

PRINSIP ETIKA BISNIS DALAM ISLAM

Ulfa¹, Misbahuddin², Nur Taufiq Sanusi³
Univesitas Islam Negeri Alauddin Makassar
Email: efhaulfa97@gmail.com

Abstrak

Etika bisnis dalam Islam merupakan kerangka kerja yang mengatur perilaku ekonomi individu dan perusahaan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Hukum Islam menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam semua transaksi bisnis. Etika ini melarang praktik-praktik seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan penipuan, serta mendorong tanggung jawab sosial melalui zakat dan sedekah. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk menciptakan sistem ekonomi yang adil dan seimbang, yang tidak hanya berfokus pada keuntungan materi tetapi juga pada kesejahteraan sosial dan spiritual. Penelitian ini mengkaji konsep-konsep utama etika bisnis dalam hukum Islam, implikasinya terhadap praktik bisnis kontemporer, dan bagaimana penerapannya dapat meningkatkan keadilan dan kesejahteraan dalam masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku bisnis dan regulator dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam operasi bisnis sehari-hari.

Kata Kunci: Etika, Bisnis, Hukum Islam.

Abstract

Business ethics from an Islamic legal perspective is a framework that regulates the economic behavior of individuals and companies based on sharia principles. Islamic law emphasizes the importance of honesty, fairness and transparency in all business transactions. This ethic prohibits practices such as riba (interest), gharar (uncertainty), and fraud, and encourages social responsibility through zakat and alms. These principles aim to create a just and balanced economic system, which focuses not only on material gain but also on social and spiritual well-being. This research examines the main concepts of business ethics in Islamic law, their implications for contemporary business practices, and how their application can improve justice and prosperity in society. It is hoped that the results of this research will provide insight for business people and regulators in integrating Islamic values in daily business operations.

Keywords: Ethics, Business, Islamic Law.

A. Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan perkembangan ekonomi yang pesat, etika bisnis menjadi salah satu aspek penting yang mendapat perhatian serius dari berbagai kalangan, termasuk akademisi, praktisi bisnis, dan pembuat kebijakan. Etika bisnis tidak hanya berbicara tentang keuntungan dan kerugian semata, tetapi juga tentang bagaimana bisnis tersebut dijalankan secara adil, transparan, dan bertanggung jawab. Di tengah arus modernisasi ini, hukum Islam menawarkan

perspektif yang unik dan komprehensif mengenai etika bisnis.

Hukum Islam, atau syariah, mengatur berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Prinsip-prinsip syariah menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam setiap transaksi bisnis. Islam melarang praktik-praktik yang dianggap merugikan, seperti *riba* (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan penipuan, serta mendorong pelaksanaan zakat dan sedekah sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Dalam pandangan Islam, bisnis bukan hanya alat untuk mencapai keuntungan materi, tetapi juga sarana untuk mencapai kesejahteraan spiritual dan sosial.

Etika bisnis dalam Islam bertujuan untuk menciptakan sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan, di mana setiap individu dan perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada diri mereka sendiri, tetapi juga kepada masyarakat luas dan kepada Allah. Prinsip-prinsip ini relevan dalam konteks bisnis modern, di mana isu-isu seperti keadilan sosial, tanggung jawab perusahaan, dan keberlanjutan semakin menjadi perhatian utama.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yakni penelitian pustaka (*library research*) yaitu mengumpulkan data dari beberapa tulisan yang mencakup buku-buku, jurnal, ensiklopedia maupun hasil penelitian lainnya seperti skripsi, tesis dan disertasi yang berkaitan dengan judul penelitian.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Definisi Etika Bisnis

Pengertian etika berasal dari bahasa Yunani "*Ethos*" 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 yang lainnya. Secara umum etika dapat didefinisikan sebagai satu usaha sistematis, dengan menggunakan akal untuk memaknai individu atau sosial kita, pengalaman moral, di mana dengan cara itu dapat menentukan peran yang akan mengatur tindakan manusia dan nilai yang bermanfaat dalam kehidupan.¹

Dalam kehidupan sehari-hari kata-kata seperti "etika", "etis", dan "moral" sering kita dengar tidak saja di lingkungan pendidikan seperti sekolah, kampus, dsb, namun kata-kata tersebut juga sering didengar di berbagai kehidupan praktis manusia. Misalnya, "tindakan yang dilakukan si A tidaklah etis", "Perilaku pejabat negara sudah tidak mempunyai etika karena bertentangan dengan hati nurani rakyat", dan lain sebagainya. Namun dalam buku ini, kata "etika" dimengerti sebagai filsafat moral, meskipun kata tersebut tidak selalu dipakai dalam arti itu saja.²

Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh

¹ Ahmad Syafiq, "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam," *El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam* 5, no. 1 (2019): 96–113, <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>.

² A K Aidin, *Teori-Teori Etika* (academia.edu, 2021), https://www.academia.edu/download/67510567/RINGKASAN_BUKU_ETIKA.pdf.

manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna dasar sebagai "the buying and selling of goods and services". Adapun dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.³

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).⁴

Berdasarkan definisi etika dan bisnis yang telah dijelaskan, etika bisnis dapat diartikan sebagai seperangkat aturan moral yang menentukan baik dan buruk, benar dan salah, serta kejujuran dan kebohongan. Etika ini bertujuan untuk mengatur perilaku manusia dalam menjalankan aktivitas bisnis, yaitu dalam melakukan pertukaran barang, jasa, atau uang dengan tujuan saling menguntungkan untuk meraih keuntungan. Oleh karena itu, etika bisnis merupakan pedoman etis yang harus selalu dipegang teguh dan tidak boleh diabaikan atau ditunda untuk membenarkan tindakan yang tidak adil dan tidak bermoral. Menjunjung tinggi etika bisnis adalah penting agar bisnis dapat menghasilkan hasil yang memuaskan bagi semua pihak yang terlibat.

Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip moralitas. Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada menegemen *ethis* atau organizational *ethis*. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas di sini, sebagaimana disinggung di atas berarti: aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam ditambah dengan halal-haram.⁵

Dalam setiap aktivitas bisnis, aspek etika merupakan elemen fundamental yang harus selalu diperhatikan. Contohnya, menjalankan bisnis dengan baik harus didasari oleh iman dan takwa, sikap baik budi, kejujuran, amanah, kekuatan, kesesuaian upah, serta menghindari penipuan dan perampasan. Selain itu, penting untuk tidak mengabaikan sesuatu, tidak bertindak semena-mena, bersikap ahli dan profesional, serta tidak melakukan pekerjaan yang bertentangan dengan hukum Allah atau syariat Islam. Oleh karena itu, seorang pelaku bisnis harus berperilaku sesuai dengan anjuran Al-Qur'an dan As-Sunnah dalam menjalankan bisnis mereka.

2. Konsep Bisnis

Konsep bisnis merujuk pada serangkaian ide, prinsip, dan praktik yang

³ Surajiyo, "Teori-Teori Etika Dan Prinsip Etika Bisnis," *Senada* 6 (2023): 259–65.

⁴ Ermansyah Ermansyah, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Khazanah Ulum Ekonomi Syariah (JKUES)* 5, no. 2 (2022): 11–17, <https://doi.org/10.56184/jkues.v5i2.133>.

⁵ Ermansyah.

berkaitan dengan pendirian, pengelolaan, dan pengembangan usaha atau bisnis. Berikut adalah beberapa konsep utama dalam berbisnis:⁶

- a. **Idea Bisnis:** Ini adalah gagasan atau konsep awal yang menjadi dasar dari sebuah bisnis. Ide bisnis bisa berasal dari berbagai sumber, seperti identifikasi kebutuhan pasar, teknologi baru, atau bahkan penemuan produk atau layanan baru.
- b. **Riset Pasar:** Sebelum memulai sebuah bisnis, penting untuk melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen potensial. Riset pasar membantu dalam merumuskan strategi pemasaran dan mengidentifikasi peluang pasar yang dapat dimanfaatkan.
- c. **Perencanaan Bisnis:** Merupakan proses menyusun rencana yang terperinci tentang bagaimana sebuah bisnis akan dijalankan. Ini mencakup analisis pasar, strategi pemasaran, proyeksi keuangan, dan rencana operasional.
- d. **Model Bisnis:** Ini adalah kerangka kerja yang menjelaskan bagaimana sebuah bisnis akan menghasilkan pendapatan dan menciptakan nilai bagi pelanggan. Contoh model bisnis meliputi penjualan langsung, langganan, iklan, dan freemium.
- e. **Pengembangan Produk atau Layanan:** Proses merancang, mengembangkan, dan menguji produk atau layanan yang akan ditawarkan kepada pasar. Ini melibatkan inovasi, desain, dan pengujian produk atau layanan untuk memastikan kualitas dan kegunaannya.
- f. **Manajemen Keuangan:** Manajemen dana dan aset bisnis untuk mencapai tujuan keuangan jangka pendek dan jangka panjang. Ini meliputi perencanaan anggaran, pengelolaan kas, pembiayaan, dan analisis keuangan.
- g. **Pemasaran dan Promosi:** Upaya untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk atau layanan kepada pasar. Ini melibatkan strategi pemasaran seperti iklan, promosi penjualan, pemasaran konten, dan pemasaran digital.
- h. **Manajemen Operasional:** Manajemen proses bisnis dan sumber daya untuk memastikan efisiensi dan produktivitas. Ini termasuk manajemen rantai pasokan, manufaktur, logistik, dan layanan pelanggan.
- i. **Kewirausahaan:** Kewirausahaan merujuk pada kemampuan untuk mengidentifikasi, menciptakan, dan mengeksploitasi peluang bisnis. Ini melibatkan kreativitas, inovasi, ketahanan, dan keterampilan pengambilan risiko.
- j. **Pertumbuhan dan Skalabilitas:** Ini adalah upaya untuk memperluas bisnis dan meningkatkan skala operasi. Pertumbuhan bisa mencakup ekspansi pasar, diversifikasi produk, atau akuisisi perusahaan lain.
- k. **Etika Bisnis:** Prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang harus dipegang oleh sebuah bisnis dalam menjalankan operasinya. Ini termasuk kejujuran, tanggung jawab sosial, dan kepatuhan hukum.

⁶ P O A Sunarya and A Saefullah, *Kewirausahaan* (books.google.com, 2011), <https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=C5pyDwAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PA1%5C&dq=konsep+utama+dalam+bisnis+dan+kewirausahaan%5C&ots=ZNAjLNLnF%5C&sig=jxTHYv9vf7N1qjHae4ztQwsF7Jk>.

1. Intrapreneurship: Ini adalah konsep di mana karyawan dalam sebuah organisasi bertindak seperti seorang wirausahawan dengan mengembangkan ide-ide baru dan menggerakkan inovasi dalam lingkungan kerja mereka.

Dengan memahami dan menerapkan konsep-konsep ini, pengusaha dapat meningkatkan potensi kesuksesan dalam mengelola bisnis. Kombinasi visi yang terarah, perencanaan yang komprehensif, inovasi yang berkelanjutan, dan penerapan prinsip etika bisnis yang kuat dapat membentuk dasar yang stabil untuk pertumbuhan dan kesuksesan bisnis.

3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku di Indonesia akan sangat dipengaruhi oleh sistem nilai masyarakat kita. Namun, sebagai etika khusus atau etika terapan, prinsip-prinsip etika yang berlaku dalam bisnis sesungguhnya adalah penerapan dari prinsip-prinsip etika pada umumnya. Karena itu, tanpa melupakan kekhasan sistem nilai dari setiap masyarakat bisnis, secara umum dapat dikemukakan beberapa prinsip etika bisnis, yakni :⁷

a. Prinsip Otonomi

Prinsip otonomi yaitu sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Orang bisnis yang otonom adalah orang yang sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis.

b. Prinsip Kejujuran

Prinsip kejujuran dalam etika bisnis merupakan nilai yang paling mendasar dalam menyokong keberhasilan kinerja perusahaan. Kegiatan bisnis atau usaha akan sukses jika dikelola dengan prinsip kejujuran. Baik terhadap karyawan, konsumen, para pemasok dan pihak-pihak lain yang memiliki keterkaitan dengan kegiatan bisnis atau usaha ini. Prinsip yang paling hakiki dalam penerapan bisnis atau usaha berdasarkan kejujuran ini terutama dalam pemakai kejujuran terhadap diri sendiri. Namun jika prinsip kejujuran terhadap diri sendiri ini bisa dijalankan oleh setiap manajer atau pengelola perusahaan maka pasti akan terjalin pengelolaan bisnis atau usaha yang dijalankan dengan prinsip kejujuran terhadap semua pihak terkait.⁸

Salah satu yang patut kita teladani dalam berbisnis atau berwirausaha adalah Rasulullah Saw. Beliau dikenal juga sebagai pebisnis atau saudagar sukses berlansung hampir sepanjang hidupnya. Kunci kesuksesan beliau dalam berbisnis yaitu *As-Shiddiq* (benar/jujur), *Al-Amanah* (terpercaya/kredibel), *At-Tabligh* (Komunikatif/transparan), *Al-Fathonah* (cerdas/professional).⁹

⁷ Angga Gumilar, "Etika Bisnis Dalam Nilai-Nilai Islam," *ADBIS: Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis* 1, no. 2 (2017): 121–34.

⁸ Akram Ista et al., "Prinsip Kejujuran Dalam Usaha," *Business and Investment Review* 1, no. 5 (2023): 94–102, <https://doi.org/10.61292/birev.v1i5.51>.

⁹ mustafa kamal Rokan, *Bisnis Ala Nabi, Teladan Rasulullah Saw Dalam Berbisnis, Bunyan* (books.google.com, 2013), https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=_qpbAwAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PT5%5C&dq=bisnis+ala+rasulullah%5C&ots=tO_BBysjBX%5C&sig=_XMAyTpTkk0YGmgHkz7V-jko2x0.

Kejujuran menjadi syarat bagi seseorang untuk bisa dipercaya, baik dalam urusan sosial maupun bisnis. Namun seiring kompetisi hidup, kejujuran menjadi barang langka, dan orang jujur justru dianggap aneh, tidak lazim. Inilah kehidupan manusia yang sudah dijungkirbalikkan oleh keinginan mencari harta berlebih, dengan cara yang mudah dan instan. Kejujuran dianggap tidak signifikan bagi orang yang ingin cepat kaya.

Sebagaimana sabda Rasulullah Saw. Dari Abdullah bin Mas'ud radhiyallahu 'anhu, Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا

Artinya "Sesungguhnya kejujuran itu membawa kepada kebaikan, dan kebaikan itu membawa ke surga. Seseorang yang selalu berkata jujur dan berusaha untuk jujur, maka dicatat di sisi Allah sebagai orang yang jujur. Kebohongan itu membawa kepada kejahatan, dan kejahatan itu membawa ke neraka. Seseorang yang selalu berbohong dan berusaha untuk berbohong, maka dicatat di sisi Allah sebagai pendusta." (HR. Muslim)

Jadi dapat disimpulkan bahwa Kejujuran sangat penting dalam bisnis karena membangun kepercayaan antara semua pihak yang terlibat, seperti pelanggan, karyawan, mitra bisnis, dan investor, serta membantu membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan. Perusahaan yang dikenal jujur memiliki reputasi yang baik, yang menarik lebih banyak pelanggan dan peluang bisnis baru, serta menghindari masalah hukum yang bisa merugikan secara finansial dan reputasi. Kejujuran meningkatkan loyalitas pelanggan, karena mereka merasa diperlakukan dengan adil dan cenderung kembali melakukan bisnis serta merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Selain itu, kejujuran mencerminkan nilai etika dan tanggung jawab moral, meningkatkan moral dan motivasi karyawan, dan menciptakan lingkungan kerja yang produktif. Dalam jangka panjang, bisnis yang dijalankan dengan kejujuran lebih berkelanjutan dan mampu bertahan di pasar yang kompetitif.

c. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan, yaitu menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Demikian pula, prinsip keadilan menuntut agar setiap orang dalam kegiatan bisnis apakah dalam relasi eksternal perusahaan maupun relasi internal perusahaan perlu diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.¹⁰

Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan prilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan

¹⁰ Gumilar, "Etika Bisnis Dalam Nilai-Nilai Islam."

lingkungan. Dalam Islam keadilan sebagai prinsip yang menunjukkan kejujuran, keseimbangan, kesederhanaan, dan keterusterangan yang merupakan nilai-nilai moral yang ditekankan dalam Al-Qur'an. Islam tidak menghancurkan kebebasan individu tetap mengontrolnya dalam kepentingan masyarakat yang terdiri dari individu itu sendiri dan karenanya juga melindungi kepentingan pribadi dengan kepentingan masyarakat buakan sebaliknya.¹¹ Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an QS. Al-Maidah/5: 8.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلنَّفْسِ وَالْقَوْمِ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

*Terjemahannya "Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan."*¹²

d. Prinsip Saling Menguntungkan

prinsip saling menguntungkan, yaitu menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak. Prinsip ini terutama mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Maka, dalam bisnis yang kompetitif, prinsip ini menuntut agar persaingan bisnis haruslah melahirkan suatu *win-win solution*.¹³

e. Prinsip Integritas Moral

prinsip integritas moral, yaitu prinsip yang menghayati tuntutan internal dalam berperilaku bisnis atau perusahaan agar menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik perusahaannya. Dengan kata lain, prinsip ini merupakan tuntutan dan dorongan dari dalam diri pelaku dan perusahaan untuk menjadi yang terbaik dan dibanggakan. Dari semua prinsip bisnis di atas, Adam Smith menganggap bahwa prinsip keadilan sebagai prinsip yang paling pokok.¹⁴

Dapat disimpulkan bahwa menerapkan prinsip-prinsip bisnis tersebut secara tepat sesuai dengan kebutuhan operasional. Dengan penerapan yang tepat, perusahaan akan membangun budaya kerja (*corporate culture*) yang mencakup pembiasaan dan penghayatan nilai-nilai, norma, atau prinsip moral yang menjadi inti kekuatan perusahaan dan membedakannya dari perusahaan lain.

¹¹ Ahmad Syafiq, "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam."

¹² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: CV Pustaka Jaya Ilmu, 2014), h. 108.

¹³ Surajiyo, "Teori-Teori Etika Dan Prinsip Etika Bisnis," *Senada* 6 (2023): 259–65, <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/745>.

¹⁴ Surajiyo.

4. Orientasi Bisnis Islam

Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama:¹⁵ (1) target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri, (2) pertumbuhan, (3) keberlangsungan, (4) keberkahan.

a. Target hasil

Target hasil profit-materi dan benefit-nonmateri, artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari profit (qimah madiyah atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

b. Benefit

Benefit yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada qimah madiyah. Masih ada tiga orientasi lainnya, yakni qimah insaniah, qimah khuluqiyah, dan qimah ruhiyah. Dengan qimah insaniah, berarti pengelola berusaha memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya. Qimah khuluqiyah, mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional. Sementara itu qimah ruhiyah berarti aktivitas dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt.

c. Pertumbuhan

Jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara.

d. Keberlangsungan

target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat exis dalam kurun waktu yang lama.

e. Keberkahan

Semua tujuan yang telah tercapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha muslim telah mendapat ridla dari Allah Swt., dan bernilai ibadah.

¹⁵ Akhmad Nur Zaroni, "Bisnis Dalam Perpektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)," *MAZAHIB: Jurnal Pemikiran Hukum Islam* 4, no. 2 (2007): 172–84, <https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/mazahib/article/view/507>.

D. Kesimpulan

Setiap kegiatan bisnis sebaiknya diawali dengan niat yang tulus dan berharap mendapatkan berkah dari Allah, karena dengan niat yang baik ini, manfaat yang dihasilkan akan lebih besar, tidak hanya bagi pelaku bisnis tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan. Etika bisnis dalam Islam sangat menekankan pentingnya memegang amanah, yaitu menjalankan tanggung jawab dengan penuh kepercayaan, serta menunjukkan perilaku yang baik dalam setiap interaksi. Pelaku bisnis diharapkan untuk menjadi teladan dalam tindakan dan etika, memperlihatkan integritas dan akhlak yang baik dalam segala aspek bisnis. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial, bisnis tidak hanya fokus pada keuntungan materi, tetapi juga berusaha membawa berkah dan kebaikan yang lebih luas. Ini mencakup kontribusi positif terhadap masyarakat melalui berbagai kegiatan amal, pemberdayaan komunitas, dan pelestarian lingkungan. Dengan demikian, bisnis yang dijalankan sesuai dengan nilai-nilai Islam diharapkan dapat memberikan dampak yang lebih holistik, menciptakan kesejahteraan yang berkelanjutan bagi individu, masyarakat, dan lingkungan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 2014 (Jakarta: CV Pustaka Jaya Ilmu)
- Ahmad Syafiq. "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam." *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam* 5, no. 1 (2019): 96–113. <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>.
- Aidin, A K. *Teori-Teori Etika*. academia.edu, 2021. https://www.academia.edu/download/67510567/RINGKASAN_BUKU_ETIKA.pdf.
- Ermansyah, Ermansyah. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Khazanah Ulum Ekonomi Syariah (JKUES)* 5, no. 2 (2022): 11–17. <https://doi.org/10.56184/jkues.v5i2.133>.
- Gumilar, Angga. "Etika Bisnis Dalam Nilai-Nilai Islam." *ADBIS: Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis* 1, no. 2 (2017): 121–34.
- Ista, Akram, Andi Muh. Taqiyuddin BN, Mukhtar Lutfi, and Misbahuddin. "Prinsip Kejujuran Dalam Usaha." *Business and Investment Review* 1, no. 5 (2023): 94–102. <https://doi.org/10.61292/birev.v1i5.51>.
- Rokan, mustafa kamal. *Bisnis Ala Nabi, Teladan Rasulullah Saw Dalam Berbisnis*. Bunyan. books.google.com, 2013. https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=_qpbAwAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PT5%5C&dq=bisnis+ala+rasulullah%5C&ots=tO_BBysjBX%5C&sig=_XMAyrpTkk0YGmghkz7V-jko2x0.
- Sunarya, P O A, and A Saefullah. *Kewirausahaan*. books.google.com, 2011. <https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=C5pyDwAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PA1%5C&dq=konsep+utama+dalam+bisnis+dan+kewirausahaan%5C&ots=ZNAjLNLenF%5C&sig=jxTHYv9vf7N1qjHae4ztQwsF7Jk>.
- Surajiyo. "Teori-Teori Etika Dan Prinsip Etika Bisnis." *Senada* 6 (2023): 259–65.
- . "Teori-Teori Etika Dan Prinsip Etika Bisnis." *Senada* 6 (2023): 259–65. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/745>.
- Zaroni, Akhmad Nur. "Bisnis Dalam Perpspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)." *MAZAHIB: Jurnal Pemikiran Hukum Islam* 4, no. 2 (2007): 172–84. <https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/mazahib/article/view/507>.