



The Concept of Business Ethics in Islamic Perspective

Konsep Etika Bisnis dalam Perspektif Islam

Maman Wahyudi

Universitas Islam Negeri Mataram

Correspondence: mamanwahyudi53@gmail.com

ABSTRACT

Ethics is the foundation of human civilization that permeates all aspects of our lives, influencing behavior, decisions, and interactions. In the context of business, business ethics encompass the application of moral principles in all business activities, such as management, marketing, finance, and operations. Business ethics help identify and address complex moral dilemmas in the global business world. Islamic business ethics, rooted in the moral principles of the Quran and Sunnah, emphasize justice, honesty, trust, and social responsibility. It prohibits practices such as *riba*, *gharar*, and *maysir*, and encourages business practices like *mudharabah*, *musharakah*, and *murabahah* that are in accordance with Sharia principles. By applying Islamic business ethics, companies can build harmonious relationships with all stakeholders while making a positive contribution to society and the environment.

Keywords: *Ethics; Business Ethics; Islamic Business Ethics; Trust; Sharia Business Management*

ABSTRAK

Etika adalah landasan peradaban manusia yang meresap dalam semua aspek kehidupan kita, mempengaruhi perilaku, keputusan, dan interaksi. Dalam konteks bisnis, etika bisnis mencakup penerapan prinsip-prinsip moral dalam semua aktivitas bisnis, seperti pengelolaan, pemasaran, keuangan, dan operasi. Etika bisnis membantu mengidentifikasi dan menangani dilema moral yang kompleks di dunia bisnis global. Etika bisnis Islam, berakar pada prinsip-prinsip moral dari ajaran Al-Quran dan Sunnah, menekankan keadilan, kejujuran, kepercayaan, dan tanggung jawab sosial. Ini melarang praktik-praktik seperti *riba*, *gharar*, dan *maysir*, serta mendorong praktik bisnis seperti *mudharabah*, *musharakah*, dan *murabahah* yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Dengan menerapkan etika bisnis Islam, perusahaan dapat membangun hubungan yang harmonis dengan semua pemangku kepentingan, sambil memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Kata Kunci : *Etika; Etika Bisnis; Etika Bisnis Islam; Kepercayaan; Manajemen Bisnis Syariah*

Received: 23 Nove 2024; **Revised:** 29 Dese 2024; **Accepted:** 29 Dese 2024; **Available Online:** 31 Dese 2024

This is an open access article under the [CC-BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji konsep etika bisnis dalam perspektif Islam dengan menyoroti relevansi dan penerapannya di era modern. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial, serta bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diterapkan dalam praktik bisnis kontemporer. Melalui analisis literatur, penelitian ini mengidentifikasi bahwa etika bisnis Islam telah banyak dibahas dalam berbagai studi sebelumnya, yang umumnya menekankan pentingnya nilai-nilai syariah dalam menciptakan kepercayaan dan keberlanjutan dalam bisnis. Namun, banyak penelitian cenderung berfokus pada teori tanpa mengeksplorasi penerapan praktisnya di tengah tantangan globalisasi dan digitalisasi.

Penelitian ini menawarkan pembaruan dengan mengintegrasikan konsep etika bisnis Islam ke dalam konteks bisnis digital dan era industri 4.0, yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya. Fokus

utama penelitian ini adalah pada bagaimana prinsip-prinsip seperti *masalah* (kemaslahatan), *amanah* (kepercayaan), dan *ikhlas* (kebaikan) dapat diaplikasikan dalam ekosistem bisnis digital, seperti e-commerce, fintech syariah, dan platform berbasis teknologi lainnya. Pendekatan ini membedakan penelitian ini dengan studi terdahulu yang cenderung bersifat normatif, karena penelitian ini tidak hanya menganalisis teori tetapi juga menawarkan strategi praktis untuk mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam lanskap bisnis yang semakin kompleks dan dinamis. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan literatur serta praktik bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam di era modern.

Etika, berasal dari kata Yunani "ethos" yang berarti karakter atau kebiasaan, mencakup seperangkat prinsip, nilai, dan norma yang memandu perilaku manusia. Ini melibatkan membedakan antara benar dan salah, baik dan buruk, serta membuat keputusan dan tindakan yang secara moral tepat dan dapat dipertanggungjawabkan. Pada intinya, etika mencerminkan keyakinan dan standar kolektif suatu masyarakat, berkembang seiring waktu sebagai tanggapan terhadap pengaruh budaya, agama, filosofi, dan hukum (James & Gilad., 2024).

Etika secara inheren bersifat subjektif, dipengaruhi oleh perspektif individu, latar belakang budaya, dan konteks sosial. Namun, beberapa prinsip fundamental seperti kejujuran, integritas, keadilan, dan rasa hormat terhadap orang lain menjadi tiang perilaku etis di berbagai budaya dan peradaban. Prinsip-prinsip ini memberikan kerangka kerja bagi individu untuk menavigasi dilema moral dan membuat keputusan etis dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk hubungan pribadi, usaha profesional, dan keterlibatan social (Membea', 2023).

Etika memenuhi beberapa fungsi penting dalam masyarakat manusia, berperan sebagai kekuatan pemandu perilaku individu, memperkuat kepercayaan dan kerjasama di antara anggota masyarakat, dan mempromosikan kebaikan bersama. Pada tingkat personal, etika memberikan individu dengan rasa identitas moral dan integritas, membimbing mereka dalam membuat pilihan yang sejalan dengan nilai dan prinsip mereka

Dalam skala yang lebih luas, etika merupakan pondasi kohesi dan stabilitas sosial dengan menetapkan norma-norma perilaku yang mengatur interaksi antara individu dan kelompok. Dengan mematuhi standar etika, individu dan organisasi membangun kepercayaan dan kredibilitas, memfasilitasi kerjasama, kolaborasi, dan saling hormat dalam berbagai bidang aktivitas manusia (Maksudin, 2022).

Lebih lanjut, etika berfungsi sebagai mekanisme untuk menyelesaikan konflik dan mengatasi ketidakadilan, menyediakan kerangka kerja untuk penalaran etis dan pengambilan keputusan dalam situasi kompleks dimana kepentingan dan nilai-nilai yang bersaing ada di dalamnya. Melalui pembahasan dan dialog etis, masyarakat berusaha untuk menyatukan sudut pandang yang berbeda dan mencapai konsensus tentang standar perilaku yang dapat diterima. Dalam konteks bisnis, etika mengacu pada penerapan prinsip-prinsip dan nilai-nilai etis dalam perilaku organisasi, mencakup berbagai isu seperti tata kelola perusahaan, hubungan karyawan, keberlanjutan lingkungan, perlindungan konsumen, dan tanggung jawab sosial. Etika bisnis berupaya untuk menyeimbangkan tujuan ekonomi dengan pertimbangan moral, memastikan bahwa organisasi beroperasi secara etis dan bertanggung jawab dalam kerangka kerja sosial yang lebih luas (James & Gilad., 2024).

Etika bisnis perusahaan memperluas prinsip-prinsip etika bisnis ke tingkat organisasi, mencakup nilai-nilai, kebijakan, dan praktik yang diadopsi oleh perusahaan dalam operasi dan interaksinya dengan pemangku kepentingan. Etika bisnis perusahaan melibatkan promosi integritas, transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam semua aspek tata kelola perusahaan dan pengambilan keputusan, sambil juga memperhatikan kepentingan dan kesejahteraan karyawan, pelanggan, pemegang saham, dan masyarakat luas. Dalam Islam, etika menduduki posisi sentral dalam membimbing perilaku individu dan hubungan sosial, dengan prinsip-prinsip yang berasal dari Al-Quran, Hadits (ucapan dan tindakan Nabi Muhammad), dan interpretasi ilmiah dari yurisprudensi Islam. Etika bisnis Islam menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, kebaikan, dan perilaku etis dalam transaksi komersial dan aktivitas ekonomi (Maksudin, 2022).

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian studi literatur (Miles & Saladana, 2014) mengartikan studi literatur sebagai penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah berbagai kajian kepustakaan yang diperlukan dalam penelitian. Tujuan penggunaan metode studi literatur dalam penelitian

ini adalah sebagai langkah awal dalam perencanaan pada penelitian dengan memanfaatkan kepustakaan untuk memperoleh data dilapangan tanpa perlu terjun secara langsung.

Sumber data yang menjadi referensi dalam penelitian ini adalah sumber pustaka yang relevan sebagai sumber data primer (data hasil penelitian, laporan penelitian, jurnal ilmiah, dan sebagainya), dan sumber data sekunder (peraturan dasar hukum pemerintah, buku, dll). Setelah mendapatkan sumber data sebagai referensi, maka dilanjutkan dengan analisis data kajian pustaka yang dilakukan menggunakan analisis isi (*content analysis*). Analisis isi adalah dimana peneliti mengupas suatu teks dengan objektif untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi apa adanya, tanpa campur tangan peneliti. Dalam hal ini peneliti akan melakukan pembahasan secara mendalam terhadap isu konsep etika bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Etika

Kata "etika" berasal dari kata Yunani kuno "ethos", yang dapat diterjemahkan sebagai "karakter" atau "adat istiadat". Konsep ini awalnya digunakan oleh filsuf Yunani kuno untuk menggambarkan bagaimana seseorang harus hidup agar sesuai dengan norma dan nilai-nilai yang dianggap benar oleh masyarakatnya (Hermawan, 2018a). Secara umum, etika merujuk pada studi dan refleksi mengenai prinsip-prinsip moral yang mengatur perilaku manusia dalam berbagai konteks kehidupan, mulai dari interaksi pribadi hingga keputusan publik dan tindakan kolektif. Ini melibatkan pertimbangan tentang apa yang dianggap benar atau salah, adil atau tidak adil, serta baik atau buruk berdasarkan standar moral dan nilai-nilai yang dianut oleh individu atau masyarakat tertentu. Dalam prakteknya, etika membantu individu dan kelompok dalam mengembangkan kerangka kerja moral yang memandu tindakan dan keputusan mereka. Ini melibatkan pemikiran kritis tentang konsekuensi dari tindakan, pertimbangan terhadap prinsip-prinsip dasar seperti keadilan, kebenaran, dan kebaikan, serta refleksi tentang hak dan kewajiban yang relevan dalam situasi yang dihadapi.

Etika juga berkaitan erat dengan pembentukan karakter dan kepribadian seseorang, karena melalui proses belajar dan pengalaman, individu mengembangkan kesadaran moral, empati, dan rasa tanggung jawab terhadap diri sendiri dan orang lain. Hal ini memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan dunia di sekitar mereka dengan cara yang menghormati nilai-nilai universal dan mempromosikan kesejahteraan bersama. Dengan demikian, etika berfungsi sebagai fondasi yang memungkinkan kehidupan sosial yang harmonis dan kooperatif, di mana individu dan kelompok dapat bekerja sama dalam membangun masyarakat yang adil, beradab, dan berkelanjutan (Membea', 2023).

Etika adalah studi tentang apa yang dianggap benar atau salah, baik atau buruk, dalam perilaku dan tindakan manusia. Ini melibatkan pertimbangan tentang nilai-nilai, prinsip, dan norma yang mengatur perilaku individu dan kelompok dalam berbagai situasi dan konteks. Etika membantu kita memahami bagaimana kita seharusnya berperilaku dan membuat keputusan yang bertanggung jawab dan adil. Dalam konteks yang lebih luas, etika mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk etika pribadi, etika profesional, dan etika sosial. Etika pribadi berkaitan dengan nilai-nilai dan prinsip yang mengatur tindakan individu dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan etika profesional berkaitan dengan kode etik dan standar yang harus diikuti oleh individu dalam profesi tertentu. Etika sosial, di sisi lain, berkaitan dengan norma dan nilai-nilai yang diakui dan dihormati oleh masyarakat dalam interaksi sosial dan hubungan antar manusia (Hermawan, 2018).

Dalam praktiknya, etika memberikan kerangka kerja moral yang membantu individu dan organisasi dalam mengambil keputusan dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai yang diakui sebagai benar dan adil. Ini melibatkan pertimbangan tentang konsekuensi dari tindakan kita, prinsip yang mendasarinya, serta hak dan kewajiban yang relevan dengan situasi yang dihadapi. Prinsip-prinsip dasar etika merupakan pedoman moral yang mengatur perilaku dan tindakan manusia dalam berbagai situasi dan konteks. Meskipun ada berbagai pendekatan dan teori etika yang berbeda, ada beberapa prinsip dasar yang umumnya diakui dan dianut oleh banyak tradisi etika dan filosofi. Adapun prinsip dasar etika yakni, Pertama, Keadilan (*Justice*) merupakan Prinsip keadilan menekankan pentingnya memberikan hak dan kewajiban yang sama kepada semua individu tanpa diskriminasi berdasarkan ras, jenis kelamin, agama, atau status sosial. Ini melibatkan perlakuan yang adil dan setara terhadap semua orang. Kedua, Kebenaran (*Truthfulness*) yaitu Prinsip kebenaran mendorong individu untuk berbicara dengan jujur dan mengatakan yang benar tanpa menyembunyikan fakta atau menyajikan informasi yang menyesatkan. Kejujuran adalah dasar dari integritas dan kepercayaan. Ketiga, Kebaikan (*Beneficence*) merupakan

Prinsip kebaikan mengajak individu untuk bertindak demi kebaikan dan kesejahteraan orang lain, berusaha untuk memberikan manfaat dan menghindari menimbulkan kerugian atau penderitaan.

Keempat, Non-malefikasi (*Do No Harm*): Prinsip non-malefikasi menyatakan bahwa individu harus berupaya untuk tidak menyebabkan kerugian atau penderitaan kepada orang lain. Ini melibatkan menghindari tindakan yang dapat menimbulkan bahaya atau cedera. Kelima, Otonomi (*Autonomy*): Prinsip otonomi menghormati hak setiap individu untuk membuat keputusan sendiri berdasarkan pemahaman dan keinginan mereka sendiri. Ini melibatkan pengakuan terhadap otonomi dan kebebasan individu dalam menjalani kehidupan mereka. Keenam, Integritas (*Integrity*): Prinsip integritas menekankan pentingnya konsistensi antara nilai-nilai yang dianut dan tindakan yang dilakukan. Ini melibatkan keselarasan antara kata-kata dan tindakan, serta menjaga keseluruhan kejujuran dan keberanian moral. Ketujuh, Tanggung Jawab (*Responsibility*): Prinsip tanggung jawab mengajak individu untuk mengakui dan memenuhi kewajiban mereka terhadap diri sendiri, orang lain, dan masyarakat secara keseluruhan. Ini melibatkan kesadaran akan dampak dari tindakan individu dan kewajiban untuk bertindak dengan cara yang bertanggung jawab.

Etika Bisnis

Etika bisnis adalah cabang dari etika yang berkaitan dengan prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang mengatur perilaku dan tindakan dalam konteks bisnis dan organisasi. Ini melibatkan pertimbangan tentang apa yang dianggap benar atau salah, adil atau tidak adil, serta etis atau tidak etis dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari manajemen dan pemasaran hingga keuangan dan operasi. Etika bisnis membantu mengidentifikasi dan menavigasi dilema moral yang kompleks yang sering dihadapi oleh perusahaan dan individu dalam dunia bisnis yang global dan kompleks (Yusuf & Edi Setiadi, 2023). Ada beberapa prinsip dasar yang menjadi landasan etika bisnis, yang mencerminkan nilai-nilai universal dan standar moral yang diakui secara luas. Beberapa prinsip ini meliputi Keadilan dengan perlakuan yang adil dan setara terhadap semua pihak yang terlibat dalam bisnis, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, dan pemegang saham. Kemudian Integritas yang selaras antara kata-kata dan tindakan, serta menjaga kejujuran, transparansi, dan kepercayaan dalam semua interaksi bisnis. Lalu Tanggung Jawab dengan Kesadaran akan dampak dari tindakan bisnis dan kewajiban untuk bertindak secara bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Serta Hak dan Keadilan yakni Pengakuan dan penghormatan terhadap hak individu, termasuk hak konsumen, hak pekerja, dan hak pemegang saham, serta menghindari diskriminasi dan eksploitasi.

Prinsip-prinsip ini membentuk dasar dari kode etik dan kebijakan bisnis yang dirancang untuk memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang etis dan bertanggung jawab. Dalam praktiknya, implementasi etika bisnis sering kali menghadapi tantangan dan dilema yang kompleks, terutama dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan sering kali berubah-ubah. Beberapa tantangan ini meliputi: (a) Konflik Kepentingan: Situasi di mana kepentingan individu atau kelompok bertentangan dengan kepentingan organisasi atau stakeholders lainnya; (b) Tantangan Globalisasi: Menavigasi perbedaan budaya, hukum, dan norma etika dalam operasi bisnis global yang melibatkan berbagai pasar dan masyarakat; (c) Teknologi dan Privasi: Menghadapi isu-isu etika yang berkaitan dengan penggunaan teknologi, privasi data, dan keamanan informasi dalam era digital; dan (d) Isu Lingkungan: Mengelola dampak bisnis terhadap lingkungan dan masyarakat, serta mempromosikan praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.

Etika bisnis bukan hanya tentang mematuhi hukum dan regulasi, tetapi juga tentang membangun hubungan yang kuat dengan semua stakeholders, menciptakan nilai jangka panjang, dan mempromosikan keberlanjutan bisnis. Secara keseluruhan, etika bisnis merupakan komponen integral dari strategi bisnis yang berhasil dan berkelanjutan. Dengan memprioritaskan prinsip-prinsip etika dalam semua aspek operasi dan pengambilan keputusan, perusahaan dapat menciptakan nilai jangka panjang, membangun reputasi yang kuat, dan berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan di mana mereka beroperasi (Weru, 2019).

Fungsi Etika Bisnis

Etika bisnis memiliki berbagai fungsi penting dalam operasi dan manajemen perusahaan, yang mencerminkan kebutuhan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai ke dalam keputusan dan tindakan bisnis. Berikut adalah beberapa fungsi utama dari etika bisnis (Weru, 2019): 1) Mengarahkan Perilaku dan Keputusan, etika bisnis membantu mengarahkan perilaku dan keputusan yang diambil oleh individu dan organisasi dalam berbagai situasi bisnis. Ini memberikan kerangka kerja moral yang membantu

mengidentifikasi apa yang dianggap benar atau salah, adil atau tidak adil, serta etis atau tidak etis dalam tindakan dan keputusan bisnis; 2) Membangun Kepercayaan dan Reputasi, etika bisnis memainkan peran krusial dalam membangun dan memelihara kepercayaan dengan stakeholders, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, dan pemegang saham. Perusahaan yang beroperasi dengan integritas dan transparansi cenderung memperoleh reputasi yang baik dan dihormati dalam industri dan masyarakat; 3) Mengelola Risiko dan Kepatuhan, penerapan etika bisnis membantu perusahaan mengidentifikasi, memahami, dan mengelola risiko etika dan hukum yang mungkin dihadapi. Ini melibatkan memastikan bahwa perusahaan mematuhi semua regulasi dan standar industri yang relevan, serta menghindari sanksi, denda, dan kerugian reputasi yang dapat timbul dari pelanggaran etika atau hukum; 4) Meningkatkan Hubungan dengan Stakeholders, etika bisnis mempromosikan hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan semua stakeholders. Dengan memprioritaskan keadilan, integritas, dan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat; 5) Mendorong Pertumbuhan Berkelanjutan, etika bisnis mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan berkelanjutan dengan mempromosikan praktik bisnis yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat. Ini melibatkan mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan bisnis terhadap keberlanjutan lingkungan, kesejahteraan sosial, dan pertumbuhan ekonomi jangka panjang; 6) Meningkatkan Kepuasan dan Retensi Karyawan, etika bisnis yang kuat dapat meningkatkan kepuasan dan retensi karyawan dengan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, adil, dan etis. Karyawan yang merasa dihargai dan didukung dalam prinsip-prinsip etika perusahaan cenderung lebih terlibat, produktif, dan setia terhadap organisasi; dan 7) Membentuk Budaya Organisasi, etika bisnis membantu membentuk budaya organisasi yang menghargai integritas, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Ini menciptakan lingkungan dimana nilai-nilai etika dihormati dan dipraktikkan oleh semua anggota organisasi, dari pimpinan hingga karyawan tingkat bawah.

Secara keseluruhan, etika bisnis merupakan komponen krusial dari keberhasilan dan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Dengan memprioritaskan prinsip-prinsip etika dalam semua aspek operasi dan interaksi, perusahaan dapat menciptakan nilai jangka panjang, membangun reputasi yang kuat, dan berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan di mana mereka beroperasi.

Kelemahan Etika Bisnis Sekuler

Meskipun etika bisnis sekuler telah menjadi kerangka kerja yang umum digunakan dalam dunia bisnis modern, pendekatan ini juga memiliki beberapa kelemahan dan kritik yang perlu dipertimbangkan. Berikut adalah beberapa kelemahan utama dari etika bisnis sekuler: 1) Relativitas Nilai, salah satu kritik terhadap etika bisnis sekuler adalah relativitas nilai-nilai yang digunakan sebagai dasar moral. Tanpa fondasi moral yang tetap dan universal, etika bisnis sekuler cenderung bergantung pada norma sosial dan budaya yang berubah-ubah, yang dapat menyebabkan interpretasi yang bervariasi tentang apa yang dianggap etis dalam konteks yang berbeda; 2) Fokus pada Keuntungan, etika bisnis sekuler sering kali dituduh terlalu fokus pada pencapaian keuntungan dan pertumbuhan ekonomi, tanpa mempertimbangkan dampak sosial, lingkungan, atau kesejahteraan umum. Pendekatan ini dapat mengabaikan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan keberlanjutan, yang menjadi perhatian penting dalam era bisnis yang berkelanjutan; 3) Kurangnya Landasan Moral yang Kuat, tanpa dasar moral atau teologis yang kuat, etika bisnis sekuler mungkin kurang mampu mengatasi dilema moral yang kompleks dan menantang, seperti konflik kepentingan, korupsi, atau eksploitasi. Ini dapat menghasilkan keputusan yang didasarkan pada kalkulasi utilitarian atau prinsip-prinsip pragmatis, yang mungkin tidak selalu mencerminkan keadilan atau integritas moral; 4) Risiko Kompromi Etika, dalam tekanan untuk mencapai tujuan bisnis dan memenuhi target keuangan, ada risiko bahwa perusahaan dapat mengabaikan prinsip-prinsip etika atau memilih untuk mengabaikan norma etika untuk keuntungan jangka pendek. Ini dapat menyebabkan pelanggaran etika dan kerugian reputasi yang serius bagi perusahaan; 5) Tidak Memadainya Tanggung Jawab Sosial, meskipun banyak perusahaan yang mengadopsi inisiatif CSR dan keberlanjutan, etika bisnis sekuler sering kali kurang mendorong perusahaan untuk mempertimbangkan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi mereka secara menyeluruh. Ini dapat mengakibatkan sikap reaktif daripada proaktif dalam mengelola tanggung jawab sosial dan dampak bisnis; dan 6) Kurangnya Inspirasi dan Visi Jangka Panjang, etika bisnis sekuler mungkin kurang mendorong visi dan inspirasi jangka panjang yang membentuk arah strategis perusahaan. Tanpa orientasi moral atau teologis yang jelas, perusahaan mungkin kesulitan dalam mengembangkan tujuan yang lebih besar dari keuntungan finansial, seperti kontribusi positif terhadap masyarakat atau pencapaian keberlanjutan lingkungan.

Meskipun etika bisnis sekuler memiliki kelebihan dalam menyediakan kerangka kerja praktis dan fleksibel untuk mengatasi dilema etika dalam bisnis, pendekatan ini juga memiliki keterbatasan dan tantangan yang harus dihadapi. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk mengintegrasikan elemen moral dan nilai-nilai universal ke dalam praktek bisnis, yang dapat memberikan fondasi yang lebih kuat untuk pengambilan keputusan etis dan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah cabang dari etika yang berfokus pada prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang dijelaskan dalam ajaran Islam, khususnya Al-Quran dan Sunnah (ucapan, tindakan, dan persetujuan Nabi Muhammad). Ini mencakup prinsip-prinsip seperti keadilan, kejujuran, transparansi, kepercayaan, tanggung jawab sosial, dan kepatuhan terhadap hukum dan prinsip-prinsip Syariah. Etika bisnis Islam menawarkan kerangka kerja moral yang menyeluruh untuk praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab (Weruini, 2019). Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Sebagai berikut: 1) Keadilan (Adl) adalah salah satu prinsip utama dalam etika bisnis Islam yang menekankan pentingnya perlakuan yang adil dan setara terhadap semua pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis. Ini melibatkan menghindari eksploitasi, diskriminasi, dan ketidakadilan dalam semua aspek bisnis; 2) Kejujuran (Sidq) adalah nilai penting dalam etika bisnis Islam yang menuntut kejujuran, integritas, dan transparansi dalam semua interaksi bisnis. Ini melibatkan menghindari penipuan, pemalsuan, dan menyembunyikan informasi yang dapat menyesatkan pihak lain dalam transaksi bisnis; 3) Kepercayaan (Amanah) adalah prinsip yang menekankan pentingnya memelihara kepercayaan dan integritas dalam hubungan bisnis. Ini melibatkan menjaga kepercayaan, menghormati komitmen, dan memenuhi kewajiban kontrak dengan sebaik-baiknya; dan 4) Tanggung Jawab Sosial (Mas'uliyah) adalah prinsip yang menekankan pentingnya kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Ini melibatkan tanggung jawab terhadap kesejahteraan umum, mendukung inisiatif sosial, dan mempraktikkan keberlanjutan dalam operasi bisnis (Weruini, 2019).

Hukum Syariah atau Syariah adalah kerangka hukum Islam yang mengatur berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis dan ekonomi. Dalam konteks bisnis, hukum Syariah melarang transaksi berdasarkan riba (bunga), gharar (ketidakpastian atau spekulasi), maysir (perjudian), dan praktik bisnis yang tidak adil atau merugikan pihak lain (Siregar, 2020).

Dalam etika bisnis Islam, transaksi harus mematuhi prinsip-prinsip Syariah yang melarang riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). Ini melibatkan pengembangan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip Syariah, seperti mudharabah (kerjasama keuntungan dan kerugian), musharakah (kemitraan), dan murabahah (jual beli dengan margin keuntungan) (Ghafur, 2018). Selain itu, dalam etika bisnis Islam, keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan merupakan aspek penting yang mencerminkan penghormatan terhadap ciptaan Allah dan kewajiban untuk menjaga dan melindungi alam semesta. Ini melibatkan praktik bisnis yang ramah lingkungan, pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan, dan inovasi dalam teknologi hijau.

Etika bisnis Islam juga menekankan pentingnya membangun hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan dengan semua stakeholders, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat. Ini melibatkan komunikasi terbuka, kerjasama, dan keterlibatan aktif dalam mempromosikan kesejahteraan bersama dan perkembangan komunitas.

KESIMPULAN

Etika bisnis Islam adalah cabang dari etika yang berfokus pada prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang dijelaskan dalam ajaran Islam, khususnya Al-Quran dan Sunnah. Prinsip-prinsip utama dalam etika bisnis Islam mencakup keadilan, kejujuran, kepercayaan, dan tanggung jawab sosial, serta melarang praktik-praktik seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian), sambil mempromosikan keadilan dan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis. Ada penekanan kuat pada tanggung jawab sosial dan perlindungan terhadap lingkungan, mencerminkan kewajiban untuk menjaga ciptaan Allah. Praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah seperti mudharabah (kerjasama keuntungan dan kerugian), musharakah (kemitraan), dan murabahah (jual beli dengan margin keuntungan) adalah contoh bagaimana bisnis dapat dijalankan dengan mempertimbangkan etika Islam. Dengan mengikuti etika bisnis Islam, perusahaan dapat membangun hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan dengan semua pemangku kepentingan, sekaligus memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Daftar Pustaka

- Abdul, Hadi, Sirat., Rusandry, Rusandry., Gunawan, Baharuddin., Bayu, Taufiq, Possumah. (2024). Islamic Entrepreneur in the Business Concept of Prophet Muhammad SAW: A Conceptual Review. *International journal of social science and human research*, doi: 10.47191/ijsshr/v7-i10-24
- Chaerul, Hidayat., Rini, Ariza., Aan, Fadillah., Muhammad, Reza., Amali. (2024). Sharia Marketing in Business: Paradigm, Ethics and Implementation of Islamic Principles. *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, doi: 10.55927/modern.v3i4.9785
- Ghafur, A. (2018). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1). <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v4i1.74>
- Hermawan, S. (2018a). *Buku Ajar Etika Bisnis Dan Profesi*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-33-1>
- Hermawan, S. (2018b). *Buku Ajar Etika Bisnis Dan Profesi*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-33-1>
- James, & Gilad. (2024). *Pengantar Etika Bisnis (Gilad James Mystery School, Ed.)*.
- Loso, Judijanto., Mega, Ilhamiwati., Supriandi, Supriandi. (2024). A Bibliometric Analysis of Islamic Business Ethics in the Context of the Global Economy. *West Science Interdisciplinary Studies*, doi: 10.58812/wsis.v2i05.883
- Maksudin, M. (2022). ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM. *El-Ecosy : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 135. <https://doi.org/10.35194/eeki.v2i2.2513>
- Membea', R. K. (2023). *Jurnal Konsep Etika Menurut Socrates dan Relevansinya bagi Remaja Masa Kini*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9jnqx>
- Miftah, Farid, Aziez., Panji, Adam, Agus, Putra., Arif, Rijal, Anshori. (2024). Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Jual Beli Emas dengan Sistem Pembulatan di Toko Emas Berkah Kabupaten Purwakarta. *Bandung Conference Series Sharia Economic Law*, doi: 10.29313/bcssel.v4i2.14581
- Miles, H., & Saladana. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. . sage publications.
- Siregar, H. F. (2020). Keharusan Sumpah Saksi Perspektif Filsafat Hukum Moral Immanuel Kant (Refleksi-normatif Pasal 160 ayat (3) KUHP). *Pamulang Law Review*, 3(2), 101. <https://doi.org/10.32493/palrev.v3i2.7984>
- Silva, Fauziah, Nadawi., Khoirul, Umam. (2024). Islamization of The Concept of Religiosity in Business People. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, doi: 10.59141/jiss.v5i05.1104
- Sri, Mega., Indah, Umi, Zulfiani., Muthoifin., Imron, Rosyadi. (2024). Corporate Social Responsibility (CSR) Practices of Shariaconsumer Cooperatives for Sustainable Development Goals (SDGS) Ethical Perspective. doi: 10.47172/2965-730x.sdgsreview.v4.n00.pe01752
- Triana, Ayu, Noviyanti., Sri, Wigati., Wanda, Hana, Choirunnisa. (2024). Analisis Hubungan Antara Laba dan Tujuan Ekonomi Syariah Kontemporer. *Maliyah*, doi: 10.15642/maliyah.2024.14.1.62-87
- Weruin, U. U. (2019). TEORI-TEORI ETIKA DAN SUMBANGAN PEMIKIRAN PARA FILSUF BAGI ETIKA BISNIS. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 313. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i2.3384>
- Yusuf, A., & Edi Setiadi. (2023). Penerapan Sanksi bagi Pelaku Tindak Pidana Pencurian Menurut Hukum Pidana Adat Minangkabau Ditinjau dari Hukum Pidana Positif. *Bandung Conference Series: Law Studies*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/bcsls.v3i1.5057>.