

ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI LANDASAN MEWUJUDKAN KEADILAN EKONOMI

Oleh:

Dewi Martiwi¹

Naila Maharani Putri²

Marwah Zulfa Sadili³

Radik Rudiantul Muttakin⁴

Niningtsyas Rahayuningsih⁵

Asep Saepulloh⁶

Universitas Siliwangi

Alamat: Jl. Siliwangi No.24, Kahuripan, Kec. Tawang, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat
(46115).

Korespondensi Penulis: 251002111148@student.unsil.ac.id,
251002111149@student.unsil.ac.id, 251002111150@student.unsil.ac.id,
251002111206@student.unsil.ac.id, niningtyasrahayuningsih@unsil.ac.id,
asepsaepulloh@unsil.ac.id.

Abstract. Contemporary business dynamics necessitate a robust normative framework, yet a persistent dichotomy exists between profit maximization and moral integrity. This research investigates the conceptualization of Islamic business ethics and its pertinence in establishing an equitable economic system oriented toward public welfare (masalah). Employing a qualitative methodology via library research, the study analyzes Al-Qur'an, Hadis, and pertinent scholarly literature. Findings indicate that conventional business ethics prioritize stakeholder interests and distinguish between legality and morality. Conversely, Islamic business ethics synthesizes worldly and spiritual orientations through the *hablum minallah wa hablum minannas* paradigm, framing commercial activities as worship (*tijarah*). Core principles including honesty, justice, and prohibitions against *riba*, *gharar*, and *maysir* function as economic safeguards. Furthermore, *zakat* implementation and monopoly prohibitions (*ihtikar*) serve as wealth

Received January 22, 2026; Revised February 13, 2026; March 11, 2026

*Corresponding author: 251002111148@student.unsil.ac.id

ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI LANDASAN MEWUJUDKAN KEADILAN EKONOMI

redistribution mechanisms to mitigate social disparity. Moreover, the intrinsic relationship between business and ethics in Islam ensures that reputation and integrity constitute sustainable competitive advantages. Ultimately, Islamic business ethics provide a strategic foundation balancing capitalism and socialism, guaranteeing sustainable economic justice and collective welfare. This study offers theoretical and practical contributions to the development of a just Islamic economic system.

Keywords: *Economic Justice, Ibadah, Islamic Business Ethics, Stakeholder, Tijarah.*

Abstrak. Dinamika bisnis kontemporer menuntut kerangka normatif yang kuat, namun dikotomi persisten antara maksimisasi keuntungan dan integritas moral masih terjadi. Penelitian ini menginvestigasi konseptualisasi etika bisnis Islam dan relevansinya dalam membangun sistem ekonomi yang adil berorientasi pada kemaslahatan. Menggunakan metode kualitatif melalui studi pustaka, kajian ini menganalisis Al-Qur'an, Hadis, serta literatur ilmiah terkait. Temuan menunjukkan bahwa etika bisnis konvensional memprioritaskan kepentingan pemangku kepentingan, sedangkan etika bisnis Islam mensintesis orientasi duniawi dan spiritual melalui paradigma *hablum minallah wa hablum minannas*. Prinsip inti seperti kejujuran, keadilan, serta larangan *riba*, *gharar*, dan *maysir* berfungsi sebagai mekanisme proteksi ekonomi. Selain itu, implementasi zakat dan pelarangan monopoli (*ihtikar*) menjadi instrumen redistribusi kekayaan untuk mengurangi kesenjangan sosial. Selanjutnya, hubungan intrinsik antara bisnis dan etika dalam Islam memastikan reputasi dan integritas menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Pada akhirnya, etika bisnis Islam menawarkan landasan strategis yang menyeimbangkan kapitalisme dan sosialisme, menjamin keadilan ekonomi berkelanjutan dan kesejahteraan kolektif. Kajian ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan ekonomi syariah yang berkeadilan.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Ibadah, Keadilan Ekonomi, Stakeholder, Tijarah.

LATAR BELAKANG

Aktivitas bisnis kontemporer menghadapi krisis kepercayaan akibat maraknya praktik tidak etis yang merugikan masyarakat luas. Etika bisnis hadir sebagai disiplin ilmu yang esensial untuk meningkatkan kualitas praktik bisnis yang saat ini masih diwarnai oleh berbagai tindakan bermasalah, termasuk tindakan yang merugikan pihak

lain (business tort) (Fauroni, 2003). Secara mendasar, etika bisnis dipahami sebagai kumpulan prinsip yang membedakan antara perilaku yang baik dan buruk, serta menjadi panduan normatif bagi pelaku usaha untuk menciptakan lingkungan bisnis yang aman dan kondusif (Surdayono, 2015). Tanpa adanya landasan etika yang kuat, interaksi bisnis berisiko tinggi terhadap praktik negatif seperti penipuan, manipulasi pasar, hingga kerusakan lingkungan yang mengabaikan kesejahteraan para pemangku kepentingan (stakeholder) (Nawatmi, 2010). Meskipun kesadaran akan etika bisnis telah tumbuh, realitas di lapangan menunjukkan adanya jurang pemisah antara teori dan praktik, khususnya dalam sistem ekonomi konvensional.

Dalam pandangan konvensional, bisnis sering kali dipandang semata-mata sebagai upaya memaksimalkan keuntungan finansial, sehingga sering dikaitkan dengan kompetisi yang mengutamakan kemenangan di atas segalanya. Hal ini melahirkan persepsi bahwa bisnis bersifat materialistik dan bertentangan dengan nilai spiritual, sehingga hubungan antara bisnis dan etika sering dianggap negatif atau bahkan kontraproduktif (Withers dalam Keraf). Legalitas suatu tindakan belum tentu mencerminkan moralitas yang baik, sebuah kegiatan yang sah secara hukum belum tentu dapat diterima secara etis (Frederik, 2012). Kondisi ini menegaskan bahwa bisnis tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai kemanusiaan dan moralitas, mengingat bisnis dilaksanakan dalam konteks interaksi antarmanusia yang membutuhkan pedoman etis sebagai landasan pengambilan keputusan (Frederik, 2012).

Sebagai ajaran yang menyeluruh, Islam memberikan arahan bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk dalam ranah ekonomi, dengan tujuan mencapai falaah (kesejahteraan dan keselamatan) di dunia maupun akhirat (Huda, 2016). Dalam perspektif Islam, bisnis tidak sekadar urusan duniawi, melainkan dapat menjadi bagian integral dari investasi akhirat jika diniatkan sebagai ibadah. Hal ini menuntut adanya keseimbangan antara kesatuan, keseimbangan, kebebasan, dan tanggung jawab, yang menjadi ciri khas etika bisnis Islam (Rivai dan Buchari, 2013). Paradigma menolak pandangan bahwa segala cara halal boleh digunakan demi keuntungan, dan sebaliknya menekankan bahwa bisnis harus berlandaskan pada nilai-nilai rohaniyah serta kaidah moral yang berlandaskan keimanan (Marzuqi dan Latif, 2010). Inti dari etika bisnis Islam yaitu terwujudnya keadilan ekonomi (al-'adalah al-iqtishadiyah) yang merata untuk seluruh lapisan masyarakat. Prinsip-prinsip seperti larangan riba, gharar, dan maysir berfungsi sebagai mekanisme

ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI LANDASAN MEWUJUDKAN KEADILAN EKONOMI

proteksi terhadap praktik ekonomi eksploitatif (Mufraini, 2012). Selain itu, kewajiban zakat, infak, dan sedekah menjadi instrumen redistribusi kekayaan yang vital untuk mengurangi kesenjangan sosial, sementara larangan ihtikar dan monopoli melindungi konsumen dari distorsi harga (Mardani, 2014).

Keadilan dalam Islam bukan sekadar kesetaraan, melainkan memberikan hak kepada yang berhak, dengan mekanisme yang dirancang untuk mencegah penumpukan kekayaan pada segelintir orang (Kadir, 2013). Solidaritas dan kerja sama dalam etika bisnis Islam diharapkan dapat menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif (Iqbal dan Mirakhor, 2015). Walaupun landasan konseptualnya telah mapan, penerapan etika bisnis Islam dalam praktik nyata masih menemui kendala. Terdapat kesenjangan antara doktrin Islam dengan praktik bisnis konvensional yang cenderung berorientasi pada profitabilitas sesaat (Afifah et al., 2021). Praktik konvensional sering kali mengabaikan eksternalitas negatif terhadap masyarakat dan ekosistem demi percepatan perolehan laba. Sebaliknya, paradigma Islam mengedepankan implikasi sosial dan lingkungan dari setiap keputusan agar menghindari praktik yang merugikan masyarakat, seperti eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian kekayaan (Hamizar, 2023). Tantangan ini diperparah oleh kurangnya integrasi nilai-nilai syariah dalam kurikulum pendidikan bisnis dan belum optimalnya dukungan kebijakan bagi perusahaan yang menerapkan standar etika tinggi.

Selain itu, urgensi etika bisnis Islam semakin relevan seiring dengan tren global *Environmental, Social, and Governance* (ESG). Prinsip ekonomi yang mengandalkan kepercayaan dan kejujuran sejalan dengan tuntutan pasar modern yang semakin sadar akan dampak etis dari keputusan investasi. Penerapan etika bisnis Islam dalam tata kelola perusahaan dapat menjadi solusi krisis kepercayaan dalam sektor keuangan modern, di mana mekanisme zakat dan infak yang terintegrasi dalam laporan keuangan dapat menjadi indikator transparansi dan tanggung jawab sosial yang jelas (Fauzia, 2014). Oleh karena itu, penguatan posisi etika bisnis Islam sebagai model ekonomi yang adil dan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata menjadi sangat mendesak. Diperlukan dukungan menyeluruh dari berbagai pihak, mulai dari perubahan kurikulum pendidikan, insentif bagi perusahaan beretika, hingga kolaborasi antara akademisi, praktisi, dan ulama untuk mengembangkan panduan praktis yang sesuai dengan perkembangan pasar. Berdasarkan urgensi tersebut, kajian mendalam mengenai etika bisnis Islam terhadap

keadilan ekonomi menjadi penting untuk dilakukan guna menjawab tantangan implementasi dan relevansinya di era kontemporer.

KAJIAN TEORITIS

Secara epistemologis, etika bisnis Islam didefinisikan sebagai sistem nilai yang bersandar pada sumber otoritatif syariat guna mengonstruksi aktivitas ekonomi dalam koridor syariah. Landasan ontologisnya mencakup tauhid, integritas, amanah, dan keadilan, dengan eksklusi terhadap praktik riba, ketidakpastian (*gharar*), dan spekulasi (*maysir*). Paradigma ini menggeser orientasi teleologis ekonomi dari sekadar akumulasi modal menuju pencapaian kemaslahatan universal yang menyeimbangkan dimensi vertikal dan horizontal. Mekanisme keadilan ekonomi diimplementasikan melalui distribusi kekayaan yang proporsional dan perlindungan aset (*ḥifẓ al-māl*) sesuai *maqāṣid al-syarī'ah*, didukung oleh instrumen fiskal seperti zakat dan regulasi anti-monopoli. Secara fundamental, etika bisnis Islam menegaskan bahwa dimensi moral dan komersial bersifat inheren, membentuk sistem ekonomi yang berkeadilan dan berorientasi pada kesejahteraan holistik.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Pendekatan yang digunakan bersifat deskriptif-analitis, yaitu dengan mengkaji dan menganalisis konsep etika bisnis islam berdasarkan sumber-sumber primer seperti Al-Quran, Hadis, serta pemikiran tokoh-tokoh ekonomi islam klasik dan kontemporer, serta sumber sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, dan artikel akademik yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) untuk memahami prinsip-prinsip etika bisnis islam dan relevansinya dalam mewujudkan keadilan ekonomi. Hasil analisis selanjutnya disusun secara sistematis untuk menjelaskan hubungan konseptual antara etika bisnis islam dan implementasinya dalam sistem ekonomi yang berkeadilan.

ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI LANDASAN MEWUJUDKAN KEADILAN EKONOMI

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Etika Bisnis dalam Perspektif Umum

Etika bisnis merupakan suatu disiplin ilmu yang diperlukan oleh berbagai kalangan, meskipun demikian masih menghadapi tantangan dari aspek metodologis. Disiplin ilmu ini berperan penting dalam upaya meningkatkan kualitas dunia bisnis yang saat ini dipenuhi oleh berbagai praktik tidak etis, meliputi tindakan (*business tort*) (Fauroni, 2003). Berdasarkan pendapat Saifullah (2011), etika bisnis dapat diartikan sebagai himpunan prinsip-prinsip etika yang menjadi pembeda antara tindakan yang baik dan buruk, yang seharusnya dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan, serta prinsip-prinsip umum yang menjadi dasar bagi seseorang untuk mengaplikasikannya dalam ranah bisnis.

Dalam pandangan Marzuqi dan Latif (2010), etika bisnis merupakan seperangkat prinsip dan norma yang wajib dipatuhi oleh pelaku bisnis dalam melaksanakan transaksi, bertingkah laku, dan membangun hubungan dengan pihak lain demi mencapai tujuan bisnis secara aman dan terkendali. Berdasarkan paparan tersebut, etika bisnis dapat diartikan sebagai pedoman perilaku yang memiliki kaitan yang sangat kuat dengan norma-norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku dalam masyarakat, yang bertujuan untuk menciptakan rasa aman dan nyaman bagi para pihak yang menjalankan aktivitas bisnis (Surdayono, 2015).

Etika bisnis memberikan petunjuk kepada pengusaha untuk selalu mengutamakan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam menjalankan kegiatan usaha. Pemangku kepentingan terbagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok internal yang terdiri dari pemilik perusahaan, manajemen, dan karyawan, serta kelompok eksternal yang meliputi investor, konsumen, masyarakat umum, dan distributor. Dengan memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan, diharapkan interaksi bisnis dapat terhindarkan dari tindakan-tindakan negatif seperti kerusakan lingkungan, penipuan, promosi yang menyesatkan, dan pemecatan karyawan secara tidak etis. Etika bisnis juga memberikan kontribusi positif terhadap citra perusahaan melalui program pelatihan etika bagi karyawan, yang menghasilkan dampak berupa penurunan biaya operasional, berkurangnya pelanggaran, dan terhindarnya kerusakan terhadap reputasi perusahaan (Nawatmi, 2010).

Terdapat beberapa alasan yang mendasari pentingnya etika dalam bisnis: pertama, bisnis tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial, melainkan juga perlu memperhatikan nilai-nilai kemanusiaan. Kedua, bisnis dilaksanakan dalam konteks interaksi antarmanusia, sehingga dibutuhkan pedoman etis sebagai landasan pengambilan keputusan dan tindakan. Ketiga, dalam iklim persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku usaha yang mengindahkan norma-norma etis justru akan memperoleh keunggulan kompetitif. Keempat, terdapat perbedaan antara legalitas dan moralitas suatu tindakan yang sah secara hukum belum tentu dapat diterima secara etis. Kelima, etika harus dapat dibedakan dari ilmu empiris yang berangkat dari gejala-gejala yang dapat diamati secara berulang. Keenam, kondisi-kondisi khusus yang menjadi pengecualian tidak dapat digunakan sebagai justifikasi bahwa bisnis tidak memerlukan etika. Ketujuh, adanya aksi protes dari berbagai pihak menunjukkan bahwa masyarakat menginginkan bisnis dijalankan dengan baik dan sesuai dengan norma-norma etika (Frederik, 2012).

Etika Bisnis dalam Perspektif Islam

Islam memberikan petunjuk bagi seluruh aktivitas manusia termasuk dalam ranah ekonomi. Tujuan ekonomi Islam tidak terlepas dari tujuan diturunkannya syariat Islam, yaitu untuk mencapai kesejahteraan dan keselamatan baik di dunia maupun di akhirat (Huda, 2016). Islam juga memberikan petunjuk kepada manusia untuk berpartisipasi secara langsung dan bertanggung jawab dalam permasalahan ekonomi melalui pendekatan solidaritas dan kerja sama, yang akan menciptakan dinamika dan pertumbuhan ekonomi (Iqbal dan Mirakhor, 2015).

Dalam paradigma Islam mengenai etika bisnis, fondasi filosofis yang harus dibangun dalam pribadi seorang muslim adalah adanya konsepsi tentang hubungan manusia dengan sesamanya dan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan Tuhannya, yang dalam terminologi agama dikenal dengan istilah *hablum minallah wa hablum minannas*. Setiap muslim yang menjalankan bisnis atau aktivitas lainnya akan merasakan kehadiran “pihak ketiga” (Tuhan) dalam setiap aspek kehidupannya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap muslim dalam menjalankan bisnis. Hal ini disebabkan karena bisnis dalam Islam tidak semata-mata berorientasi pada kepentingan duniawi, melainkan harus memiliki visi akhirat yang jelas. Dengan kerangka

ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI LANDASAN MEWUJUDKAN KEADILAN EKONOMI

berpikir semacam itulah, maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan yang sangat penting dalam ekonomi islam (Marzuqi dan Latif, 2010).

Bisnis dan etika dalam ekonomi islam tidak harus dipandang sebagai dua hal yang saling bertentangan, mengingat bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Dengan kata lain, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan, maka bisnis dengan sendirinya harus selaras dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam islam, pengertian bisnis tidak terbatas pada urusan duniawi saja, melainkan mencakup pula seluruh kegiatan di dunia yang “dibisniskan” (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat (Marzuqi dan Latif, 2010). Islam tidak mempercayai kehidupan yang hanya berorientasi pada akhirat tanpa memikirkan kehidupan duniawi, begitu pula sebaliknya. Dalam menjalankan sebuah usaha (bisnis), keseimbangan antara kedua nilai tersebut senantiasa menjadi pegangan bagi setiap pebisnis muslim yang menginginkan kesuksesan. Paradigma yang menganggap bahwa dalam berbisnis segala cara halal boleh digunakan demi mendapatkan keuntungan harus ditinggalkan jauh-jauh. Sementara itu, bisnis yang berlandaskan etika islam, yang bersumber dari Al-Quran dan Hadis, harus selalu menjadi prioritas utama dalam setiap langkah bisnis (Arifin, 2008).

Para pelaku usaha dituntut untuk memiliki kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika tidak akan dapat menjalankan bisnis dengan baik, sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri. Etika bisnis islam menjunjung tinggi semangat saling percaya, kejujuran, dan keadilan, sedangkan antara pemilik perusahaan dan karyawan berkembang semangat kekeluargaan. (*brotherhood*) (Rivai dan Buchari, 2013). Seorang pengusaha syariah harus memiliki beberapa hal berikut:

1. Memiliki pemahaman terhadap bisnis yang halal dan haram. Seorang pengusaha syariah dituntut untuk mengetahui dengan pasti fakta-fakta (*tahqiqul manath*) terhadap praktik bisnis yang sahih maupun salah, dan harus memahami dasar-dasar nash yang dijadikan hukum (*tahqiqul hukmi*).

2. Selalu berpijak pada nilai-nilai rohaniah. Nilai rohaniah adalah kesadaran setiap manusia akan eksistensinya sebagai ciptaan Allah Swt yang harus selalu berinteraksi dengan-Nya dalam bentuk ketaatan disetiap tarikan nafas hidupnya.
3. Praktik bisnis sesuai syariat yang benar. Dalam hal ini harus terdapat kesesuaian antara aturan syariat islam dan praktik bisnis yang dilakukan, antara apa yang telah dipahami dan diterapkan. Sehingga pertimbangannya tidak semata-mata untung dan rugi secara material, tetapi sangat mempertimbangkan praktik bisnis yang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan syariat islam.
4. Berorientasi pada ibadah kepada Allah Swt. Orientasi ini diperoleh dengan menjalankan bisnis sebagai ladang ibadah dan menjadi pahala di hadapan Allah Swt. Hal tersebut terwujud jika bisnis selalu mendasarkan pada aturannya. (Agustin, 2017).

Kunci etis dan moral bisnis terletak pada pelakunya. Oleh karena itu, Nabi Muhammad saw diutus ke dunia yaitu untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak. Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis islam yang mencakup *husnul khuluq* (akhlak yang baik). Pada derajat ini, Allah akan melapangkan hatinya dan membukakan pintu rezeki bagi yang berakhlak mulia. Akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan bermoral. Salah satunya adalah kejujuran, merupakan elemen pokok dalam mencapai kesuksesan suatu bisnis dimasa yang akan datang terdapat dalam QS. Al-Ahzab ayat 70-71 (Shafrani, 2012).

Berdasarkan hal tersebut, Fauroni (2016) menyatakan bahwa etika bisnis dalam islam merupakan nilai-nilai etika islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari Al-Quran dan Hadits, yang bertumpu pada enam prinsip utama, yakni kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan. Jika etika bisnis kristen protestan telah memberikan semangat kapitalisme, maka etika bisnis islam tidak mengarah kepada kapitalisme maupun sosialisme. Jika kapitalisme menonjolkan sifat individualisme dari manusia dan sosialisme pada kolektivisme, maka islam menekankan empat sifat sekaligus, diantaranya: Kesatuan (*unity*), Keseimbangan (*equilibrium*), Kebebasan (*free will*), dan Tanggung jawab (*responsibility*) (Rivai dan Buchari, 2013).

ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI LANDASAN MEWUJUDKAN KEADILAN EKONOMI

Individu bertanggung jawab atas efek moral dari tindakannya seperti dalam masalah ekonomi, sehingga transformasi dan pertumbuhan spiritual.

Selanjutnya prinsip bisnis dalam Islam atau *permissibility of things*, pada dasarnya segala sesuatu diperbolehkan kecuali hal-hal yang dilarang oleh ajaran Islam (Mufraini, 2012). Kadir menjelaskan bisnis Islam atau *tijarah* diartikan sebagai *at-tasharruf fi rasil mali thalaban lir ribhi* yaitu membelanjakan dengan niat untuk mendapatkan keuntungan (Kadir, 2013). Dalam Al-Quran, kata *tijarah* disebutkan delapan kali dan *tijaratuhum* disebutkan satu kali. Penggunaan kata *tijarah* terdapat dua pemahaman utama, pertama dipahami sebagai perdagangan terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 282: 2, kedua, dipahami sebagai perniagaan. Dalam pengertian umum, perniagaan tidak hanya berkaitan dengan hal-hal yang bersifat material atau kuantitas, tetapi juga ditujukan kepada hal-hal yang bersifat immaterial kualitatif (Zaroni, 2007).

Selain itu, menurut Ika Yunia Fauzia (2014), kata *tijarah* juga mencakup dua makna utama, yaitu perniagaan secara umum dan secara khusus. Perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Ketika seseorang memilih petunjuk dari Allah, mencintai Allah dan Rasul-Nya, berjuang di jalan-Nya dengan harta dan jiwa, membaca kitab Allah, mendirikan shalat, menafkahkan sebagian rezekinya, maka itu merupakan sebaik-baik perniagaan antara manusia dengan Allah. Perniagaan secara khusus yang berarti perdagangan atau jual beli antar manusia. Beberapa ayat yang menerangkan tentang bagaimana bertransaksi yang adil di antara manusia terangkum dalam Al-Baqarah ayat 282, An-Nisa' ayat 29, dan An-Nur ayat 37. Motif dari suatu perniagaan hendaknya untuk beribadah, karena dalam surat An-Nur disebutkan bahwa seseorang ketika sedang bertransaksi hendaklah selalu mengingat Allah, menegakkan shalat, dan membayar zakat. Jadi, perniagaan dalam arti yang khusus pun tidak akan pernah luput dari aktivitas mengingat Allah.

Etika Bisnis Islam terhadap Keadilan Ekonomi

Etika bisnis Islam memiliki implikasi struktural dalam mewujudkan keadilan ekonomi (*al-'adalah al-iqtishadiyah*), yang dipahami sebagai distribusi kekayaan yang merata dan kesempatan yang adil bagi seluruh lapisan masyarakat. Prinsip-prinsip seperti larangan *riba*, *gharar*, dan *maysir* berfungsi sebagai mekanisme proteksi terhadap praktik ekonomi eksploitatif (Mufraini, 2012). Kewajiban zakat, infak, dan sedekah menjadi

instrumen redistribusi kekayaan yang vital untuk mengurangi kesenjangan sosial, sementara larangan *ihtikar* dan monopoli melindungi konsumen dari distorsi harga (Mardani, 2014). Keadilan dalam Islam bukan sekadar kesetaraan, melainkan memberikan hak kepada yang berhak, dengan mekanisme zakat dan pelarangan monopoli yang dirancang untuk mencegah penumpukan kekayaan pada segelintir orang (Kadir, 2013). Solidaritas dan kerja sama dalam etika bisnis Islam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif (Iqbal dan Mirakhor, 2015).

Bisnis dalam Islam tidak terpisah dari etika, karena bisnis yang diniatkan sebagai ibadah harus selaras dengan kaidah moral yang berlandaskan keimanan (Marzuqi dan Latif, 2010). Paradigma Islam menawarkan jalan tengah antara kapitalisme dan sosialisme dengan menekankan kesatuan, keseimbangan, kebebasan, dan tanggung jawab (Rivai dan Buchari, 2013). Dibalik itu, masih terdapat hambatan dalam pengimplementasian etika bisnis dalam Islam. Hambatan utama yaitu disparitas antara doktrin Islam dengan praktik bisnis konvensional yang cenderung berorientasi pada profitabilitas sesaat (Afifah et al., 2021). Praktik konvensional sering kali mengabaikan eksternalitas negatif terhadap masyarakat dan ekosistem demi cepat memperoleh laba. Sebaliknya, paradigma Islam mengedepankan implikasi sosial dan lingkungan dari setiap keputusan agar menghindari praktik yang merugikan masyarakat, seperti eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian kekayaan (Hamizar, 2023).

Hubungan Bisnis dan Etika

Menurut Ika Yunia Fauziah (2022), etika bisnis Islam bukan sekadar aturan eksternal yang membatasi, melainkan nilai intrinsik yang menjadi jiwa dari setiap transaksi ekonomi. Ketika bisnis dijalankan dengan landasan etika Islam, maka setiap keuntungan yang diperoleh bukan hanya menjadi hak individu, tetapi juga memiliki dimensi sosial yang harus dipertanggungjawabkan. Secara historis, bisnis dan etika dipahami sebagai dua hal yang terpisah. Bisnis bersifat impersonal yang sering menerapkan tipu daya (*desepsi*) seperti mengeluarkan pernyataan yang sengaja dibuat secara tidak benar, menyembunyikan fakta-fakta yang berkaitan dengan persoalan bisnis, atau menyatakan sesuatu secara berlebihan untuk meraih kesempatan bisnis atau untuk mengambil posisi yang lebih kuat dalam perundingan bisnis.

ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI LANDASAN MEWUJUDKAN KEADILAN EKONOMI

Berdasarkan citra bisnis tersebut, menurut Withers, bisnis berasaskan pada ketamakan dan keserakahan. Muncul mitos bahwa bisnis bersifat materialistik sehingga bertentangan dengan aspek spiritual dan hal-hal yang dianggap baik dalam hidup. Maka tak heran jika muncul berbagai kesangsian mengenai ide etika dalam bisnis. Bisnis tidak dapat dicampuradukkan dengan moral karena bisnis dianggap tidak memiliki kaitan dengan moral. Penggunaan tolak ukur moralitas untuk menilai bisnis dipandang sebagai sesuatu yang keliru. Jika ada, hubungan antara bisnis dan etika dipandang sebagai hubungan yang negatif di mana kegiatan bisnis merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya dalam situasi persaingan bebas, sedangkan etika bila diterapkan dalam dunia bisnis dianggap kontraproduktif atau akan mengganggu upaya pencapaian tujuan bisnis.

Bisnis tidak dapat dipisahkan dari keuntungan karena bisnis sering digambarkan sebagai *to provide products or services for a profit* (menyediakan produk atau jasa untuk memperoleh keuntungan). Namun demikian, pembahasan mengenai keuntungan bisnis tidak dapat dilepaskan dari etika. Praktik bisnis yang baik, etis, dan adil akan ikut mewujudkan keadilan dalam masyarakat. Sebaliknya, ketidakadilan yang merajalela akan menimbulkan gejolak sosial yang meresahkan para pelaku bisnis (Kadir, 2013). Secara naluri, Praktik manipulasi tidak akan terjadi jika dilandasi moral yang tinggi. Moral dan tingkat kejujuran yang rendah akan menghancurkan tata nilai etika bisnis itu sendiri (Alma, 2006). Pada dasarnya, dalam menjalankan kegiatan bisnis diperlukan etika karena alasan-alasan berikut:

1. Pertama, bisnis tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan, melainkan perlu mempertimbangkan nilai-nilai manusiawi jika tidak, maka akan mengorbankan hidup banyak orang, sehingga masyarakat berkepentingan agar bisnis dilaksanakan secara etis.
2. Kedua, bisnis dilakukan di antara manusia yang satu dengan manusia lainnya, sehingga membutuhkan etika sebagai pedoman dan orientasi bagi keputusan, kegiatan, dan tindak tanduk manusia dalam berhubungan bisnis satu dengan lainnya.
3. Ketiga, bisnis saat ini dilakukan dalam persaingan yang sangat ketat, jadi pelaku bisnis yang bersaing dengan tetap memperhatikan norma-norma etis pada iklim bisnis yang semakin profesional justru akan keluar sebagai pemenang.

4. Keempat, legalitas dan moralitas berkaitan, tetapi berbeda satu sama lain, karena suatu kegiatan yang diterima secara legal belum tentu dapat diterima secara etis. Kelima, etika harus dibedakan dari ilmu empiris, yang berdasarkan pada suatu gejala atau fakta yang berulang terus-menerus dan terjadi di mana-mana akan melahirkan suatu hukum ilmiah yang berlaku universal.
5. Keenam, situasi khusus yang menyebabkan pengecualian terhadap etika tidak dapat dijadikan alasan untuk menilai bahwa bisnis tidak mengenal etika.
6. Ketujuh, aksi protes yang terjadi di mana-mana menunjukkan bahwa masih banyak orang serta kelompok masyarakat yang menghendaki agar bisnis dijalankan secara baik dan mengindahkan norma etika (Frederik, 2012).

Seorang wirausaha hendaknya mengutamakan integritas di atas keuntungan finansial, serta menghindari konflik yang berpotensi merusak relasi bisnis. Penyelesaian sengketa harus mengedepankan toleransi dan solusi yang saling menguntungkan, termasuk pemenuhan klaim yang valid. Tindakan ini penting untuk menjaga reputasi perusahaan, mengingat perilaku tidak etis dapat menghancurkan martabat bisnis. Sebaliknya, reputasi yang terjaga merupakan keunggulan kompetitif strategis yang menjamin keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Alma, 2006).

Relevansi

Saat ini, etika bisnis Islam tidak hanya sekadar aturan yang harus dipatuhi. Prinsip ekonomi yang mengandalkan kepercayaan yang dibangun melalui kejujuran amanah sejalan dengan trend global *Environmental Social and Governance* (ESG). Penerapan etika bisnis Islam dalam tata kelola perusahaan dapat menjadi solusi krisis kepercayaan dalam sektor keuangan modern. Mekanisme zakat dan infak yang terintegrasi dalam laporan keuangan perusahaan syariah dapat menjadi indikator transparansi dan tanggung jawab sosial yang jelas. Oleh karena itu, posisi etika bisnis Islam diperkuat sebagai model ekonomi yang adil dan tidak menjadi satu-satunya tujuan melainkan menjadi bagian dari proses distribusi yang merata.

ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI LANDASAN MEWUJUDKAN KEADILAN EKONOMI

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan, etika bisnis Islam berfungsi sebagai landasan normatif esensial yang menyelaraskan aktivitas ekonomi dengan nilai spiritual guna mewujudkan keadilan dan kesejahteraan sosial. Dalam paradigma Islam, aktivitas komersial dan moralitas saling terkait secara intrinsik yang dimana orientasi profit tidak boleh mengabaikan aspek etika dan tanggung jawab sosial. Zakat, infak, serta prohibisi terhadap gharar, ruba, dan monopoli terbukti efektif dalam mencegah konsentrasi kekayaan yang berlebihan. Di sisi lain nilai-nilai etika juga memperkuat reputasi dan daya saing perusahaan secara berkelanjutan. Dengan begitu, etika bisnis Islam tidak hanya pilihan sampingan, tetapi dapat menjadi kebutuhan mendasar dalam membentuk sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan.

Saran

Disarankan agar prinsip etika bisnis Islam bukan sebatas pada ranah teoritis, melainkan dapat diimplementasikan dalam operasional bisnis sehari-hari dan dimasukkan juga dalam materi pembelajaran pendidikan. Selain itu, intervensi kebijakan dari otoritas terkait juga diperlukan untuk menyediakan insentif bagi korporasi yang menerapkan standar etika yang tinggi. Terakhir adanya kerja sama yang terpadu antara akademisi, praktisi, dan para ulama.

DAFTAR REFERENSI

- Agustin, H. (2017). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alma, B. (2006). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arifin, M. (2008). *Etika Bisnis Islami*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Buchari, V. R. (2013). *Etika Bisnis Implementasi untuk Bisnis* . Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Faderik, R. (2012). *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial*. Jakarta: Indeks.
- Fauroni, L. (2003). *Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Fauroni, L. (2006). *Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Fauzia, Y. (cet. 4 2022). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Kencana.
- Hafizah, S. (2012). *Etika Bisnos Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hamizar, A. (2023). Pengaruh Faktor Sosial dan Etika dalam Perilaku Pengambilan keputusan Investasi: Studi kasus pada Investasi Keuangan Syariah. *Eksy*, -.
- Huda, N. (2016). *Ekonomi Islam Kontemporer*. Jakarta: Raja Grrafindo Persada.
- Kadir, A. (2013). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Latif, M. M. (2010). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UII Press.
- Mardani. (2014). *Hukum Bisnis Islam*. Jarkarta: Raja Grafindo Persada.
- Mirakhor, Z. I. (2015). *Pengantar Ekonomi Islam Perspektik Islam tentang Urusan Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Mufraini, A. M. (2012). *Akuntansi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- N. Afifah, S. W. (2021). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility dan Rpeutasi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, jilid 5, no. 3.
- Nawatmi, S. (2010). *Etika Bisnis dan Implementasinya*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Saifullah, M. (2011). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Pustaka Al-kautsar.
- Shafrani, H. (2012). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Subandi, B. (2000). *Ekonomi Islam* . Bandung: Pustaka Setia.
- Sudaryono. (2015). *Etika Bisnis*. Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Zaroni, N. A. (2007). *Tijarah Konsep Petradean dalam Al-Quran*. Jakarta: Pustaka Firdaus.