

## ETIKA BISNIS DALAM MAZHAB HANBALI: ANALISIS TERHADAP PRINSIP KEJUJURAN DAN KEADILAN DALAM BISNIS

Oleh:

**Fitriyah<sup>1</sup>**

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: Jl. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten  
Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: [2207111000@student.trunojoyo.ac.id](mailto:2207111000@student.trunojoyo.ac.id).

**Abstract.** *This research aims to find out how business ethics in the Hanbali school of thought: an analysis of the principles of honesty and justice in trade. This research uses qualitative methods with literature data. The results of the study explain that the principle of justice distributes profits proportionally, avoids exploitation, and ensures equality. The practices of usury, gharar, and maisir are forbidden, and corporate social responsibility is emphasized. The principle of honesty includes honesty in words and deeds, prohibition of deception, good quality goods, transparency of information, avoidance of perjury, trust building, reputation enhancement, and customer loyalty. Honesty is considered a source of goodness and blessings in Islam, so Muslim businesses should avoid exploitation and usury. The principle of fairness includes the balance of rights and obligations, transparency of information, social responsibility, government regulation, and sustainable business to protect the rights of all parties, create a fair economic system, and provide benefits for all parties. By applying these principles, business actors are expected to conduct business fairly and ethically, providing benefits to all parties, because the Hanbali school views justice as an integral part of business activities.*

**Keywords:** *Business Ethics, Honesty, Trade.*

# **ETIKA BISNIS DALAM MAZHAB HANBALI: ANALISIS TERHADAP PRINSIP KEJUJURAN DAN KEADILAN DALAM BISNIS**

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana etika bisnis dalam mazhab hanbali: analisis terhadap prinsip kejujuran dan keadilan dalam perdagangan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan data kepustakaan Hasil penelitian menjelaskan bahwa Prinsip keadilan mendistribusikan keuntungan secara proporsional, menghindari eksploitasi, dan menjamin kesetaraan. Praktik riba, gharar, dan maisir diharamkan, serta tanggung jawab sosial perusahaan ditekankan. Prinsip kejujuran meliputi kejujuran dalam perkataan dan perbuatan, larangan menipu, kualitas barang yang baik, transparansi informasi, penghindaran sumpah palsu, pembangunan kepercayaan, peningkatan reputasi, dan loyalitas pelanggan. Kejujuran dianggap sebagai sumber kebaikan dan keberkahan dalam Islam, sehingga pelaku usaha Muslim harus menjauhi eksploitasi dan riba. Prinsip keadilan mencakup keseimbangan hak dan kewajiban, transparansi informasi, tanggung jawab sosial, regulasi pemerintah, dan bisnis berkelanjutan untuk melindungi hak semua pihak, menciptakan sistem ekonomi yang adil, dan memberikan manfaat bagi semua pihak. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, pelaku usaha diharapkan dapat menjalankan bisnis secara adil dan etis, memberikan manfaat bagi semua pihak, karena mazhab Hanbali memandang keadilan sebagai bagian tak terpisahkan dari kegiatan bisnis.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis, Kejujuran, Perdagangan.

## **LATAR BELAKANG**

Praktik perdagangan yang berlandaskan etika bukan hanya tentang mengejar keuntungan materi, tetapi juga tentang menerapkan nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip keadilan. Dalam konteks ajaran Islam, etika dalam berbisnis memiliki akar yang kuat dari Al-Qur'an dan Sunnah, serta interpretasi para ulama dari berbagai mazhab. Landasan ini memberikan panduan yang lengkap untuk menjalankan bisnis secara bertanggung jawab, dengan mengedepankan kejujuran, keadilan, dan transparansi. Mazhab Hanbali, yang didirikan oleh Imam Ahmad bin Hanbal, memberikan perhatian khusus pada aspek etika bisnis dengan menafsirkan teks-teks Al-Qur'an dan Sunnah secara harfiah. Pendekatan ini menghasilkan pedoman yang terperinci mengenai perilaku bisnis yang etis, termasuk larangan terhadap riba, penipuan, dan monopoli, yang tetap relevan dalam konteks ekonomi modern.

Syariah, sebagai sistem hukum Islam, menyediakan pedoman menyeluruh yang mengatur berbagai aspek kehidupan, termasuk kegiatan ekonomi dan bisnis, dengan mengedepankan nilai-nilai inti seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam setiap transaksi komersial. Sistem ini melarang tindakan yang dianggap merugikan, seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan penipuan, serta mendorong praktik zakat dan sedekah sebagai wujud dari tanggung jawab sosial. Dalam pandangan Islam, bisnis tidak hanya dilihat sebagai cara untuk memperoleh keuntungan materi, tetapi juga sebagai sarana untuk mencapai kesejahteraan spiritual dan sosial. Etika bisnis Islam bertujuan untuk membentuk sistem ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan, di mana setiap individu dan organisasi memikul tanggung jawab yang tidak hanya terbatas pada kepentingan pribadi, tetapi juga kepada masyarakat luas dan kepada Tuhan. Prinsip-prinsip ini tetap relevan dalam konteks bisnis masa kini, di mana isu-isu seperti keadilan sosial, tanggung jawab perusahaan, dan keberlanjutan semakin menjadi perhatian utama. (Shadat & Alimni, 2023)

Dalam kerangka ajaran Islam, etika bisnis menempati posisi sentral sebagai panduan normatif yang mengarahkan praktik-praktik bisnis agar selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Mazhab Hanbali, salah satu dari empat mazhab fikih utama dalam Islam, memberikan perhatian khusus terhadap dimensi etika dalam kegiatan ekonomi. Didirikan oleh Imam Ahmad bin Hanbal, mazhab ini dikenal karena penekanannya pada interpretasi literal terhadap teks-teks suci Al-Qur'an dan Sunnah, serta implementasi prinsip-prinsip keadilan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam ranah bisnis. Dengan demikian, etika bisnis dalam perspektif mazhab Hanbali tidak hanya sekadar anjuran moral, tetapi juga merupakan kewajiban yang berakar pada sumber-sumber hukum Islam yang otoritatif. (Kurniawati et al., 2024)

Dalam ranah praktik bisnis, mazhab Hanbali memberikan penekanan yang signifikan terhadap implementasi nilai-nilai kejujuran dan keadilan. Konsep kejujuran dalam konteks bisnis diartikulasikan sebagai kewajiban untuk menyampaikan informasi yang akurat dan komprehensif mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, serta menghindari segala bentuk tindakan penipuan atau manipulasi. Sementara itu, prinsip keadilan dalam bisnis diwujudkan melalui pemberian hak-hak yang proporsional kepada semua pihak yang terlibat dalam transaksi, dengan tujuan untuk mencegah terjadinya kerugian yang tidak adil bagi salah satu pihak. Dengan demikian, mazhab Hanbali

# ETIKA BISNIS DALAM MAZHAB HANBALI: ANALISIS TERHADAP PRINSIP KEJUJURAN DAN KEADILAN DALAM BISNIS

memandang kejujuran dan keadilan sebagai fondasi etika bisnis yang esensial, yang harus diterapkan secara konsisten dalam setiap aktivitas bisnis. (Permata (Universitas Muhammadiyah Lampung) et al., 2024)

Studi ini bertujuan untuk melakukan analisis komprehensif terhadap pandangan mazhab Hanbali mengenai prinsip-prinsip kejujuran dan keadilan dalam konteks bisnis. Melalui pendekatan studi literatur dan analisis mendalam terhadap teks-teks fikih Hanbali, penelitian ini akan mengkaji secara kritis konsep-konsep etika bisnis yang ditawarkan oleh mazhab tersebut, serta menilai relevansi konsep-konsep tersebut dalam praktik bisnis kontemporer. Dengan demikian, penelitian ini berupaya untuk memberikan kontribusi akademis yang signifikan dalam memahami dan mengaplikasikan etika bisnis Islam dalam era modern.

## KAJIAN TEORITIS

Etika bisnis dalam perspektif Islam, yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Sunnah, mengedepankan prinsip-prinsip kejujuran (*sidq*), amanah (*trustworthiness*), keadilan (*adl*), dan tanggung jawab sosial guna mewujudkan sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan, serta menghindari praktik merugikan seperti riba, gharar, dan penipuan, yang relevansinya tetap kuat di era modern. Mazhab Hanbali, dengan pendekatan literalnya terhadap teks suci, memberikan pedoman rinci yang menekankan implementasi kejujuran melalui penyampaian informasi akurat dan komprehensif, serta keadilan melalui pemberian hak proporsional kepada semua pihak, sekaligus melarang praktik merugikan seperti riba, penipuan, dan monopoli. Konsep kejujuran (*sidq*) dalam bisnis diwujudkan melalui transparansi dalam penetapan harga, kualitas produk, dan kondisi transaksi, serta menghindari manipulasi yang merugikan, sementara konsep keadilan (*adl*) diimplementasikan melalui perlakuan adil terhadap karyawan, pemasok, dan konsumen, serta mencegah kerugian yang tidak adil. Di tengah kompleksitas bisnis modern dan tantangan globalisasi, konsep-konsep mazhab Hanbali ini tetap relevan sebagai landasan kokoh untuk praktik bisnis yang bertanggung jawab, membantu pelaku bisnis menghadapi isu-isu seperti korupsi, eksploitasi, dan kerusakan lingkungan, serta dapat diaplikasikan dalam konteks bisnis daring atau pasar digital.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan studi literatur, yang terfokus pada pengkajian teks-teks hukum Islam dari mazhab Hanbali. Tujuannya adalah untuk mendalami pemahaman tentang konsep-konsep etika dalam kegiatan bisnis. Proses pengumpulan data melibatkan analisis teks dan analisis isi, yang bertujuan untuk mengidentifikasi serta menafsirkan prinsip-prinsip kejujuran dan keadilan. Metode analisis data yang diterapkan meliputi penafsiran tekstual, perbandingan pandangan antar mazhab, dan evaluasi relevansi kontekstual terhadap praktik bisnis saat ini. Keabsahan dan keandalan penelitian akan dijaga melalui penggunaan triangulasi data dan penerapan teknik analisis yang terstruktur dan transparan. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih akademis yang signifikan dalam memahami dan menerapkan etika bisnis yang berlandaskan ajaran Islam di era modern.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Etika Bisnis Dalam Mazhab Hanbali**

Etika, berakar dari kata Yunani "*ethos*" berarti kebiasaan, pada dasarnya merujuk pada kebiasaan hidup yang baik, baik dalam konteks individu maupun masyarakat, dan dapat dipahami sebagai kode perilaku yang harus dipatuhi. Dalam konteks bisnis, etika bisnis menekankan pada tindakan pemilik usaha yang sesuai dengan aturan organisasi dan norma masyarakat, dilakukan secara wajar, dan mencerminkan prinsip-prinsip moral yang benar. Menurut Hamza Jacob, etika adalah ilmu yang mempelajari perilaku manusia dan prinsip-prinsip moral yang benar, yang dapat dipahami melalui akal dan pikiran, sehingga etika bisnis menjadi pedoman penting bagi pemilik usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya secara bertanggung jawab dan bermoral. (Mahsuni & Malang, 2024)

Menurut Joseph L. Badaracco Jr., ahli etika bisnis dari Harvard Business Review, praktik etika dalam bisnis menghendaki pengambilan keputusan yang bijaksana, melampaui sekadar kebaikan pribadi, dengan mempertimbangkan implikasi bagi pihak lain dan lingkungan. (Admin, 2023) Prinsip-prinsip dalam berbisnis yang baik sering kali berlaku dalam kehidupan sehari-hari. Berikut ini beberapa prinsip etika bisnis yang perlu Anda ketahui: (Cimb niaga, 2024)

## **ETIKA BISNIS DALAM MAZHAB HANBALI: ANALISIS TERHADAP PRINSIP KEJUJURAN DAN KEADILAN DALAM BISNIS**

1. Kejujuran: Integritas, yang diwujudkan melalui kejujuran, merupakan landasan fundamental dalam kehidupan, termasuk dalam konteks bisnis. Implementasi prinsip ini tidak terbatas pada interaksi internal antara karyawan, atasan, dan bawahan, melainkan juga mencakup relasi eksternal dengan pelanggan dan pihak-pihak terkait lainnya. Salah satu manifestasi dari prinsip kejujuran adalah penyampaian informasi yang akurat dan komprehensif kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, pemasok, karyawan, dan investor, untuk memastikan transparansi dan kepercayaan.
2. Keadilan: Dalam konteks bisnis yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, penerapan prinsip keadilan menghendaki perlakuan yang setara tanpa diskriminasi terhadap setiap individu yang terikat dalam perusahaan, dengan memastikan hak dan perlakuan yang proporsional, yang diwujudkan melalui sistem kompensasi dan tunjangan yang berbasis pada penilaian kinerja dan kompetensi, sehingga membangun kepercayaan dan integritas perusahaan.
3. Otonomi: Dalam ranah bisnis, kemandirian atau otonomi merupakan pilar etika yang esensial, mewajibkan pelaku usaha untuk mengambil keputusan yang selaras dengan nilai-nilai etika bisnis tanpa tunduk pada intervensi eksternal. Sebagai ilustrasi, seorang pengusaha yang berintegritas akan menolak tawaran yang menjanjikan keuntungan finansial besar namun berpotensi merugikan pihak lain atau melanggar ketentuan hukum. Penegakan prinsip otonomi ini tidak hanya memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan, tetapi juga meningkatkan citra positif bisnis di mata pelanggan.
4. Integritas moral: Integritas moral yang tinggi, yang diwujudkan melalui tindakan jujur, adil, dan bertanggung jawab, merupakan keharusan bagi seluruh pemangku kepentingan dalam bisnis guna menjaga reputasi perusahaan, yang dapat dicapai melalui penyusunan kode etik yang jelas dan komprehensif sebagai panduan perilaku dan pengambilan keputusan bagi seluruh karyawan.

5. Saling menguntungkan: Esensi dari etika bisnis terletak pada prinsip simbiotik, di mana setiap aktivitas komersial, baik dalam konteks internal maupun eksternal, harus menghasilkan manfaat bagi seluruh pemangku kepentingan. Entitas bisnis yang beretika akan menjauhi praktik-praktik perdagangan yang merugikan, seperti monopoli dan penetapan harga yang tidak adil, guna menjamin distribusi keuntungan yang adil bagi semua pihak yang terlibat.

Etika bisnis syariah pada dasarnya merupakan manifestasi dari semangat perdagangan yang mengimplementasikan nilai-nilai universal yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadis. Nilai-nilai universal tersebut kemudian diolah menjadi formulasi prinsip-prinsip etis yang berfungsi sebagai tolok ukur untuk mengevaluasi kesesuaian praktik bisnis dengan ajaran Islam. (Hasan, 2020)

Dalam kerangka etika bisnis Islam, yang secara khusus diinterpretasikan oleh mazhab Hanbali, aktivitas ekonomi dan perdagangan diatur oleh prinsip-prinsip syariah yang tidak hanya berfungsi sebagai pedoman normatif, tetapi juga sebagai perwujudan nilai-nilai moral yang esensial, dengan tujuan utama untuk mewujudkan keadilan (*'adl*) dan integritas (*ṣidq*) dalam setiap transaksi, sehingga tercipta harmoni antara pelaku usaha dan masyarakat secara keseluruhan. (Lestari & Jubaedah, 2023)

Mazhab Hanbali, dengan penekanan pada nilai-nilai kejujuran dan keadilan dalam praktik bisnis, menyediakan kerangka etika yang komprehensif, di mana integritas diwujudkan melalui transparansi transaksional, pencegahan manipulasi, dan penyampaian informasi produk atau jasa yang akurat sebagai pilar utama, selaras dengan ajaran Islam yang menggarisbawahi pentingnya moralitas dalam seluruh aspek kehidupan ekonomi. Prinsip keadilan, sebagai pelengkap kejujuran, mengharuskan distribusi keuntungan yang proporsional dan merata, menghindari eksploitasi, serta menjamin perlakuan yang setara bagi seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi komersial. Dengan demikian, mazhab Hanbali tidak hanya mengatur aspek teknis operasional bisnis, tetapi juga merumuskan seperangkat prinsip etika yang bertujuan untuk membangun sistem ekonomi yang berkelanjutan, adil, dan bermartabat, yang mencerminkan nilai-nilai luhur yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadis. Implementasi prinsip-prinsip tersebut diharapkan dapat memperkuat kepercayaan dan memfasilitasi hubungan yang harmonis antara pelaku bisnis dan konsumen, serta

# **ETIKA BISNIS DALAM MAZHAB HANBALI: ANALISIS TERHADAP PRINSIP KEJUJURAN DAN KEADILAN DALAM BISNIS**

memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.(Syahrizal, 2018)

Dalam kerangka mazhab Hanbali, etika bisnis yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah, menempatkan penekanan pada integritas melalui penyampaian informasi yang akurat dalam setiap transaksi, sehingga menghindari praktik penipuan. Prinsip keadilan menjadi landasan utama, menjamin pemenuhan hak-hak seluruh pihak dan mencegah tindakan eksploitasi. Selain itu, mazhab ini mengharamkan praktik riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (perjudian), serta mendorong implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat, mencakup kontribusi positif dan mitigasi kerugian.(Syaifullah, 2014)

Relevansi prinsip kejujuran dan keadilan dalam Mazhab Hanbali semakin terbukti dalam konteks bisnis modern yang kompleks, di mana implementasi prinsip-prinsip tersebut tidak hanya bertujuan untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga untuk memperoleh keberkahan spiritual yang memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan individu dan masyarakat secara luas. Etika bisnis yang berlandaskan Mazhab Hanbali mempromosikan praktik bisnis yang berkelanjutan, transparan, dan bertanggung jawab, dengan menghindari eksploitasi dan membangun hubungan yang adil di antara seluruh pemangku kepentingan. Analisis mendalam terhadap prinsip-prinsip ini, khususnya kejujuran dan keadilan, memberikan kontribusi berharga bagi pengembangan teori dan praktik bisnis Islami yang komprehensif dan relevan dengan tantangan zaman. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dan etika bisnis yang kuat, model bisnis Islami yang berdasarkan Mazhab Hanbali dapat menjadi alternatif yang inovatif dan berkelanjutan di tengah maraknya praktik bisnis yang tidak etis. Oleh karena itu, penelitian lanjutan diperlukan untuk mengeksplorasi implementasi praktis dan dampaknya terhadap perekonomian global.(Yustanto et al., 2024)

## **B. Prinsip Kejujuran Dalam Bisnis Madzhab Hanbal**

Kejujuran, meskipun tampak sederhana dalam ungkapan, sesungguhnya memuat implikasi etis yang mendalam dan berjangkauan luas. Pembentukan karakter yang mengedepankan integritas kejujuran merupakan inti dari proses pendidikan, di mana teladan yang autentik memegang peranan krusial. Individu yang menyimpang dari prinsip kejujuran pada hakikatnya merugikan diri sendiri. Tindakan tidak jujur yang luput dari pengawasan membawa konsekuensi moral berupa beban kesalahan,



sementara pengungkapan ketidakjujuran merusak kepercayaan, mengganggu harmoni hubungan interpersonal, dan berpotensi mengakibatkan isolasi sosial. Di sisi lain, sikap jujur membuahkan ketenangan jiwa, kedamaian, dan kebahagiaan psikologis. Sebaliknya, perilaku tidak jujur menimbulkan kegelisahan, konflik internal, dan kecemasan akan terungkapnya kebohongan.(Haitam, 2018)

Kejujuran, sebagai suatu nilai fundamental, memiliki potensi untuk menggerakkan kemajuan suatu bangsa. Perkembangan peradaban tak terlepas dari integritas kejujuran, yang termuat dalam semangat Islam. Bangsa Indonesia, yang masih berjuang mencapai kemajuan, memerlukan dorongan semangat kejujuran, terutama mengingat mayoritas penduduknya beragama Islam, yang kaya akan nilai-nilai luhur. Di tengah krisis ekonomi dan budaya yang melanda dunia Barat, timbul pertanyaan mengenai potensi penggantinya. Spekulasi bermunculan, mengarah pada kemungkinan munculnya kekuatan baru dari Asia Timur, atau bahkan kebangkitan kembali dunia Islam.

Dalam upaya meraih keberkahan, umat Islam dianjurkan untuk membudayakan perkataan dan tindakan yang jujur. Kejujuran seyogianya diinternalisasi sebagai nilai fundamental, walaupun tidak harus diformalkan secara kaku. Prioritas harus diberikan pada kejujuran, dengan penekanan pada integrasi nilai tersebut ke dalam setiap aspek kehidupan individu. Kejujuran harus menjadi nilai unggul, mencerminkan karakter dan langkah hidup seseorang. Kejujuran membawa ketenangan batin, sementara kebohongan menimbulkan keraguan.(M Abdul Wahab, 2012)

Dalam mazhab Hanbali, integritas kejujuran dalam aktivitas komersial merupakan nilai esensial yang wajib dipegang teguh oleh setiap pelaku usaha.(Syahrizal, 2018) Kejujuran dalam hal ini mencakup berbagai aspek, mulai dari ketepatan ukuran (kuantitas) hingga mutu barang yang diperdagangkan. Berikut adalah penjabaran prinsip kebenaran dalam bisnis menurut mazhab Hanbali:(Astuti, 2022)

1. Kejujuran dalam perkataan dan perbuatan: Dalam ranah etika bisnis, integritas kejujuran mengamanatkan bahwa setiap pernyataan dan tindakan harus mencerminkan kebenaran secara menyeluruh. Prinsip ini menegaskan pentingnya keselarasan antara apa yang diucapkan dan apa yang dilakukan,

## **ETIKA BISNIS DALAM MAZHAB HANBALI: ANALISIS TERHADAP PRINSIP KEJUJURAN DAN KEADILAN DALAM BISNIS**

sehingga membangun fondasi kepercayaan yang kokoh dalam setiap interaksi bisnis.(Haitam, 2018)

2. Tidak menipu: Pelaku usaha dilarang melakukan praktik penipuan dalam bentuk apa pun, termasuk menyembunyikan kekurangan atau kerusakan pada barang yang diperdagangkan. Hal ini menekankan pentingnya transparansi dan kejujuran dalam setiap transaksi bisnis, untuk membangun kepercayaan dan integritas.
3. Kualitas barang yang baik: Pelaku usaha berkewajiban untuk menyediakan barang dengan kualitas yang terjamin, yang mencerminkan tanggung jawab moral dalam menjalankan kegiatan bisnis. Hal ini menggarisbawahi pentingnya integritas dan etika dalam setiap aspek perdagangan.
4. Transparansi: Setiap pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar dan transparan dalam setiap transaksi. Hal ini meliputi penyediaan informasi yang jelas mengenai produk yang dijual, harga yang ditetapkan, serta kondisi barang yang ditawarkan. Prinsip ini menekankan pentingnya keterbukaan dan kejujuran dalam setiap aspek bisnis, untuk membangun kepercayaan dan integritas.(Umar et al., 2024)
5. Menghindari sumpah palsu: Dalam kegiatan usaha, penggunaan sumpah palsu dilarang secara tegas. Hal ini menekankan pentingnya integritas dan kejujuran dalam setiap transaksi bisnis, untuk membangun kepercayaan dan reputasi yang baik. Praktik ini bertentangan dengan prinsip-prinsip etika bisnis yang menjunjung tinggi kebenaran dan keadilan.
6. Kepercayaan: Integritas kejujuran merupakan fondasi dalam membangun relasi kepercayaan yang kuat di antara seluruh pemangku kepentingan, mencakup pelanggan, karyawan, rekan bisnis, dan investor. Dengan menjunjung tinggi kejujuran, tercipta iklim saling percaya yang mendukung keberlanjutan dan kesuksesan bisnis.
7. Reputasi yang baik: Perusahaan yang menjunjung tinggi integritas kejujuran akan memiliki citra positif, yang menarik minat lebih banyak pelanggan dan membuka peluang kerjasama bisnis baru. Selain itu, perusahaan tersebut dapat menghindari permasalahan hukum yang berpotensi merusak stabilitas keuangan dan reputasi perusahaan.

8. Loyalitas pelanggan: Integritas kejujuran mendorong kesetiaan pelanggan karena mereka merasa diperlakukan secara adil, yang meningkatkan kecenderungan untuk melakukan pembelian berulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Dalam ajaran Islam, kejujuran dipandang sebagai sumber kebaikan dan keberkahan. Oleh karena itu, pelaku usaha Muslim diwajibkan untuk menjauhi segala bentuk eksploitasi dan transaksi yang mengandung unsur riba, untuk memastikan bahwa bisnis yang dijalankan selaras dengan prinsip-prinsip syariah.

### **C. Prinsip Kejujuran Dalam Bisnis Madzhab Hanbal**

Dalam pandangan mazhab Hanbali, prinsip keadilan dalam bisnis merupakan pilar utama etika yang mengatur setiap transaksi. Prinsip ini memastikan bahwa hak-hak semua pihak yang terlibat dilindungi, dengan fokus pada kesetaraan dan keadilan dalam semua aspek perdagangan. Ini mencakup penetapan harga yang wajar, pembagian keuntungan yang adil, dan penanganan sengketa yang imparisial. Lebih dari sekadar kepatuhan hukum, prinsip keadilan dalam mazhab Hanbali mencerminkan komitmen terhadap nilai-nilai moral dan spiritual yang mendalam, yang bertujuan untuk menciptakan sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan. berikut adalah beberapa aspek utama dari prinsip keadilan dalam bisnis berdasarkan pandangan mazhab Hanbali:

- Keseimbangan dalam transaksi: Keadilan dalam transaksi bisnis mensyaratkan adanya keseimbangan yang harmonis antara hak dan kewajiban setiap pihak yang terlibat. Ini berarti bahwa tidak boleh ada pihak yang merasa dirugikan, baik itu penjual maupun pembeli. Dalam praktiknya, hal ini diwujudkan melalui penetapan harga yang wajar dan tidak memberatkan salah satu pihak, serta memastikan bahwa setiap orang mendapatkan apa yang menjadi haknya. (Hasan, 2020)
- Transparansi dan kejelasan: Setiap transaksi harus dijalankan dengan keterbukaan, di mana informasi mengenai produk, harga, dan kondisi barang harus disampaikan secara jelas dan lengkap. Praktik ini bertujuan untuk membangun kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen, serta mencegah terjadinya penipuan atau penyimpangan informasi yang dapat merugikan salah satu pihak. (Umar et al., 2024)

# **ETIKA BISNIS DALAM MAZHAB HANBALI: ANALISIS TERHADAP PRINSIP KEJUJURAN DAN KEADILAN DALAM BISNIS**

- Tanggung jawab sosial: Para pelaku usaha tidak hanya memiliki tanggung jawab untuk memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga memiliki kewajiban moral untuk berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Praktik bisnis yang merugikan masyarakat, seperti penimbunan barang yang menyebabkan kelangkaan dan kenaikan harga yang tidak wajar, dianggap sebagai tindakan yang tidak adil dan bertentangan dengan prinsip-prinsip etika bisnis yang berlandaskan pada keadilan dan tanggung jawab sosial.
- Penegakan hukum dan regulasi: Mazhab Hanbali menekankan pentingnya peran negara dalam menegakkan keadilan di pasar melalui regulasi yang efektif. Negara diharapkan mampu mencegah praktik monopoli yang merugikan dan menjamin setiap individu memiliki kesempatan yang sama dalam dunia usaha. Dengan demikian, negara berperan sebagai penjaga keadilan yang memastikan bahwa sistem ekonomi berjalan dengan adil dan berkelanjutan bagi semua pihak.
- Etika bisnis yang berkelanjutan: Prinsip keadilan dalam konteks bisnis tidak hanya berfokus pada keseimbangan hak dan kewajiban dalam transaksi, tetapi juga mencakup upaya untuk membangun sistem bisnis yang berkelanjutan. Ini berarti bahwa pencapaian keuntungan tidak lagi menjadi tujuan tunggal, melainkan diiringi dengan kesadaran akan dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh setiap aktivitas bisnis. Dengan demikian, keadilan dalam bisnis juga mencakup tanggung jawab terhadap generasi mendatang dan kelestarian lingkungan.

Dengan menginternalisasi dan mengimplementasikan prinsip-prinsip ini, pelaku usaha diharapkan dapat menjalankan aktivitas bisnis mereka dengan cara yang menjunjung tinggi keadilan dan etika, sehingga menghasilkan manfaat yang merata bagi semua pihak yang terlibat dalam ekosistem bisnis tersebut. Hal ini menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, berkelanjutan, dan penuh keberkahan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Mazhab Hanbali, yang berlandaskan ajaran Islam, menekankan pentingnya etika bisnis yang berlandaskan nilai moral untuk mencapai keadilan dan integritas dalam kegiatan ekonomi. Etika bisnis ini diwujudkan melalui kerangka kerja yang

komprehensif, meliputi integritas yang dicapai melalui transparansi, pencegahan manipulasi, dan penyediaan informasi produk yang akurat. Prinsip keadilan dalam mazhab ini mendistribusikan keuntungan secara proporsional, menghindari eksploitasi, dan menjamin kesetaraan, dengan melarang praktik riba, gharar, dan maisir, serta menekankan tanggung jawab sosial perusahaan. Prinsip kejujuran mencakup kejujuran dalam perkataan dan perbuatan, larangan menipu, penyediaan barang berkualitas, transparansi informasi, penghindaran sumpah palsu, pembangunan kepercayaan, peningkatan reputasi, dan loyalitas pelanggan, karena kejujuran dianggap sebagai sumber kebaikan dan keberkahan dalam Islam, sehingga pelaku usaha Muslim harus menjauhi eksploitasi dan riba. Prinsip keadilan juga mencakup keseimbangan hak dan kewajiban, transparansi informasi, tanggung jawab sosial, peran regulasi pemerintah, dan bisnis berkelanjutan untuk melindungi hak semua pihak, menciptakan sistem ekonomi yang adil, dan memberikan manfaat bagi semua pihak. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip ini diharapkan dapat mendorong pelaku usaha untuk menjalankan bisnis secara adil dan etis, memberikan manfaat bagi semua pihak, karena mazhab Hanbali memandang keadilan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan bisnis. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mencakup studi empiris, perbandingan mazhab, eksplorasi konteks modern, pengembangan model etika bisnis Islam yang komprehensif, dan rekomendasi kebijakan terkait implementasi etika bisnis Islam.

## DAFTAR REFERENSI

- Admin. (2023). *Etika dalam Berbisnis: Prinsip-Prinsip dan Pentingnya di Dunia Bisnis*. Ika Ummetro Ikatan Alumni Universitas Muhammadiyah Metro. <https://ika.ummetro.ac.id/etika-dalam-berbisnis-prinsip-prinsip-dan-pentingnya-di-dunia-bisnis/>
- Astuti, A. R. T. (2022). Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer). In *IAIN Parepare Nusantara Press*.
- Cimb niaga. (2024). *Apa Itu Etika Bisnis? Ini Tujuan, Prinsip, dan Contohnya*. CIMB NIAGA. <https://www.cimbniaga.co.id/id/personal/index>
- Haitam, I. (2018). Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Persepsi At-Thabary dan Al-Qurtubhy. *Mukadimah: Jurnal Studi Islam*, 2(2), 315–334.

# ETIKA BISNIS DALAM MAZHAB HANBALI: ANALISIS TERHADAP PRINSIP KEJUJURAN DAN KEADILAN DALAM BISNIS

- Hasan, S. (2020). *PRAKTIK IHTIKAR DALAM TINJAUAN KRITIK ETIKA BISNIS SYARIAH*. 1, 138–146.
- Kurniawati, I., Citra, D., Kurniawan, M. T., Anggraini, D., & Nur, A. (2024). *Analisis Etika Bisnis Syari 'ah dalam Praktik Transaksi Jual Beli : Perspektif Teoritis dan Praktis*. 2(2), 217–226.
- Lestari, P. S., & Jubaedah, D. (2023). Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam. *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 8(2), 220. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4514>
- M Abdul Wahab. (2012). *Pendidikan Kejujuran*. republika.co.id.
- Mahsuni, A. W., & Malang, U. I. (2024). *IMPLE MENTATION OF ETHICS BUSINESS SHARIA IN BUSINESS ACTOR PERFORMANCE MICRO , SMALL , AND INTERMEDIATE IN THE TRADE SECTOR*. 2(3), 262–269.
- Permata (Universitas Muhammadiyah Lampung), R. J., Albab (Universitas Muhammadiyah Lampung), U., & (Universitas Muhammadiyah Lampung), M. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Marketplace. *Muamalatuna*, 7(1), 17–27. <https://doi.org/10.36269/muamalatuna.v7i1.2462>
- Shadat, N., & Alimni, A. (2023). Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Pada Masa Rasulullah Saw. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 4238–4259.
- Syahrizal, A. (2018). ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM AHMAD SYAHRIZAL Dosen Jurusan Ekonomi Syariah (ESy) STAI An-Nadwah Kuala Tungkal. *Jurnal Aktualita*, 9(1), 101–116.
- Syaifulloh, S. (2014). Etika Jual Beli Dalam Islam. *HUNafa: Jurnal Studia Islamika*, 11(2), 371. <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i2.361.371-387>
- Umar, Y. Bin, Irmandi, N., & Sariningsih, F. (2024). *Prinsip Etika Bisnis Islami ; Menggali Pemikiran*. 3(2), 135–145. <https://doi.org/10.69768/ji.v3i2.61>
- Yustanto, G. D., Putri, A. C., Claudia, S. C., Candra, A., Nurrohim, A., Yustanto, G. D., Sadewa, A. V., Saputra, A. E., Putri, A. C., Claudia, C., Candra, A., & Nurrohim, A. (2024). *Etika Bisnis dalam Islam : Pedoman Sukses dengan Kejujuran dan Keadilan Business Ethics in Islam : Guidelines for Success with Honesty and Justice*. 1(2), 192–200. <https://doi.org/10.69768/ji.v1i2.11.1>