

Etika Bisnis Islam Perspektif Hadits dan Relevansinya Bagi Wirausaha

Mohammad Fattah¹, Rahmawati²

^{1,2}Universitas Al-Amien Prenduan

E-mail: fattah1973mff@gmail.com¹, semampaikisah@gmail.com²

Article Info

Article history:

Received December 17, 2025

Revised December 20, 2025

Accepted December 27, 2025

Keywords:

Ethics, Business Ethics, Islamic Business Ethics;

ABSTRACT

Islam governs all aspects of human life, including the economy, by emphasizing moral and ethical principles based on Sharia. In the business context, Islamic ethics stress the importance of honesty (ʿiṣḍq), justice (ʿadl), trustworthiness (amanah), social responsibility (masʿuliyah), transparency (tablīgh), and public welfare (maṣlahah) in all economic transactions. Business in Islam is not only oriented toward worldly profit but also regarded as a form of worship and investment for the hereafter, ensuring that all economic activities align with moral and ethical principles. This study employs a library research method with a descriptive approach to examine literature and scholarly articles on Islamic business ethics. The findings indicate that Islamic business ethics provide a strong moral foundation for entrepreneurs, both in conventional and digital transactions. Islamic business ethics play a crucial role in building trust, protecting consumer rights, and creating fair, transparent, and sustainable business practices. In the modern and digital era, applying Islamic business ethics is increasingly relevant, as it can prevent fraud, dishonesty, and other malpractices that harm consumers and disrupt social and economic stability. By implementing the principles of Islamic business ethics, a healthy, just, and sustainable business ecosystem can be established, balancing worldly interests with spiritual responsibilities.

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



Article Info

Article history:

Received December 17, 2025

Revised December 20, 2025

Accepted December 27, 2025

Kata Kunci:

Etika, Etika Bisnis, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk ekonomi, dengan menekankan prinsip moral dan etika yang berlandaskan syariah. Dalam konteks bisnis, etika Islam menekankan pentingnya kejujuran (ʿiṣḍq), keadilan (ʿadl), amanah, tanggung jawab sosial (masʿuliyah), transparansi (tablīgh), dan kemaslahatan umum (maṣlahah) dalam setiap transaksi ekonomi. Bisnis dalam Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi, tetapi juga diarahkan sebagai bentuk ibadah dan investasi akhirat, sehingga seluruh aktivitas ekonomi harus selaras dengan prinsip moral dan etika Islam. Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka (library research) dengan pendekatan deskriptif untuk menelaah literatur dan artikel ilmiah terkait etika bisnis Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam memberikan landasan moral yang kuat bagi pelaku usaha, baik dalam transaksi konvensional maupun digital. Etika bisnis Islam berperan penting dalam membangun kepercayaan, menjaga hak konsumen, serta menciptakan praktik bisnis yang adil, transparan, dan berkelanjutan. Dalam era modern dan digital, penerapan etika bisnis Islam menjadi semakin relevan, karena dapat mencegah praktik penipuan, ketidakjujuran, dan penyimpangan lain yang merugikan konsumen serta mengganggu stabilitas sosial dan ekonomi. Dengan menerapkan prinsip etika bisnis Islam, diharapkan

tercipta ekosistem bisnis yang sehat, berkeadilan, dan selaras antara kepentingan duniawi dan tanggung jawab ukhrawi.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Mohammad Fattah

Universitas Al-Amien Prenduan

Email: fattah1973mff@gmail.com

PENDAHULUAN

Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk ekonomi. Dalam kegiatan produksi, Islam menekankan pentingnya menghasilkan produk yang halal, berkualitas, dan bermanfaat bagi masyarakat. Selain itu, Islam juga mengatur pemanfaatan sumber daya alam agar adil dan berkelanjutan. Dengan demikian, ekonomi Islam bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat, serta menjaga kelestarian alam.¹

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak seharusnya mempunyai pandangan yang bertentangan, sebab dalam bisnis mempunyai simbol dari urusan duniawi juga di anggap sebagai integral dari suatu yang bersifat investasi akhirat. Artinya di sini, jika orientasinya bisnis dan upaya investasi akhirat maka (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas ketaatan kepada tuhan), maka bisnis itu sendiri harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral dan etika yang berlandaskan kepada akhirat. dalam Islam, pengertian bisnis sendiri tidak dibatasi dengan urusan dunia, tetapi mencakup seluruh kegiatan di dunia yang di aplikasikan dengan bisnis itu sendiri (tak lupa diniatkan sebagai ibadah) untuk memperoleh keuntungan atau pahala akhirat.²

Etika bisnis Islam yang sehubungan dengan bisnis syariah adalah serangkaian transaksi dalam berbagai bentuk yang tidak terikat oleh kuantitas harta yang dimiliki, baik produk dan pelayanan, melainkan hanya bagaimana mereka diperoleh dan digunakan. Dalam praktik syariat, perbedaan antara hak dan batil atau halal dan haram tidak boleh dicampur.³

Etika bisnis erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Etika bisnis telah menjadi topik yang semakin penting dalam usaha kontemporer, terutama di Tengah kompleksitas dan dinamika ekonomi global. Selain itu etika bisnis memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka Panjang, hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen secara akurat. Dengan cara ini, perusahaan pasti dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

¹ Rahmat Fitriansyah dan Nurul Huda, "Produksi Menurut Muhammad Abdul Mannan dan Relevansinya terhadap Sustainable Development Goals (SDGs)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 1958.

² Syarifuddin dan M. I. Saputra, "Al-Ghazali dan Perilaku Pasar: Perspektif Etika Bisnis dalam Kitab *Ihya Ulum ad-Din*," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 501.

³ Nandang Ihwanuddin dkk., *Etika Bisnis dalam Islam (Teori dan Aplikasi)*, ed. Nandang Ihwanuddin (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022).

dengan terus memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan.⁴

Pada era kontemporer, perkembangan dunia bisnis menunjukkan adanya kecenderungan meningkatnya orientasi pada pencapaian keuntungan material semata. Ambisi untuk meraih laba yang semakin besar dari waktu ke waktu sering kali menggeser orientasi pelaku usaha dari tujuan ukhrawi, sehingga aspek etika bisnis kurang mendapat perhatian. Kondisi ini berkontribusi terhadap maraknya praktik kecurangan dan penipuan dalam aktivitas usaha, karena orientasi keuntungan yang berlebihan mendorong sebagian wirausaha mengabaikan prinsip-prinsip kejujuran, amanah, dan keadilan yang merupakan nilai fundamental dalam Islam. Akibatnya, berbagai bentuk penyimpangan seperti manipulasi informasi, ketidakjujuran dalam transaksi, serta pelanggaran terhadap kesepakatan bisnis kerap terjadi, yang tidak hanya merugikan konsumen dan mitra usaha, tetapi juga bertentangan dengan ajaran Islam yang menekankan keseimbangan antara kepentingan duniawi dan tanggung jawab ukhrawi. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji konsep etika bisnis Islam dalam perspektif Hadits serta menganalisis relevansinya bagi praktik kewirausahaan, khususnya dalam membangun aktivitas bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berlandaskan nilai moral, keadilan, dan tanggung jawab spiritual.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan kajian pustaka atau *library research* yaitu yakni penelitian yang dilakukan melalui mengumpulkan data atau karya tulis ilmiah yang bertujuan dengan obyek penelitian atau pengumpulan data yang bersifat kepustakaan, atau telaah yang dilaksanakan untuk memecahkan suatu masalah yang pada dasarnya tertumpu pada penelaahan kritis dan mendalam terhadap bahan-bahan pustaka yang relevan.

Pada bagian ini dilakukan pengkajian mengenai konsep dan teori yang digunakan berdasarkan literatur yang tersedia, terutama dari artikel-artikel yang dipublikasikan dalam berbagai jurnal ilmiah. Kajian pustaka berfungsi untuk membangun konsep atau teori yang menjadi dasar studi dalam penelitian.⁵ Penelitian kepustakaan berisi teori-teori yang relevan dengan masalah penelitian. Pengkajian mengenai konsep dan teori yang digunakan berdasarkan literatur yang tersedia, terutama dari artikel-artikel yang dipublikasikan dalam berbagai jurnal ilmiah.

Penelitian ini menggunakan Penelitian *library research* **dengan sifat penelitian deskriptif**, yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasi”.⁶ Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kepustakaan (*library research*), maka pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi dengan cara mencari, memilih, menyajikan, menganalisis data-data dari literatur atau sumber-sumber yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

⁴ I. Arifin dan M. F. Yahya, “Etika Bisnis dalam Islam, Tanggung Jawab, dan Keberkahan Ekonomi,” *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 2, no. 6 (2023): 349–356.

⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014).

⁶ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Bisnis Islam Perspektif Hadits

Pengertian etika berasal dari bahasa Yunani "*Ethos*" berarti adat istiadat atau kebiasaan. Hal ini berarti adat istiadat atau kebiasaan. Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi lainnya.⁷ Istilah etika secara umum merujuk pada baik buruknya perilaku manusia. Etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan.⁸

Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal-hal yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi, memasarkan, bekerja, mempekerjakan serta interaksi manusia lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan. Bisnis dapat dilukiskan sebagai kegiatan ekonomis yang kurang lebih terstruktur atau terorganisasi atau menghasilkan keuntungan.⁹

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Quran dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnisnya.¹⁰ Etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai "daratan" atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.¹¹

Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

1. Prinsip Keadilan (*'Adl*)

Keadilan merupakan salah satu prinsip fundamental yang telah menjadi bagian integral dari berbagai sistem kepercayaan dan tradisi filosofis sepanjang sejarah manusia. Prinsip keadilan ini memberikan landasan etis dalam membentuk tatanan sosial yang adil dan harmonis. Dalam konteks ekonomi, keadilan menjadi prinsip yang sangat krusial terutama dalam upaya mengatasi ketidakadilan ekonomi dan sosial yang kerap muncul dalam sistem ekonomi konvensional. Ekonomi Islam sebagai bidang studi yang berbeda, muncul sebagai respons terhadap kekurangan yang dirasakan dari sistem ekonomi konvensional tersebut. Sistem ekonomi konvensional sering dikritik karena penekanannya yang berlebihan pada maksimalisasi keuntungan dan distribusi kekayaan yang tidak merata, yang pada akhirnya menghasilkan ketidakadilan ekonomi dan sosial.¹²

2. Prinsip Kejujuran (*Shiddiq*).

⁷ Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 5.

⁸ Muhammad, *Paradigma, Metodologi, dan Aplikasi Ekonomi Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 52.

⁹ K. Bertens, *Business Ethics* (Jakarta: Gramedia, 2000), 17.

¹⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 29.

¹¹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), 15.

¹² Sumarsid dan E. G. Asti, "Tinjauan Sejarah Konseptual dan Komparatif Teori Ekonomi Islam," *Lab: Jurnal Bisnis dan Manajemen* 28, no. 4 (2023): 7–12.

Dari Imam Ibnul Qoyyim berpendapat bahwasanya seseorang yang berperilaku jujur merupakan sifat sifat yang mulia yang mengarah kepada suatu hal yang positif, kejujuran di definisikan sebagai ucapan, sikap seseorang maupun perbuatan di setiap perjalanan kehidupan, demikian hal tersebutlah membuat seseorang yang jujur terlihat dan membuatnya berharga.¹³

حَدَّثَنَا عُثْمَانُ أَبِي شَيْبَةَ : حَدَّثَنَا جَرِيرٌ، عَنْ مَنْصُورٍ، عَنْ أَبِي وَائِلٍ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ (إِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَصْدُقُ حَتَّى يَكُونَ صِدِّيقًا، وَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا)¹⁴

Artinya: Telah menceritakan Utsman Abi Syaibah ; telah menceritakan jarir, dari Manshur, dari Abi Wail, dari Abdilllah radiallahu ánhu, dari Nabi Muhammad SAW bersabda, “Sesungguhnya kejujuran itu menunjukkan kepada kebaikan, dan sesungguhnya kebaikan itu menunjukkan kepada surga. Dan seseorang akan terus jujur hingga (akhirnya) dia pun tercatat sebagai orang yang jujur. Dan jauhilah sikap dusta, karena sesungguhnya dusta itu menunjukkan kepada kekejian, dan sesungguhnya kekejian itu menunjukkan kepada neraka. Dan seseorang akan terus berdusta, hingga (akhirnya) dia pun tercatat di sisi Allah sebagai seorang pendusta”. (HR. Bukhari).

3. Prinsip Kepercayaan (Amanah)

Amanah merupakan cara menyampaikan dan berusaha memberikan hak atas sesuatu hal kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu hal yang melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga maupun jasa. Amanah adalah perilaku yang harus ada di miliki oleh wirausaha muslim dalam berbisnis. Jika seorang wirausaha muslim tidak menjalankan amanah berarti dia tidak beriman dan tidak akan memberikan rasa aman, baik untuk dirinya sendiri dan sesama masyarakat disekitar lingkungan sosialnya. Rasulullah *Shalallahu Alaihi Wassalam* merupakan salah satu contoh pembisnis yang jujur karena sifat amanah yang ada pada diri beliau. berperilaku amanah yang dilakukan dengan baik maka seorang wirausaha muslim bisa menjaga kekerabatan dengan sesama manusia dengan cara menjaga kepercayaan satu sama lain agar orang lain yakni pembeli bisa terus percaya dan yakin akan pilihannya. Islam sangat menghargai dan menghormati bagi pekerja keras seseorang, kerja keras yang dilakukan akan mendapat pahala dari Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*.¹⁵

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حَزَامٍ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصُّدُوقُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ.

¹³ H. Madani, “Pembinaan Nilai-Nilai Kejujuran Menurut Rasulullah SAW,” *Jurnal Riset Agama* 1, no. 1 (2021).

¹⁴ Abu ‘Abdillah Muhammad bin Isma’il al-Bukhari al-Ju’fi, *Shahih al-Bukhari* (Damaskus: Dar Ibn Katsir dan Darul Yamamah, 1414 H/1993 M), no. 2607.

¹⁵ A. R. Rasyid, “Konsep Kewirausahaan Modern Perspektif Islam dan Praktiknya di Indonesia,” *Sustainability* 11, no. 1 (2019): 1–14.

“Dari Hakim bin Hizam r.a., ia berkata: Rasulullah ﷺ bersabda: Pedagang yang amanah dan jujur akan bersama para nabi, orang-orang yang benar (ṣiddīqīn), dan para syuhada pada hari kiamat.” (HR. Tirmidzi)

4. Prinsip tanggung jawab sosial (*mas'uliyah*)

Tanggung jawab sosial merupakan hal yang sudah seharusnya ada pada seorang pembisnis untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan. Dalam Islam, tanggung jawab sosial merupakan bagian dari akhlak Islami yang harus diterapkan dalam bisnis.¹⁶

كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ

Artinya: “Setiap kalian adalah pemimpin dan setiap kalian akan dimintai pertanggungjawaban atas yang dipimpinnya.” (HR. Bukhari)

5. Prinsip Transparansi (*Tabligh*)

Islam melarang gharar yaitu tidak jelas dalam kontrak bisnis. Ditunjukkan bahwa transparansi dalam informasi produk meningkatkan kepercayaan konsumen. Dalam konteks bisnis, transparansi mencakup kejelasan dalam harga, kualitas produk, dan syarat-syarat transaksi. Hal ini penting untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara pengusaha dan pelanggan. Transparansi juga berkontribusi pada pengurangan risiko penipuan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.¹⁷

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ، حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ إِدْرِيسَ، وَيَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ، وَأَبُو أُسَامَةَ، عَنْ عُبَيْدِ اللَّهِ (ح) وَحَدَّثَنِي زُهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ، (وَاللَّفْظُ لَهُ)، حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ، عَنْ عُبَيْدِ اللَّهِ، حَدَّثَنِي أَبُو الزِّنَادِ، عَنِ الْأَعْرَاجِ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ.

“Telah menceritakan kepada kami Abu Bakr bin Abi Syaibah, telah menceritakan kepada kami Abdullah bin Idris, Yahya bin Sa'id, dan Abu Usamah, dari Ubaidillah. (Dengan sanad lain) telah menceritakan kepadaku Zuhair bin Harb—dan lafaz ini miliknya—telah menceritakan kepada kami Yahya bin Sa'id, dari Ubaidillah, telah menceritakan kepadaku Abu az-Zinad, dari Al-A'raj, dari Abu Hurairah, ia berkata: Rasulullah ﷺ melarang jual beli dengan cara lemparan batu dan melarang jual beli yang mengandung unsur ketidakjelasan/penipuan” (HR. Muslim)

6. Prinsip Kesejahteraan Umum (*Maslahah*)¹⁸

Menurut sudut pandang Islam, hukum syariah dan prinsip moral terkait erat dengan operasi komersial. Islam mengatur transaksi ekonomi untuk memastikan bahwa transaksi tersebut berfokus pada tanggung jawab sosial, keadilan, dan keberkahan selain keuntungan. Menjaga hubungan yang harmonis antara manusia dengan Allah SWT, orang lain, dan lingkungan adalah tujuan etika dan konsep bisnis Islam. Nilai-nilai ini menjadi kerangka kerja untuk memastikan bahwa operasi perusahaan dilakukan secara etis, profesional, dan transparan

¹⁶ A. Anshari dan J. Jaharuddin, *Kewirausahaan yang Beretika: Peran Akhlak Islami dalam Membangun Kepercayaan dan Keberlanjutan* (2025).

¹⁷ N. Faridah, “Pendidikan Etika Bisnis Islami: Kunci untuk Membangun Kesadaran Etika di Kalangan Pengusaha,” *Etika Bisnis Islam* 10, no. 2 (2021): 55–62.

¹⁸ Dian Puji Kristiani, Fitria Reni, Lala Nurlaila, dan Milana Abdillah, “Etika Bisnis dalam Perspektif Islam: Implikasi untuk Praktik Kontemporer,” *Co-Creation: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis* 3, no. 2 (2024).

sekaligus meraih keberkahan Allah SWT.¹⁹ berikut penjelasan lebih lanjut tentang prinsip-prinsip yang digunakan dalam etika bisnis:

1) Kejujuran (*Shidq*).

Keikhlasan merupakan landasan dalam berbisnis dalam Islam. Dalam menyampaikan informasi tentang kualitas, kuantitas dan harga barang atau jasa yang dijual, seorang pelaku usaha harus jujur. Menurut Nabi Muhammad SAW

2) Amanah, (Tanggung jawab)

Menurut konsep amanah, pelaku usaha harus bertanggung jawab terhadap apa yang telah diamanahkan kepadanya. Termasuk kewajiban kepada masyarakat, rekan bisnis, dan klien. Dalam Islam, melanggar amanah dianggap sebagai pelanggaran serius.

3) Keadilan dan kejujuran

Memberikan hak kepada mereka yang berhak menerimanya tanpa merugikan orang lain merupakan inti dari keadilan. Dalam dunia korporat, hal ini termasuk memperlakukan karyawan secara adil, membagi keuntungan, menetapkan harga yang wajar, dan memiliki kontrak yang jelas. Semua jenis ketidakadilan, termasuk penipuan, eksploitasi, dan manipulasi, dilarang dalam Islam.

4) Larangan Riba

Islam melarang riba, atau bunga, karena dianggap menindas dan merugikan satu pihak. Untuk mendorong keadilan dan keuntungan bersama, sistem ekonomi Islam mendukung transaksi koperasi dan bagi hasil seperti *mudharabah* dan *musyarakah*.

5) Kebebasan dan tanggung jawab

Islam mengakui hak manusia untuk bekerja dan memiliki harta benda, tetapi hukum syariah dan kewajiban sosial membatasi kebebasan ini. Semua operasi perusahaan harus dilakukan dengan niat baik dan tanpa menyebabkan kerugian bagi orang lain.

6) *Thayyib* dan Halal

Semua barang dan jasa yang diperdagangkan harus *thayyib* (bermanfaat dan berkualitas tinggi) dan halal (diizinkan menurut syariah). Perusahaan tidak diperbolehkan menjual produk haram seperti narkoba, alkohol, atau layanan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam.

7) Tidak Maysir dan Gharar

Dalam perdagangan Islam, *gharar* (ketidakpastian) dan *maysir* (perjudian) dilarang. Kontrak atau perjanjian untuk bisnis harus transparan, bebas dari unsur perjudian atau spekulasi yang dapat merugikan satu pihak.

Relevansinya dengan Etika Bisnis Islam Kontemporer

Etika bisnis Islam, yang menekankan prinsip kejujuran (*shidq*), keadilan (*adl*), tanggung jawab (*amanah*), dan larangan terhadap kecurangan (*gharar*) serta riba, memiliki relevansi yang sangat tinggi untuk menjadi dasar moral dan hukum dalam membangun ekosistem transaksi digital yang sehat dan berkeadilan. Nilai-nilai dalam etika bisnis Islam secara fundamental menempatkan moralitas sebagai bagian integral dari praktik ekonomi. Di mana hubungan antara penjual dan pembeli bersifat tidak langsung dan lebih rentan terhadap penipuan, prinsip

¹⁹ Dini Maulidya, "Peran Etika Bisnis dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dalam Perspektif Syariah," *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2025): 257–266.

kejujuran menjadi sangat penting.²⁰ Kepercayaan konsumen terhadap suatu platform atau penyedia jasa sangat dipengaruhi oleh sejauh mana pelaku usaha transparan mengenai produk, harga, kualitas, dan kebijakan pengembalian barang. Nilai kejujuran dalam Islam juga mendorong pelaku bisnis untuk tidak hanya mematuhi hukum positif, tetapi juga menjaga integritas dan niat baik dalam setiap transaksi yang dilakukan secara daring. Prinsip keadilan dalam etika bisnis Islam dapat menjadi pilar utama dalam membangun sistem transaksi digital yang berimbang. Keadilan tidak hanya mencakup distribusi keuntungan secara adil, tetapi juga perlindungan terhadap hak-hak konsumen, kemudahan akses, dan pemberian informasi yang utuh dan jelas.²¹

Bisnis yang telah menyebar luas dan menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari masyarakat, baik melalui transaksi jual beli secara offline maupun online, menuntut adanya perhatian serius terhadap penerapan etika bisnis. Perkembangan teknologi digital memang mempermudah proses transaksi, namun di sisi lain juga membuka peluang terjadinya berbagai penyimpangan dalam aktivitas ekonomi. Fenomena yang sering muncul antara lain praktik penipuan, kecurangan dalam kualitas dan kuantitas barang, ketidakjujuran informasi, serta praktik riba yang dibungkus dalam berbagai bentuk transaksi modern. Kondisi tersebut tidak hanya merugikan salah satu pihak, tetapi juga berdampak pada menurunnya kepercayaan (trust) antarindividu dalam kegiatan bisnis. Hilangnya kepercayaan ini berpotensi mengganggu stabilitas hubungan ekonomi dan sosial, karena kepercayaan merupakan fondasi utama dalam setiap transaksi. Oleh karena itu, baik pelaku usaha maupun konsumen, sebagai subjek dan objek dalam aktivitas ekonomi, memiliki tanggung jawab untuk menjaga dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis, seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab sosial, guna menciptakan sistem bisnis yang sehat, adil, dan berkelanjutan.

Kepercayaan publik terhadap sistem transaksi digital juga sangat bergantung pada penerapan nilai amanah. Dalam Islam, amanah bukan hanya berarti menyampaikan barang atau jasa sesuai janji, tetapi juga menyangkut tanggung jawab dalam menjaga data pribadi pelanggan, transparansi algoritma, serta perlakuan adil terhadap semua pihak dalam transaksi.²²

SIMPULAN

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai dan prinsip moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, yang berfungsi sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas ekonomi secara adil, jujur, dan bertanggung jawab. Etika bisnis tidak hanya mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, tetapi juga mencakup tanggung jawab sosial, keseimbangan kepentingan, serta orientasi pada kemaslahatan umum. Prinsip-prinsip utama seperti keadilan ('adl), kejujuran (ṣidq), kepercayaan (amanah), tanggung jawab sosial (mas'uliyah), transparansi (tabligh), dan kemaslahatan (maṣlaḥah) menjadi fondasi dalam menciptakan praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan. Dalam konteks bisnis kontemporer, khususnya pada era digital, penerapan etika bisnis Islam menjadi semakin relevan. Perkembangan teknologi

²⁰ N. N. Laili dan D. R. Umami, "Etika dan Prinsip Syariah dalam Platform Digital," *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 3, no. 3 (2024): 126–138.

²¹ Wirdatul Husna dan R. Firdaus, "Transformasi Bisnis Modern: Akuntansi Syariah dan Etika Bisnis," *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara* 1, no. 6 (2024): 9639–9642.

²² N. Mahya, N. Amalia, dan N. E. D. Puspita, "Penerapan Etika Bisnis Utsman bin Affan dalam Era Digitalisasi," *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 2, no. 4 (2023): 639–647.

yang mempermudah transaksi juga meningkatkan risiko terjadinya penipuan, kecurangan, ketidakjujuran informasi, serta praktik riba yang merugikan masyarakat. Oleh karena itu, nilai-nilai etika bisnis Islam berperan penting dalam menjaga kepercayaan publik, melindungi hak konsumen, serta menciptakan sistem transaksi yang transparan dan berkeadilan. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam praktik ekonomi modern, diharapkan dapat terwujud ekosistem bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga pada keberkahan, keadilan sosial, dan kesejahteraan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshari, A., & Jaharuddin, J. (2025). *Kewirausahaan yang beretika: Peran akhlak Islami dalam membangun kepercayaan dan keberlanjutan*.
- Arifin, I., & Yahya, M. F. (2023). Etika bisnis dalam Islam, tanggung jawab, dan keberkahan ekonomi. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 2(6), 349–356.
- Arijanto, A. (2011). *Etika bisnis bagi pelaku bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Badroen, F. (2006). *Etika bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Bertens, K. (2000). *Business ethics*. Jakarta: Gramedia.
- Bukhari, A. 'A. M. bin I. al-Ju'fi. (1993). *Shahih al-Bukhari*. Damaskus: Dar Ibn Katsir & Darul Yamamah.
- Djakfar, M. (2012). *Etika bisnis*. Jakarta: Penebar Plus.
- Faridah, N. (2021). Pendidikan etika bisnis Islami: Kunci untuk membangun kesadaran etika di kalangan pengusaha. *Etika Bisnis Islam*, 10(2), 55–62.
- Fitriansyah, R., & Huda, N. (2023). Produksi menurut Muhammad Abdul Mannan dan relevansinya terhadap Sustainable Development Goals (SDGs). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1958.
- Husna, W., & Firdaus, R. (2024). Transformasi bisnis modern: Akuntansi syariah dan etika bisnis. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(6), 9639–9642.
- Ihwanuddin, N. dkk. (2022). *Etika bisnis dalam Islam (teori dan aplikasi)*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Kristiani, D. P., Reni, F., Nurlaila, L., & Abdillah, M. (2024). Etika bisnis dalam perspektif Islam: Implikasi untuk praktik kontemporer. *Co-Creation: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis*, 3(2).
- Laili, N. N., & Umami, D. R. (2024). Etika dan prinsip syariah dalam platform digital. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(3), 126–138.
- Madani, H. (2021). Pembinaan nilai-nilai kejujuran menurut Rasulullah SAW. *Jurnal Riset Agama*, 1(1).
- Mahya, N., Amalia, N., & Puspita, N. E. D. (2023). Penerapan etika bisnis Utsman bin Affan dalam era digitalisasi. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 2(4), 639–647.
- Maulidya, D. (2025). Peran etika bisnis dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dalam perspektif syariah. *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 257–266.
- Muhammad. (2008). *Paradigma, metodologi & aplikasi ekonomi syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2013). *Metodologi penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.



- Rasyid, A. R. (2019). Konsep kewirausahaan modern perspektif Islam dan praktiknya di Indonesia. *Sustainability*, 11(1), 1–14.
- Saputra, M. I., & Syarifuddin, S. (2020). Al-Ghazali dan perilaku pasar: Perspektif etika bisnis dalam kitab Ihya Ulum ad-Din. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 501.
- Sumarsid, S., & Asti, E. G. (2023). Tinjauan sejarah konseptual dan komparatif teori ekonomi Islam. *Labs: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 28(4), 7–12.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.