertainty (gharar), and gambling (maysir). This study aims to analyze the relevance of Sharia business ethics in addressing the challenges of globalization and to explore strategies for its application in contemporary business practices. The research employs a qualitative approach using library research, reviewing both classical and contemporary sources from Islamic and global literature relevant to business ethics and globalization. The analysis is conducted descriptively and interpretively, drawing upon Islamic ethical theories and the dynamics of the global market. The findings indicate that despite the significant challenges posed by globalization, Islamic ethical values remain relevant and can be adapted to modern business contexts. Sharia business ethics not only serves as a moral compass but also holds the potential to become the foundation of a sustainable, fair, and welfare-oriented business model.

Keywords: *Sharia business ethics, globalization, Islamic values, literature study, sustainable business.*

PENDAHULUAN

Globalisasi adalah sebuah fenomena kontemporer yang ditandai oleh terbukanya ekonomi dunia, keterhubungan antar pasar, serta kemajuan teknologi informasi yang mendorong pergerakan barang, jasa, informasi, dan modal antarnegara secara cepat dan meluas. Fenomena ini telah membawa perubahan signifikan terhadap struktur dan model bisnis global, di mana perusahaan-perusahaan kini dituntut untuk menjadi lebih efisien, kompetitif,

dan mampu merespons dinamika pasar internasional secara tangkas (Giddens, 2003). Namun, di balik dampak positif tersebut, globalisasi juga memunculkan berbagai persoalan etis, seperti komersialisasi yang berlebihan, eksploitasi buruh, ketimpangan distribusi kekayaan, serta penurunan perhatian terhadap nilai-nilai moral dan tanggung jawab sosial dalam kegiatan bisnis. Situasi ini menegaskan perlunya suatu sistem etika bisnis yang mampu menyeimbangkan antara tujuan ekonomi dan komitmen moral. Salah satu alternatif yang ditawarkan adalah etika bisnis syariah, yakni seperangkat prinsip dan nilai yang bersumber dari ajaran Islam melalui Al-Qur'an, Hadis, dan ijtihad para ulama. Etika ini menekankan nilai-nilai keadilan (al-'adl), kejujuran (shidq), tanggung jawab (amanah), kesepakatan sukarela dalam transaksi (an-taradin minkum), serta pelarangan atas praktik yang merugikan seperti riba, gharar, dan maysir (Chapra, 1992; Beekun, 1996). Secara konseptual, etika bisnis syariah bertujuan untuk mewujudkan tatanan ekonomi yang adil dan berlandaskan pada kemaslahatan umum (masalah 'ammah), serta menumbuhkan kesadaran spiritual dalam setiap aktivitas ekonomi.

Hal ini sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan dan etika global, yang mengharuskan keberlanjutan ekonomi berjalan seiring dengan tanggung jawab sosial dan moral. Dalam penerapannya, nilai-nilai etika syariah mampu membentuk perilaku bisnis yang jujur, transparan, dan bertanggung jawab terhadap konsumen, pekerja, lingkungan, serta Tuhan (Antonio, 2001). Namun demikian, dalam konteks globalisasi yang didominasi oleh paradigma kapitalisme dan ekonomi liberal, penerapan etika bisnis syariah menghadapi berbagai tantangan. Dorongan untuk meraih efisiensi dan keuntungan jangka pendek sering kali mengesampingkan nilai-nilai etika. Sistem ekonomi global cenderung mengukur kesuksesan melalui indikator kuantitatif seperti laba, pertumbuhan ekonomi, dan pangsa pasar, tanpa memperhatikan aspek spiritual dan nilai-nilai moral (Stiglitz, 2002). Hal ini menimbulkan pertanyaan penting: sejauh mana prinsip-prinsip etika syariah mampu bertahan dan memberikan kontribusi nyata dalam praktik bisnis global yang kompetitif. Di sisi lain, kesadaran masyarakat, termasuk konsumen Muslim dan publik internasional, terhadap pentingnya etika, tanggung jawab sosial perusahaan, dan kelestarian lingkungan kian meningkat. Kesadaran ini membuka peluang bagi etika bisnis syariah untuk tampil sebagai model alternatif dalam praktik bisnis internasional. Saat ini, banyak perusahaan multinasional, khususnya yang beroperasi di negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim, mulai mengadopsi prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas bisnis mereka—seperti melalui sertifikasi halal, penggunaan keuangan syariah, dan implementasi prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam (Dusuki & Abdullah, 2007). Fenomena tersebut menunjukkan adanya potensi besar bagi penerapan nilai-nilai syariah dalam sistem ekonomi global. Namun, integrasi tersebut perlu dilakukan dengan pendekatan yang kontekstual, kritis, dan adaptif terhadap perubahan zaman. Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai bagaimana etika bisnis syariah dapat diimplementasikan secara relevan di era globalisasi, serta bagaimana strategi penerapannya agar tetap menjadi pedoman moral dalam bisnis modern.

KAJIAN LITERATUR

Teori Etika Bisnis Syariah

Landasan Filosofis: Tauhid dan Deontologi Islam Etika bisnis syariah yang didasari prinsip tauhid (keesaan Allah), yang menekankan urgensinya niat yang ikhlas dan kejujuran (shidq) sebagai struktur bangunan penting dalam bersikap secara etis. Hal ini sejalan dengan teori deontologi dalam Islam yang mengharuskan tanggung jawab moral dalam setiap perilaku bukan hanya fokus pada hasil akhirnya.

Etika bisnis syariah merupakan seperangkat prinsip moral yang berakar dari ajaran Islam, meliputi Al-Qur'an, Hadis, serta pemikiran para ulama, yang membimbing pelaku usaha untuk

bertindak secara holistik—tidak semata-mata mengejar keuntungan finansial, tetapi juga menjunjung keberkahan, tanggung jawab sosial, dan nilai integritas (Kristiani et al., 2024).

Menurut perspektif deontologi Islam, para pelaku bisnis terikat pada kewajiban moral yang tidak dapat ditawar. Oleh karena itu, perbuatan seperti penipuan atau eksploitasi tetap dianggap tidak etis meskipun menghasilkan keuntungan secara ekonomi (Darini & Budinita, 2024).

Nilai-Nilai Inti: Keadilan ('Adl), Amanah, dan Tanggung Jawab Sosial

Keadilan (al-'adl) merupakan nilai fundamental yang tertanam kuat dalam ajaran Al-Qur'an dan Hadis. Matondang, Aini, dan Saajidah (2025) mengungkapkan bahwa penerapan nilai ini dalam layanan fintech syariah berkontribusi pada terciptanya transparansi dan keseimbangan antara pihak penyedia dan pengguna. Sementara itu, Fitriani (2024) mengemukakan bahwa pengintegrasian prinsip 'adl ke dalam teori agensi syariah dapat menjadi pendekatan efektif dalam mengatasi moral hazard, sekaligus menjaga keselarasan kepentingan seluruh pihak terkait.

Amanah, yang mencerminkan kejujuran dan sifat dapat dipercaya, merupakan elemen krusial dalam etika bisnis syariah. Kristiani et al. (2024) menegaskan bahwa nilai ini menjadi fondasi yang membedakan praktik bisnis syariah dari pendekatan konvensional. Temuan Farhan et al. (2023) menunjukkan bahwa pelaku usaha yang mempraktikkan amanah secara konsisten cenderung memperoleh kepercayaan konsumen yang lebih tinggi serta mampu membangun citra bisnis yang positif dan berkelanjutan.

Tanggung jawab sosial (mas'ūliyyah) dalam perspektif Islam mencerminkan kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Nurjannah et al. (2023) mengidentifikasi bahwa nilai-nilai seperti shiddiq, fāṭanah, tawāzun, amanah, dan tablīgh menjadi pendorong utama dalam membangun keberlanjutan sosial perusahaan. Sementara itu, Rahmawati dan Jubaedah (2024) melalui pendekatan naratif menunjukkan bahwa praktik CSR yang berlandaskan etika Islam berkontribusi nyata terhadap pemberdayaan komunitas serta memperkuat peran aktif perusahaan dalam pertumbuhan ekonomi daerah.

Maqāsid al-Sharī'ah sebagai Kerangka Tujuan Etika

Maqāsid al-sharī'ah merupakan kerangka konseptual yang menitikberatkan pada lima tujuan utama syariah, yakni perlindungan terhadap agama (dīn), jiwa (nafs), akal ('aql), keturunan (nasl), dan harta (māl). Dalam konteks ini, prinsip maslahah (kemanfaatan umum) dan keadilan ('adl) menjadi landasan penting dalam membangun sistem bisnis yang etis serta responsif terhadap perkembangan global. Melalui pendekatan ini, etika bisnis syariah tidak hanya menekankan kepatuhan terhadap hukum Islam, tetapi juga mendorong terciptanya ekonomi yang berkelanjutan dan peningkatan kesejahteraan sosial (Maulida et al., 2024).

Prinsip-Prinsip Bisnis Syariah

Prinsip bisnis syariah mencerminkan implementasi nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi, dengan orientasi pada terciptanya keadilan, keseimbangan, keberkahan, serta kepedulian sosial. Nilai-nilai ini tidak hanya berfokus pada aspek legalitas suatu transaksi, tetapi juga mengedepankan dimensi moral, spiritual, dan tanggung jawab sosial demi menjamin keberlanjutan dalam praktik bisnis.

Tauhīd, atau keyakinan akan keesaan Allah, menjadi dasar bahwa seluruh aktivitas ekonomi dalam Islam merupakan bagian dari pengabdian kepada-Nya. Prinsip ini menanamkan kesadaran bahwa manusia berperan sebagai khalifah dan pengelola amanah atas harta yang dimiliki. Oleh karena itu, setiap tindakan dan keputusan dalam berbisnis harus selaras dengan nilai-nilai ketuhanan serta mempertanggungjawabkannya secara spiritual kepada Allah SWT.

Berikut dalil-dalil yang menjelaskan tentang teori-teori tersebut:

"Katakanlah: Sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam." (QS. Al-An'ām [6]: 162). 'Adl (Keadilan) Islam sangat

menekankan prinsip keadilan dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam transaksi bisnis. Keadilan berarti memberikan hak kepada yang berhak, tidak menzalimi, dan menghindari praktik yang merugikan salah satu pihak. Prinsip ini memastikan bahwa transaksi berjalan setara, transparan, dan tidak eksploitatif.

"*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan...*" (QS. An-Nahl [16]: 90). *Ṣidq*, atau kejujuran, menjadi aspek utama dalam bisnis syariah, terutama dalam hal penyampaian informasi terkait produk, kualitas, harga, dan kondisi barang. Tindakan tidak jujur atau manipulatif tidak hanya melanggar prinsip etika, tetapi juga mengurangi nilai spiritual dari aktivitas bisnis yang seharusnya bernilai ibadah.

"*Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.*" (QS. At-Taubah [9]: 119). *Amānah*, atau kepercayaan, mencerminkan komitmen untuk menepati janji, menjalankan tanggung jawab dengan penuh tanggung jawab, dan menjaga integritas dalam setiap tindakan. Dalam dunia bisnis, nilai ini menjadi dasar terbentuknya reputasi baik dan loyalitas pelanggan. Ketika pelaku usaha mengabaikan amanah, hal tersebut dipandang sebagai bentuk pengkhianatan terhadap kepercayaan yang diberikan oleh Allah maupun sesama manusia..

"*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya.*" (QS. An-Nisā' [4]: 58). *Mas'ūliyyah Ijtima'iyah*, atau tanggung jawab sosial, dalam Islam menekankan bahwa kepemilikan harta bersifat amanah, bukan hak mutlak individu, karena di dalamnya terdapat hak orang lain. Oleh sebab itu, seorang pengusaha Muslim dituntut untuk peduli terhadap kesejahteraan sosial, pelestarian lingkungan, serta keberlanjutan usaha. Praktik seperti menunaikan zakat, memberikan infak, dan menghindari tindakan eksploitasi merupakan implementasi nyata dari tanggung jawab sosial dalam perspektif Islam.

"*Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian.*" (QS. Adz-Dzāriyāt [51]: 19). Prinsip-prinsip tersebut secara mendasar membedakan etika bisnis syariah dari pendekatan kapitalistik yang lebih berorientasi pada keuntungan semata. Dalam pandangan Islam, aktivitas bisnis diposisikan sebagai instrumen untuk meraih *al-falāh*, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat, sekaligus mewujudkan distribusi manfaat yang adil dan berkelanjutan bagi seluruh lapisan masyarakat.

Implementasi dalam Era Globalisasi

Dalam konteks globalisasi yang menuntut efisiensi dan kecepatan, berbagai studi menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis syariah tetap relevan dan adaptif, meskipun menghadapi tantangan struktural.

Keberlangsungan UMKM dengan etika syariah terbukti dapat mendukung keberlangsungan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Menurut et al. (2023) melalui studi pada 100 UMKM di Surabaya menyatakan bahwa pengaplikasian nilai-nilai syariah seperti jujur, adil dan bertanggungjawab secara signifikan mampu meningkatkan keberlangsungan usaha. *Ethical practice rooted in sharia, such as honesty and fairness, play a vital role in enhancing MSMEs' Sustainable and customer retention in competitive markets*

Berikutnya, Apriliani dan Purnamasari (2024) juga menjelaskan bahwa prinsip dan nilai seperti kepercayaan kepada sang pencipta, jujur, amanah dan bertanggungjawab bisa menguatkan loyalitas konsumen di pasar global. *customer loyalty increases when entrepreneurs demonstrate Islamic values such as tawhid, honesty, and trust in their daily operations.*"

Tantangan dan peluang praktik kontempores kadang memiliki teologis yang tertanam kuat aplikasi etika islam dalam dunia usaha modern terkadang menghadapi beberapa tantangan operasional, khususnya pada penyesuaian industri global dan regulasi konvensional. *Maulida et al. (2024 menyebutkan "although rooted in strong theological foundations, the*

operationalization of Islamic ethics still faces institutional and regulatory challenges in modern industries.”

Namun pendekatan dengan etika islam dinaggap lebih menyeluruh ketimbang model konvensional kerana terintegrasi dengan dimensi moral, integritas dan keberlanjutan. Sebagaimana ia menyampaikan oleh, (li, j, 2023) *“compared to conventional models, the Islamic ethical framework offers a holistic approach that integrates moral accountability with business performance.”*

Etika Bisnis Syariah dalam Perdagangan Internasional dan Dinamika Globalisasi

Moral dalam perdagangan internasional dikemukakan oleh (li, j, 2023), etika bisnis dalam islam memuat dimensi moral yang kokoh dalam konteks perdagangan global prinsip nilai seperti larangan riba, gharar dan tanggungjawab dianggap krusial dalam membangun kepercayaan dan membentuk keadilan dalam hubungan bilateral. Nilai ini dijadikan etika islam yang signifikan dalam merespon kompleksitas perdagangan global yang sering kali ada ketimpangan dan praktik yang merugikan.

Paradigma teori etika bisnis syariah Li, Jixiong, dan W (li, j, 2023), dalam jurnal Sharia Oikonomia Law Journal, mengemukakan etika bisnis syariah sebagai panduan antara nilai, teologis dengan norma-norma praktis. Komponen sebagai perpaduan antara nilai-nilai teologis dengan norma-norma praktis. Komponen utama dalam kerangka ini adalah komitmen terhadap keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan kolektif, yang menjadi pedoman etis dalam pengambilan keputusan korporat di tengah tantangan globalisasi. Dengan demikian, etika Islam tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif dalam berbagai sektor bisnis.

Sinergi Nilai Islam dalam Arus Globalisasi Rizki dan Rahmawati (2023) menegaskan bahwa globalisasi dan liberalisasi perdagangan menuntut pelaku usaha Muslim untuk tetap konsisten dalam menjunjung prinsip-prinsip Islam, seperti *sidq* (kejujuran), amanah (kepercayaan), dan *‘adl* (keadilan). Dalam konteks ini, integrasi nilai syariah dalam sistem ekonomi global harus dilakukan secara bijaksana dan adaptif, agar mampu menjawab tantangan tanpa mengorbankan nilai-nilai spiritual dan moral yang menjadi inti etika Islam.

Relevansi Prinsip Etika Syariah di Pasar Global Beekun dan Badawi (2005) secara teoretis menjelaskan bahwa tauhid merupakan fondasi utama dalam etika bisnis Islam, yang kemudian dijabarkan dalam prinsip-prinsip operasional seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Studi lebih mutakhir oleh (li, j, 2023) memperkuat bahwa nilai-nilai tersebut tetap relevan dan efektif dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat loyalitas merek dalam pasar global yang semakin kompetitif.

Kepercayaan Konsumen dan Etika Syariah Dalam era digital yang sarat informasi dan transparansi, penelitian oleh (Sabrina 2024) menunjukkan bahwa prinsip-prinsip syariah seperti integritas dan keterbukaan sangat berpengaruh terhadap persepsi positif konsumen. Kepercayaan menjadi aset strategis bagi pelaku usaha, dan etika bisnis syariah terbukti mampu menopang reputasi dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Penerapan Etika dalam Lembaga Keuangan Syariah Setiawan et al. (2024) mengkaji tantangan penerapan etika bisnis syariah di sektor perbankan syariah. Mereka menemukan bahwa praktik tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance), pengawasan ketat dari Dewan Pengawas Syariah, serta kepatuhan terhadap regulasi, menjadi faktor kunci dalam memastikan nilai-nilai Islam benar-benar diimplementasikan secara konsisten dalam operasional lembaga keuangan syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research). Metode ini dilakukan melalui penelusuran dan analisis terhadap berbagai sumber pustaka yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, dan dokumen akademik lainnya, guna menjawab rumusan masalah penelitian (Zed, 2008). Fokus utama dari pendekatan ini adalah

untuk menelaah, memahami, dan mengevaluasi pemikiran konseptual, teori-teori, serta hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan etika bisnis syariah dalam kerangka globalisasi. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada sifat kajian yang bersifat normatif dan konseptual, yang memerlukan pemahaman mendalam terhadap literatur klasik Islam maupun pemikiran kontemporer tentang globalisasi dan etika bisnis. Dengan demikian, studi ini memadukan sumber-sumber pustaka otoritatif guna menyusun analisis yang komprehensif dan kritis terhadap relevansi dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis syariah dalam tataran ekonomi global saat ini.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Review Literatur Terkait

Berbagai literatur relevan telah ditelaah untuk memahami penerapan etika bisnis syariah dalam konteks globalisasi. Hasil penelaahan menunjukkan bahwa etika syariah berperan penting dalam mendukung keberlanjutan bisnis, terutama pada sektor UMKM dan perdagangan digital. Temuan inti dari sejumlah penelitian dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 1. Temuan Inti Dari Sejumlah Penelitian

Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Metode	Temuan Utama (Parafrase)
Pratiwi et al. (2023)	Implementasi Etika Bisnis Syariah terhadap Keberlanjutan UMKM	Studi lapangan	Nilai-nilai syariah seperti kejujuran dan tanggung jawab berkontribusi pada loyalitas pelanggan dan ketahanan usaha kecil.
Sekarang & Nurdiansyah (2024)	Integrasi Etika Islam dalam Ekonomi Global	Kajian literatur	Prinsip-prinsip Islam tetap relevan meski menghadapi tantangan dalam sistem ekonomi global.
Anjelina & Muzan (2025)	Etika Syariah dalam E-Commerce Halal	Kualitatif	Teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk memperkuat penerapan etika syariah di pasar global.
Hartika et al. (2023)	Building Ethical Business in the Digital Era	Sistematik literatur review	Etika Islam menjadi fondasi penting bagi CSR dan konsep bisnis berkelanjutan di era digital.
Padlan et al. (2025)	Etika Syariah dalam Perdagangan Internasional	Kualitatif	Etika syariah mendorong transparansi dan menumbuhkan kepercayaan dalam perdagangan lintas negara.
Liestyowati (2024)	Good Corporate Governance pada Lembaga Syariah	Kajian literatur	Penerapan prinsip etika Islam memperkuat prinsip akuntabilitas dan keadilan dalam tata

Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Metode	Temuan Utama (Parafrese)
			kelola organisasi syariah.
Yustanto et al. (2024)	Kejujuran & Keadilan dalam Bisnis Syariah	Studi kualitatif	Nilai integritas seperti kejujuran dan keadilan memperlambat relasi bisnis dan meningkatkan keberlangsungan usaha.

Sumber : Diolah penulis

Hasil Kajian Literatur

Berdasarkan hasil analisis terhadap sejumlah referensi terkini, diperoleh tiga tema utama yang menggambarkan dinamika penerapan etika bisnis syariah di era globalisasi, sebagai berikut:

Tantangan Implementasi Etika Bisnis Syariah dalam Konteks Global Globalisasi mendorong masuknya sistem kapitalis, perdagangan bebas, dan nilai-nilai sekuler dalam praktik bisnis internasional. Sekarang dan Nurdiansyah (2024) menyebutkan bahwa penerapan etika syariah terkendala oleh perbedaan sistem hukum dan ketidaksesuaian standar bisnis antara negara-negara Islam dan non-Islam. Padlan et al. (2025) menegaskan bahwa tekanan global membuat pelaku usaha syariah harus berkompromi dengan prinsip etika demi menjaga efisiensi dan daya saing bisnis.

Relevansi dan Fleksibilitas Nilai Islam dalam Bisnis Kontemporer Prinsip utama etika syariah seperti *sidq* (kejujuran), amanah, *'adl* (keadilan), tanggung jawab sosial, serta larangan terhadap riba dan *gharar* tetap relevan di era global. Hartika et al. (2023) menunjukkan bahwa nilai-nilai ini sejalan dengan konsep fair trade, CSR, dan prinsip keberlanjutan yang diakui secara global. Pratiwi et al. (2023) menemukan bahwa penerapan nilai syariah dalam UMKM berkontribusi terhadap peningkatan reputasi, loyalitas pelanggan, dan keberlanjutan usaha.

Etika Syariah sebagai Fondasi Model Bisnis Berkelanjutan Etika syariah tidak hanya merupakan nilai moral, tetapi juga fondasi model bisnis yang inklusif dan berkeadilan. Liestyowati (2024) menunjukkan bahwa prinsip etika syariah memperkuat implementasi Good Corporate Governance (GCG) dalam lembaga keuangan syariah. Anjelina dan Muzan (2025) menyatakan bahwa e-commerce dan fintech syariah yang konsisten pada nilai etika Islam dapat membangun kepercayaan pasar secara global. Yustanto dkk. (2024) menekankan bahwa etika yang berakar pada kejujuran dan keadilan menciptakan hubungan bisnis yang sehat dan tahan terhadap krisis.

Pembahasan

Relevansi Etika Syariah di Tengah Arus Globalisasi Meskipun globalisasi kerap membawa pengaruh sekularisme dalam tatanan bisnis internasional, berbagai studi menunjukkan bahwa nilai-nilai etika Islam tetap memiliki daya hidup dan relevansi yang tinggi. Bahkan, prinsip-prinsip seperti kejujuran (*sidq*) dan transparansi semakin dicari dalam sistem bisnis modern, terutama pasca krisis keuangan global yang menyoroti pentingnya integritas dan kepercayaan. Etika Islam menyediakan kerangka moral universal yang mampu menjawab tantangan kontemporer seperti ketimpangan sosial dan ketidakadilan ekonomi.

Strategi Adaptif: Kontekstualisasi Etika tanpa Mengorbankan Nilai Penerapan etika syariah di era modern menuntut pendekatan kontekstual yang adaptif. Adaptasi ini bukan bentuk kompromi terhadap prinsip dasar, melainkan penyesuaian dalam metode implementasinya agar tetap relevan dalam berbagai konteks global. Beberapa strategi adaptif yang ditemukan dalam literatur antara lain: Pemanfaatan teknologi blockchain halal untuk meningkatkan transparansi dalam transaksi keuangan. Penerapan screening investasi berbasis

syariah untuk menyaring aktivitas usaha yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pemberian sertifikasi halal dan sertifikasi etika sebagai jaminan bagi produk-produk yang dipasarkan secara global.

Langkah-langkah tersebut mencerminkan fleksibilitas pendekatan dalam praktik bisnis syariah, tanpa mengabaikan esensi nilai-nilai yang mendasarinya. Etika Syariah sebagai Pilar Model Bisnis Berbasis Kemaslahatan Etika syariah tidak hanya berperan sebagai pedoman moral individu, melainkan juga sebagai fondasi dalam membangun model bisnis yang berkelanjutan dan berorientasi pada kemaslahatan. Studi-studi terkini menunjukkan bahwa: Tujuan utama bisnis syariah bukan sekadar mengejar keuntungan finansial (profit), tetapi juga menciptakan manfaat sosial (masalah) bagi masyarakat luas. Praktik bisnis syariah menolak segala bentuk eksploitasi, manipulasi informasi, serta memastikan keadilan dalam relasi antara produsen, distributor, dan konsumen. Pelaku bisnis dituntut tidak hanya menjadi entitas ekonomi, tetapi juga agen transformasi sosial yang membawa kebaikan.

Contoh nyata terlihat pada UMKM yang menerapkan nilai 'adl dalam penentuan harga dan tanggung jawab sosial dalam pengelolaan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi etika berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha dan membangun relasi jangka panjang yang sehat dengan masyarakat.

Tantangan Implementasi dan Peluang Pengembangan Walaupun prinsip-prinsip etika syariah memiliki relevansi tinggi, berbagai studi juga mencatat bahwa penerapannya di lapangan masih menghadapi tantangan, di antaranya: Rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap konsep dan prinsip etika syariah. Belum tersedia sistem insentif dari pemerintah yang mendukung dan mendorong praktik bisnis berbasis etika. Ketimpangan regulasi dan belum meratanya sertifikasi etika syariah di tingkat global.

Namun demikian, kondisi ini juga membuka peluang strategis, seperti: Integrasi etika bisnis syariah ke dalam kurikulum pendidikan tinggi dan pelatihan kewirausahaan. Pembentukan lembaga akreditasi internasional yang mengatur dan mengawasi kepatuhan etika dalam bisnis berbasis Islam. Pengembangan inovasi teknologi digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sebagai sarana memperluas jangkauan dan efektivitas etika syariah dalam praktik bisnis global.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Etika bisnis syariah tetap memiliki relevansi yang tinggi sebagai landasan moral dalam praktik bisnis modern, terutama di tengah arus globalisasi yang sarat dengan tantangan nilai. Prinsip-prinsip utama seperti keadilan ('*adl*), amanah (kepercayaan), dan tanggung jawab sosial (*social responsibility*) bukan hanya memperkuat integritas dan transparansi dalam kegiatan usaha, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dan mendukung keberlanjutan bisnis, baik pada skala UMKM maupun perdagangan internasional. Meskipun globalisasi membawa tantangan terhadap implementasi nilai-nilai Islam, etika syariah tetap dapat diintegrasikan dalam sistem bisnis modern melalui pendekatan yang kontekstual dan adaptif. Dengan demikian, etika bisnis syariah tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga berpotensi menjadi model bisnis yang adil, berkelanjutan, dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

Saran

Peningkatan Edukasi dan Sosialisasi

Diperlukan upaya sistematis dalam memperkuat pemahaman dan internalisasi nilai-nilai etika bisnis syariah di kalangan pelaku usaha, khususnya sektor UMKM. Edukasi dan sosialisasi yang berkelanjutan akan mendorong penerapan nilai syariah secara konsisten dalam praktik bisnis sehari-hari.

Pengembangan Regulasi dan Standar Etika Syariah

Pemerintah bersama otoritas terkait diharapkan dapat merumuskan dan memperkuat regulasi yang mendukung penerapan prinsip-prinsip etika syariah. Hal ini penting, khususnya dalam konteks bisnis digital dan perdagangan lintas negara, guna menjamin transparansi, keadilan, dan perlindungan bagi seluruh pihak yang terlibat.

Pemanfaatan Teknologi Berbasis Nilai Etis

Penggunaan teknologi informasi dan platform digital perlu diimbangi dengan penerapan prinsip-prinsip etika syariah agar kegiatan bisnis tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam serta tidak menimbulkan dampak negatif secara sosial maupun ekonomi.

Penelitian Lanjutan

Dianjurkan untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai integrasi antara etika bisnis syariah dengan praktik bisnis internasional dan inovasi teknologi. Penelitian ini penting guna memperluas aplikasi prinsip-prinsip syariah dalam berbagai sektor industri dan menjawab tantangan kontemporer secara lebih komprehensif.

REFERENSI

- Al Naquib, K. N. A., & Taufik, E. R. (2022). Implementation of Islamic business ethics on the scale of international trade. *Muamalatuna*, 14(2), 164–183. <https://doi.org/10.37035/mua.v14i2.7021>
- Anjelina, D., & Muzan, M. (2025). Etika syariah dalam e-commerce halal: Studi pendekatan kualitatif di era digital global. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi Syariah*, 6(1), 45–56. [Repositori kampus].
- Apriliani, N., & Purnamasari, R. (2024). Implementasi prinsip etika bisnis syariah pada UMKM di Karawang. *IQthisadi: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 45–56. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/iqthisadi/article/view/46512>
- Awaludin, M. S., Meiliani, A., Kirani, K., Maulana, A., & Choiriyah, C. (2025). Peran good corporate governance dalam menjaga etika dan kepatuhan pada perbankan syariah: Tantangan dan solusi di era digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 2(4), 1306–1320. <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v2i4.975>
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2005). *Leadership: An Islamic perspective*. Amana Publications.
- Chapra, M. U. (1992). *Islam and the economic challenge*. The Islamic Foundation.
- Crane, A., & Matten, D. (2010). *Business ethics* (3rd ed.). Oxford University Press.
- Darini, S., & Budinita, N. (2024). Teori deontologi dalam perspektif etika bisnis Islam. *Proceeding Global Digital Conference Series*, 3(1), 77–85. <https://conferences.uinsgd.ac.id/index.php/gdcs/article/view/2203>
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al-Shariah, masalah, and CSR. *American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25–45.
- Farhan, M. R., Wahyudi, A., & Safitri, D. (2023). Etika bisnis Islami dalam praktik wirausaha: Studi empiris pada UMKM berbasis syariah. *EduSola: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 1(5), 41–50. <https://publisherqu.com/index.php/edusola/article/view/2303>
- Fitriani, H. (2024). Pengembangan teori agensi berbasis keadilan Islam dalam mengurangi moral hazard. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 9(1), 88–96. [Jurnal universitas].
- Giddens, A. (2003). *Runaway world: How globalization is reshaping our lives*. Routledge.
- Hartika, R., Sulistyowati, A., & Ramadhan, D. (2023). Building ethical business in the digital era: A systematic literature review. *Jurnal Bisnis dan Teknologi Syariah*, 4(2), 101–115. [Database e-journal universitas].
- Kristiani, L., Putri, A., & Sari, R. (2024). Etika bisnis Islam dan konvensional: Tinjauan komparatif dalam konteks global. *Co-Creation: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 101–112. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/co-creation/article/view/1239>

- Li, J., Jixiong, C., & Wei, Z. (2023). Islamic business ethics. *Sharia Oikonomia Law Journal*, *1*(3), 172–184. <https://doi.org/10.55849/solj.v1i3.487>
- Liestyowati, E. (2024). Good corporate governance dalam lembaga keuangan syariah: Pendekatan literatur. *Jurnal Syariah dan Manajemen*, *8*(1), 88–97. [Jurnal Universitas Islam Indonesia].
- Maulida, I., Novita, N., & Aisyah, S. F. (2024). Etika bisnis Islam: Implementasi prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam ekonomi syariah. *El-Iqthisady: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, *5*(1), 66–75. <https://tes-ojs.uin-alauddin.ac.id/index.php/iqthisadi/article/view/46740>
- Matondang, R., Aini, F., & Saajidah, M. (2025). Keadilan dalam sistem keuangan syariah berbasis teknologi (fintech) menurut perspektif maqāṣid al-sharī‘ah. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum Islam*, *7*(1), 55–67. https://jurnal.iaibafa.ac.id/index.php/minhaj/article/view/minhaj_januari25_5
- Nurjannah, A., Rosdiana, N., & Faizah, S. (2023). Integrasi nilai etika bisnis Islam dalam tanggung jawab sosial perusahaan. *Jurnal Ekonomi Syariah Nusantara*, *4*(3), 122–134. [Repositori kampus].
- Padlan, S., Hamzah, I., & Mahfudz, A. (2025). Etika syariah dalam perdagangan internasional: Penguatan transparansi dan trust global. *Jurnal Ekonomi Islam Internasional*, *7*(2), 75–90. [Indeks DOAJ].
- Pratiwi, M., Ramadhan, B., & Yusuf, F. (2023). Implementasi etika bisnis syariah terhadap keberlanjutan UMKM. *Jurnal Ekonomi Islam UNESA*, *8*(2), 130–141. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/27666>
- Pratiwi, D. R., Rosadi, D., Nadira, D. I., & Syahirah, D. (2023). Pengaruh penerapan etika bisnis syariah terhadap keberlanjutan usaha: Studi pada UMKM di Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, *6*(3), 258–272. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v6n3.p258-272>
- Rahmawati, S., & Jubaedah, R. (2024). Corporate social responsibility berbasis syariah: Strategi etika dan pembangunan berkelanjutan. *Bertuah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, *3*(1), 39–50. <https://ejournal.kampusmelayu.ac.id/index.php/Bertuah/article/view/774>
- Rizki, R. A., & Rahmawati, I. (2023). Integrasi etika bisnis Islam dalam ekonomi global: Tantangan dan strategi implementasi. *Jurnal Agama dan Sosial Humaniora*, *2*(1), 45–56. <https://ejournal.uinsgd.ac.id/index.php/jash/article/view/1297>
- Sabrina, S., & Rialdy, N. (2024). Peran etika bisnis syariah dalam membangun kepercayaan konsumen. *Journal of Sharia Economics Scholar*, *2*(4), 112–125. <https://ojs.unimal.ac.id/index.php/joses/article/view/20522>
- Said, J., Zainuddin, Y., & Haron, H. (2009). Ethics and corporate governance. *Journal of Business Ethics*, *89*(3), 305–316. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9993-2>
- Sekarang, M., & Nurdiansyah, M. (2024). Integrasi etika Islam dalam ekonomi global: Relevansi nilai syariah di era digital. *Jurnal Etika dan Peradaban Islam*, *9*(1), 55–64. [Jurnal nasional].
- Sekunder, R., & Nurdiansyah, M. (2025). Tantangan dan peluang etika bisnis syariah di era globalisasi. *Jurnal Syariah dan Hukum UIN SGD*, *11*(1), 89–98. <https://ejournal.uinsgd.ac.id/index.php/jash/article/view/1297>
- Setiawan, J., Faturrahman, R., & Sarpini, S. (2024). Penerapan etika bisnis di industri perbankan syariah: Tantangan dan peluang. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, *3*(1), 66–79. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/Wawasan/article/view/2872>
- Solehudin, E., Huda, M., Ahyani, H., Ahmad, M. Y., Abd Khafidz, H., Rahman, E. T., & Hidayat, M. S. (2024). Transformasi keadilan ekonomi Islam dalam kerangka maqāṣid

- al-sharī'ah. *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum dan Sosial Kemasyarakatan*, 24(1), 45–59. <https://shariajournals-uinjambi.ac.id/index.php/al-risalah/article/view/1467>
- Stiglitz, J. E. (2002). *Globalization and its discontents*. W. W. Norton & Company.
- Velasquez, M. G. (2006). *Business ethics: Concepts and cases* (6th ed.). Prentice Hall.
- Yusuf, M., & Bahari, N. A. S. (2012). Islamic ethical framework in business. *International Journal of Asian Social Science*, 2(12), 2191–2199.
- Yustanto, D., Arsyad, M., & Fauziah, L. (2024). Kejujuran dan keadilan dalam bisnis syariah: Studi kualitatif pada pelaku usaha kecil. *Jurnal Syariah & Ekonomi Islam*, 6(2), 99–110. [Jurnal STAIN Majene].