

Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Era Teknologi Modern: Studi pada Perusahaan Digital

Putri Nurqolbiani *¹

Silma Tazkia ²

Dani Pramundika ³

Diah Mukminatul Hasimi ⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

*e-mail : Putrinurq22@gmail.com¹, silmatazianur@gmail.com², danipramundika@gmail.com³, diahmukminatul@radenintan.ac.id⁴

Abstrak

Era teknologi modern telah mentransformasi lanskap bisnis global melalui digitalisasi yang menciptakan model bisnis baru sekaligus menimbulkan dilema etis kompleks. Penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi etika bisnis Islam dalam perusahaan digital, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, serta mengeksplorasi peluang strategis pengembangannya. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di perusahaan digital mencakup empat dimensi utama: kejujuran (*sidq*), keadilan (*'adl*), amanah (*trustworthiness*), dan tanggung jawab sosial (*mas'uliyah*) yang terintegrasi dalam seluruh siklus bisnis. Tantangan implementasi meliputi kompleksitas inovasi teknologi, tekanan kompetitif pasar, pengelolaan data pribadi, serta rendahnya kesadaran pelaku bisnis tentang integrasi etika Islam dalam teknologi digital. Namun, era digital juga membuka peluang strategis melalui akses pasar global, teknologi *fintech syariah*, *blockchain* untuk transparansi rantai pasokan halal, dan platform edukasi digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa etika bisnis Islam bukan sekadar norma moral, melainkan pilar strategis untuk membangun bisnis digital berkelanjutan yang memenuhi kebutuhan masyarakat akan transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Integrasi nilai-nilai Islam dapat menjadi keunggulan kompetitif sekaligus berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat sesuai dengan *maqashid syariah*.

Kata Kunci: etika bisnis Islam, perusahaan digital, teknologi modern, *maqashid syariah*, transparansi, *fintech syariah*, keberlanjutan bisnis, tanggung jawab sosial

Abstract

*The modern technological era has transformed the global business landscape through digitalization, creating new business models while simultaneously generating complex ethical dilemmas. This research aims to analyze the implementation of Islamic business ethics in digital companies, identify the challenges faced, and explore strategic development opportunities. The research method employs a qualitative approach with a case study design through in-depth interviews, observations, and documentation. The research findings reveal that the implementation of Islamic business ethics in digital companies encompasses four main dimensions: honesty (*sidq*), justice (*'adl*), trustworthiness (*amanah*), and social responsibility (*mas'uliyah*), which are integrated throughout the entire business cycle. Implementation challenges include the complexity of technological innovation, competitive market pressures, personal data management, and low awareness among business practitioners regarding the integration of Islamic ethics in digital technology. However, the digital era also opens strategic opportunities through global market access, Islamic *fintech* technology, *blockchain* for halal supply chain transparency, and digital education platforms. This research concludes that Islamic business ethics is not merely a moral norm, but rather a strategic pillar for building sustainable digital businesses that meet society's needs for transparency, justice, and social responsibility. The integration of Islamic values can serve as a competitive advantage while contributing to societal welfare in accordance with *maqashid syariah*.*

Keywords: Islamic business ethics, digital companies, modern technology, *maqashid syariah*, transparency, Islamic *fintech*, business sustainability, social responsibility

PENDAHULUAN

Era teknologi modern telah membawa perubahan mendasar dalam dunia bisnis global, di mana digitalisasi tidak hanya mengubah cara perusahaan beroperasi, tetapi juga menciptakan model bisnis baru yang membutuhkan kerangka etika yang fleksibel dan sesuai zaman. Kemajuan cepat teknologi digital, mulai dari perdagangan elektronik, keuangan teknologi, hingga kecerdasan buatan, telah membuka peluang ekonomi yang luar biasa sekaligus menimbulkan dilema etis yang rumit. Dalam situasi ini, penerapan etika bisnis Islam semakin penting sebagai dasar moral yang dapat mengarahkan praktik bisnis digital menuju keberlanjutan dan kesejahteraan bersama.

Ekonomi digital dunia diperkirakan akan mencapai nilai US\$ 16 triliun pada 2025, dengan kontribusi besar dari negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Pertumbuhan ini yang sangat cepat menekankan perlunya menggabungkan nilai-nilai etika Islam dalam kegiatan perusahaan digital, karena etika bisnis Islam didasarkan pada prinsip-prinsip universal seperti kejujuran (sidq), keadilan ('adl), kepercayaan (amanah), dan tanggung jawab sosial (mas'uliyah). Prinsip-prinsip ini tidak hanya penting secara teologis, tetapi juga memiliki dampak praktis yang kuat dalam membangun kepercayaan pelanggan, menjaga kelangsungan bisnis, dan menciptakan manfaat sosial di tengah kerumitan ekosistem digital.

Namun, penerapan etika bisnis Islam di perusahaan digital menghadapi berbagai tantangan multidimensi. Kompleksitas inovasi teknologi yang berkembang pesat sering kali menciptakan jurang antara peraturan hukum yang ada dan kenyataan operasional harian. Masalah seperti pengelolaan data pribadi, transparansi algoritma, keamanan siber, serta persaingan ketat di pasar digital memerlukan pendekatan etis yang tidak hanya mengikuti aturan, tetapi juga berakar pada nilai moral yang kokoh. Di sisi lain, kesadaran dan pemahaman para pelaku bisnis tentang integrasi etika Islam dalam teknologi digital masih perlu ditingkatkan agar penerapannya menyeluruh dan konsisten.

Meski ada tantangan, era digital juga menawarkan peluang strategis yang luas untuk mengembangkan model bisnis yang sejalan dengan tujuan syariah (maqashid syariah). Digitalisasi memungkinkan akses ke pasar global yang lebih luas, termasuk segmen konsumen yang semakin peduli dengan produk halal dan baik. Teknologi seperti blockchain dapat meningkatkan transparansi dan pertanggungjawaban dalam rantai pasokan halal, sementara platform keuangan syariah menawarkan solusi finansial yang bebas dari riba dan spekulasi. Peluang ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam bukan hanya relevan, tetapi juga bisa menjadi keunggulan kompetitif di pasar digital yang semakin menekankan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian tentang penerapan etika bisnis Islam di perusahaan digital semakin penting untuk menutup kesenjangan dalam literatur yang ada. Studi sebelumnya cenderung membahas etika bisnis Islam dan teknologi digital secara terpisah, sedangkan penelitian yang menggabungkan keduanya dalam konteks praktik bisnis saat ini masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi teoretis dan praktis dengan menjelajahi secara mendalam bagaimana nilai-nilai etika Islam diterapkan dalam operasi perusahaan digital, mengidentifikasi tantangan spesifik yang dihadapi, serta menganalisis peluang strategis yang bisa dimanfaatkan.

Signifikansi penelitian ini terletak pada kebutuhannya untuk memberikan panduan praktis bagi pelaku bisnis digital dalam mengintegrasikan etika Islam ke dalam model bisnis mereka, sekaligus menawarkan kerangka teoretis yang dapat memperkaya diskusi akademik tentang etika bisnis di era teknologi modern. Dengan mempelajari aspek implementasi, karakteristik tantangan, dan peluang strategis pengembangan bisnis digital berbasis etika Islam, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan menyeluruh yang bermanfaat bagi praktisi bisnis, akademisi, pembuat kebijakan, serta lembaga pengawas syariah dalam membangun ekosistem bisnis digital yang etis, berkelanjutan, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam kontemporer.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari jurnal ini adalah untuk meneliti secara menyeluruh penerapan etika bisnis Islami dalam konteks perusahaan digital di era teknologi modern. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana nilai-nilai dan prinsip-prinsip etika bisnis Islami diterapkan dalam praktik bisnis berbasis teknologi, sekaligus menganalisis tantangan dan peluang yang muncul dari kemajuan teknologi. Selain itu, jurnal ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang kontribusi penerapan etika bisnis Islami dalam meningkatkan kepercayaan, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial di perusahaan digital. Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat menawarkan wawasan praktis dan teoretis yang berharga bagi praktisi bisnis, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan bisnis digital yang sejalan dengan nilai-nilai etika Islami kontemporer.

METODE

Metode penelitian ini dapat menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi pada perusahaan digital yang menjadi objek penelitian. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk memahami bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam diterapkan dalam praktik bisnis perusahaan digital, mengidentifikasi tantangan dan peluang yang muncul, serta menelaah kesesuaian praktik bisnis dengan prinsip-prinsip syariah. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap aspek etika dalam konteks teknologi modern dan digital, sekaligus memberikan gambaran komprehensif mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam lingkungan perusahaan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dimensi Implementasi Nilai Etika Bisnis Islam dalam Perusahaan Digital

Penelitian ini mengungkapkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di perusahaan digital melibatkan beberapa dimensi utama yang menjadi fondasi operasional. Dimensi-dimensi tersebut mencakup kejujuran (sidq), yang berarti komitmen untuk selalu jujur dan benar dalam segala aspek; keadilan ('adl), yang menekankan kesetaraan dan perlindungan hak semua pihak; amanah (trustworthiness), yang berkaitan dengan tanggung jawab penuh atas kepercayaan yang diberikan; serta tanggung jawab sosial (mas'uliyah), yang melibatkan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Perusahaan digital yang menjadi subjek studi telah mengintegrasikan nilai-nilai ini sebagai prinsip inti dalam seluruh siklus bisnis, mulai dari tahap awal seperti penyampaian informasi produk yang jelas dan akurat, hingga proses transaksi yang adil, dan akhirnya layanan purna jual yang responsif. Sebagai contoh, kejujuran tercermin dalam cara perusahaan menghindari manipulasi data atau iklan yang menyesatkan, seperti menyajikan spesifikasi produk secara lengkap tanpa embel-embel palsu. Keadilan diwujudkan melalui kebijakan yang melindungi konsumen dari diskriminasi, misalnya dengan menyediakan refund tanpa syarat jika produk tidak sesuai deskripsi, atau memastikan mitra bisnis mendapat pembagian keuntungan yang proporsional. Amanah diterapkan lewat pengelolaan data pribadi konsumen dengan transparansi tinggi, seperti menggunakan enkripsi untuk melindungi informasi sensitif, serta mekanisme pengawasan internal seperti audit rutin untuk memastikan semua aktivitas sesuai dengan prinsip syariah, seperti menghindari riba atau spekulasi haram. Ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai Islam tidak hanya teoritis, tetapi praktis dalam membangun kepercayaan di era digital.

2. Karakteristik Tantangan Implementasi Etika Bisnis Islam di Era Teknologi Modern

Seiring dengan kemajuan teknologi yang pesat, perusahaan digital dihadapkan pada tantangan multidimensi yang kompleks dan saling terkait, yang dapat menghambat penerapan etika bisnis Islam. Tantangan pertama adalah kompleksitas inovasi teknologi yang berkembang dengan kecepatan tinggi, yang sering kali menciptakan kesenjangan antara regulasi hukum yang ada—yang mungkin belum sepenuhnya menyesuaikan dengan praktik bisnis digital syariah—dan realitas

operasional sehari-hari. Misalnya, perkembangan AI dan big data bisa digunakan untuk analisis pasar, tetapi jika tidak dikontrol, dapat melanggar privasi atau memicu diskriminasi algoritmik.

Kedua, tekanan kompetitif yang intens di pasar digital memaksa perusahaan untuk terus berinovasi, namun sering kali ini berujung pada pengabaian nilai etika demi mencapai keuntungan cepat. Seperti halnya perusahaan e-commerce yang mungkin menggunakan algoritma untuk mendorong pembelian impulsif, yang bertentangan dengan prinsip keadilan dan tanggung jawab sosial Islam. Ketiga, tantangan signifikan muncul dalam pengelolaan data pribadi dan keamanan informasi, di mana perusahaan harus menyeimbangkan kemudahan akses teknologi (seperti aplikasi mobile yang cepat) dengan pemenuhan hak privasi konsumen sesuai ajaran Islam, yang menekankan penghormatan terhadap kehormatan dan kerahasiaan individu. Jika tidak, risiko seperti kebocoran data bisa merusak amanah.

Selain itu, rendahnya kesadaran dan pemahaman di kalangan sebagian pelaku bisnis tentang bagaimana mengintegrasikan etika Islam ke dalam teknologi digital—seperti kurangnya pengetahuan tentang maqashid syariah (tujuan utama syariah, seperti menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta)—memperburuk situasi. Ini bisa berarti bahwa inovasi seperti fintech syariah diabaikan, atau bahkan, perusahaan kecil yang kurang teredukasi jatuh ke praktik haram tanpa sadar. Tantangan ini menuntut pendekatan holistik, termasuk pelatihan dan regulasi, untuk memastikan etika Islam tetap relevan di tengah perubahan teknologi.

3. Peluang Strategis Pengembangan Bisnis Digital Berbasis Etika Islam

Meskipun ada tantangan, era teknologi modern juga membuka peluang strategis yang luas untuk mengembangkan bisnis digital yang berlandaskan etika Islam, memanfaatkan kekuatan digitalisasi untuk mencapai kemaslahatan bersama. Digitalisasi memungkinkan akses ke pasar global yang luas, termasuk segmen konsumen yang semakin sadar akan pentingnya produk halal dan thayyib (baik, sehat, dan berkualitas). Misalnya, platform e-commerce syariah dapat menjangkau jutaan Muslim di seluruh dunia yang mencari produk bebas dari unsur haram, seperti kosmetik tanpa bahan alkohol atau makanan tanpa pengawet berbahaya.

Teknologi fintech syariah, sebagai contoh konkret, memberikan inovasi solusi keuangan yang bebas dari riba (bunga) dan sesuai dengan maqashid syariah, seperti crowdfunding berbasis zakat atau investasi halal melalui aplikasi mobile. Ini tidak hanya diminati oleh masyarakat Muslim, tetapi juga menarik investor global yang mencari alternatif etis dari sistem keuangan konvensional. Selain itu, transparansi yang didukung oleh teknologi seperti blockchain—yang memungkinkan jejak digital yang tidak dapat diubah—meningkatkan akuntabilitas dan membangun kepercayaan konsumen. Bayangkan sebuah platform perdagangan yang menggunakan blockchain untuk memverifikasi rantai pasokan halal, sehingga konsumen bisa melacak asal produk dari petani hingga meja makan.

Peluang edukasi melalui platform digital juga krusial, seperti webinar atau aplikasi edukasi yang mengajarkan nilai-nilai Islam dalam bisnis, sehingga konsumen dan pelaku usaha bersama-sama membangun budaya transaksi yang halal dan thayyib. Ini bisa berupa kampanye sosial media yang mempromosikan etika Islam, atau kolaborasi dengan influencer syariah untuk menjangkau generasi muda. Dengan memanfaatkan peluang ini, bisnis digital dapat tumbuh berkelanjutan sambil berkontribusi pada masyarakat yang lebih baik.

Pembahasan

1. Relevansi Etika Bisnis Islam sebagai Pilar Keberlanjutan dan Kepercayaan

Penerapan etika bisnis Islam bukan sekadar norma moral, tetapi juga pilar strategis yang krusial untuk menciptakan bisnis digital yang berkelanjutan dan tahan lama. Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan amanah tidak hanya menjaga integritas internal perusahaan—misalnya, dengan mencegah korupsi atau manipulasi—tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan dan reputasi bisnis dalam jangka panjang. Dalam konteks perusahaan digital, yang sangat bergantung pada ekosistem

online seperti ulasan pelanggan dan jejaring sosial, kepercayaan menjadi aset tak ternilai yang bisa hilang dalam sekejap mata jika ada pelanggaran etika.

Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi nilai-nilai Islam dapat secara efektif menjawab kebutuhan masyarakat modern akan transparansi dan keadilan dalam transaksi digital. Sebagai contoh, di tengah skandal data seperti Cambridge Analytica, perusahaan yang menerapkan amanah Islam—dengan kebijakan privasi yang ketat—akan lebih mudah mempertahankan kepercayaan konsumen. Ini membuktikan bahwa etika Islam bukanlah hambatan, melainkan keunggulan kompetitif yang mendukung keberlanjutan bisnis di era digital.

2. Teknologi sebagai Pendukung dan Tantangan Etika Bisnis Islam

Teknologi berperan ganda: sebagai alat pendukung yang efektif untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi bisnis, tetapi juga sebagai sumber risiko yang mengancam penerapan etika bisnis Islam. Di sisi positif, teknologi seperti AI dapat digunakan untuk memantau kepatuhan syariah secara otomatis, atau aplikasi tracking untuk memastikan rantai pasokan halal. Namun, di sisi negatif, risiko seperti manipulasi data (misalnya, deepfake untuk iklan palsu), algoritma yang bias (yang mungkin mendiskriminasi kelompok tertentu), atau pelanggaran privasi (seperti penjualan data tanpa izin) menuntut mekanisme kontrol etis yang kuat.

Perusahaan perlu memiliki sistem pengawasan yang adaptif, seperti audit etis berbasis AI yang mendeteksi pelanggaran secara real-time. Pemanfaatan teknologi dengan prinsip etika Islam mengharuskan keseimbangan antara inovasi—untuk efisiensi—dan tanggung jawab moral, agar bisnis tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga selaras dengan maqashid syariah untuk kemaslahatan bersama (maslahah). Tanpa ini, teknologi bisa menjadi alat untuk eksploitasi, bukan kemajuan.

3. Integrasi Pendidikan dan Regulasi dalam Memperkuat Implementasi Etika Bisnis Islam

Untuk membuat implementasi etika bisnis Islam efektif, diperlukan sinergi antara pendidikan, kesadaran, dan regulasi di tingkat perusahaan, masyarakat, dan pemerintah. Edukasi berkelanjutan tentang prinsip etika Islam, seperti *sidq* dan *'adl*, serta aplikasinya dalam teknologi digital harus menjadi prioritas, misalnya melalui workshop atau kursus online bagi pelaku bisnis. Ini akan membantu nilai-nilai tersebut menjadi bagian integral dari budaya organisasi, bukan sekadar aturan formal.

Di sisi regulasi, peran pemerintah dan lembaga pengawas sangat penting untuk menciptakan kerangka hukum yang mendukung bisnis digital syariah, seperti sertifikasi halal untuk aplikasi fintech atau standar etik wajib. Mekanisme sanksi atas pelanggaran—seperti denda atau pembekuan lisensi—akan mendorong kepatuhan. Tanpa integrasi ini, implementasi etika bisa terhenti di tingkat retorika saja.

4. Rekomendasi untuk Penguatan Etika Bisnis Islam di Perusahaan Digital

Berdasarkan temuan kajian, berikut adalah rekomendasi strategis yang lebih rinci untuk memperkuat penerapan etika bisnis Islam di perusahaan digital:

1. Membangun program pelatihan intensif: Adakan sesi pelatihan reguler yang mencakup studi kasus tentang etika Islam dalam teknologi, seperti bagaimana menerapkan amanah di pengelolaan data, untuk karyawan dan manajemen. Ini bisa melibatkan kolaborasi dengan ulama atau ahli syariah.
2. Mengembangkan sistem kontrol dan audit berbasis teknologi: Implementasikan alat digital seperti software audit otomatis yang memantau kepatuhan nilai syariah secara real-time, misalnya, untuk mendeteksi transaksi yang melibatkan riba atau data yang tidak transparan.
3. Menjalinkan kemitraan dengan lembaga pengawas syariah: Bermitra dengan badan seperti Dewan Syariah Nasional untuk mendapatkan sertifikasi dan nasihat rutin, memastikan standar bisnis tetap sesuai prinsip Islam, seperti dalam pengembangan aplikasi fintech.

4. Mengoptimalkan edukasi kepada konsumen dan mitra bisnis: Luncurkan kampanye edukasi melalui media sosial atau aplikasi, menjelaskan pentingnya transaksi halal dan thayyib, untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong partisipasi aktif.
5. Mendorong kolaborasi lintas pihak: Fasilitasi kerja sama antara pelaku bisnis, regulator (seperti Kementerian Komunikasi), dan komunitas Islam (misalnya, melalui forum diskusi) untuk menciptakan ekosistem digital yang etis, berkelanjutan, dan inklusif.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah melakukan eksplorasi mendalam terhadap penerapan etika bisnis Islam di perusahaan digital pada masa teknologi terkini, menghasilkan temuan penting yang berkontribusi secara teoritis dan praktis untuk kemajuan bisnis digital yang berlandaskan nilai-nilai syariah. Dari analisis yang dilakukan, beberapa kesimpulan pokok dapat diambil sebagai berikut:

Pertama, penerapan etika bisnis Islam di perusahaan digital mencakup aspek-aspek dasar seperti kejujuran (sidq), keadilan ('adl), amanah (kepercayaan), dan tanggung jawab sosial (mas'uliyah). Nilai-nilai ini terbukti dapat diterapkan dengan baik di seluruh proses operasional bisnis digital, dari penyampaian detail produk, transaksi, hingga layanan pasca-jual. Penerapan ini tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga nyata dalam membangun kepercayaan pelanggan, menjaga integritas bisnis, dan menciptakan keunggulan kompetitif di pasar digital yang semakin menekankan transparansi dan pertanggungjawaban.

Kedua, perusahaan digital dihadapkan pada berbagai tantangan dalam mengadopsi etika bisnis Islam, termasuk kompleksitas inovasi teknologi yang cepat berkembang, perbedaan antara aturan hukum dan praktik operasional, persaingan pasar yang ketat, masalah penanganan data pribadi dan keamanan informasi, serta kurangnya pemahaman dan kesadaran pelaku bisnis tentang penggabungan etika Islam dalam teknologi digital. Tantangan-tantangan ini memerlukan strategi menyeluruh yang melibatkan pendidikan, regulasi, dan sistem pengawasan yang fleksibel untuk menjaga relevansi dan konsistensi etika Islam di tengah perubahan teknologi yang dinamis.

Ketiga, era teknologi modern menyediakan peluang strategis besar untuk pertumbuhan bisnis digital yang didasarkan pada etika Islam. Digitalisasi memfasilitasi akses ke pasar global yang lebih luas, khususnya bagi konsumen yang semakin peduli terhadap produk halal dan thayyib. Inovasi seperti fintech syariah, blockchain untuk rantai pasokan halal yang transparan, dan platform edukasi digital memberikan solusi kreatif yang sesuai dengan maqashid syariah. Peluang ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam tidak hanya relevan, tetapi juga bisa mendorong pertumbuhan bisnis digital yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial.

Keempat, teknologi memiliki peran dual sebagai pendukung dan hambatan dalam penerapan etika bisnis Islam. Di satu pihak, teknologi dapat meningkatkan transparansi, efisiensi, dan pertanggungjawaban melalui pemantauan otomatis dan audit berbasis AI. Di pihak lain, teknologi juga membawa risiko seperti manipulasi data, bias algoritma, dan pelanggaran privasi yang mengancam prinsip-prinsip etika Islam. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara kemajuan teknologi dan tanggung jawab moral agar bisnis tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga sejalan dengan kemaslahatan umum (maslahah).

Kelima, penguatan penerapan etika bisnis Islam di perusahaan digital membutuhkan kolaborasi antara pendidikan, kesadaran, dan regulasi di berbagai level. Pendidikan terus-menerus mengenai prinsip etika Islam dan penerapannya dalam teknologi digital harus menjadi prioritas untuk membentuk budaya organisasi yang etis. Peran pemerintah dan lembaga pengawas syariah krusial dalam membangun kerangka hukum yang mendukung, seperti sertifikasi halal untuk produk digital dan standar etik wajib. Kerja sama multipihak antara pelaku bisnis, regulator, akademisi, dan komunitas Islam diperlukan untuk menciptakan ekosistem bisnis digital yang etis, berkelanjutan, dan inklusif.

Secara umum, penelitian ini menekankan bahwa etika bisnis Islam bukan sekadar norma moral, melainkan fondasi strategis penting untuk membangun bisnis digital yang berkelanjutan di era teknologi modern. Pengintegrasian nilai-nilai Islam dapat secara efektif memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini terhadap transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam transaksi digital. Dengan mengatasi hambatan yang ada dan memanfaatkan peluang strategis, perusahaan digital dapat mengembangkan model bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga sesuai dengan maqashid syariah dan berkontribusi positif pada kesejahteraan masyarakat.

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan berharga untuk pengembangan literatur akademik tentang etika bisnis Islam dalam konteks teknologi modern, serta menyediakan panduan praktis bagi pelaku bisnis digital untuk mengintegrasikan nilai etika Islam ke dalam operasi mereka. Bagi pembuat kebijakan dan lembaga pengawas syariah, temuan ini dapat menjadi landasan untuk merancang regulasi dan standar yang mendorong pertumbuhan ekosistem bisnis digital syariah yang sehat dan berkelanjutan. Ke depannya, penelitian lebih lanjut yang lebih spesifik diperlukan untuk menyelidiki penerapan etika bisnis Islam di berbagai sektor industri digital, serta mengukur dampak jangka panjangnya terhadap performa bisnis dan kesejahteraan masyarakat secara kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alserhan, B. A. (2017). *The Principles of Islamic Marketing*. Routledge.
- Antonio, M. S. (2020). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 145-162.
- Chapra, M. U. (2016). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. The Islamic Foundation.
- Hassan, M. K., & Aliyu, S. (2018). A contemporary survey of Islamic banking literature. *Journal of Financial Stability*, 34, 12-43.
- Ibrahim, A. (2019). Islamic work ethic and innovation: A model for SMEs. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(2), 256-275.
- Khir, K., Gupta, L., & Shanmugam, B. (2008). *Islamic Banking: A Practical Perspective*. Pearson Malaysia.
- Possumah, B. T., & Ismail, A. G. (2019). Maqasid al-Shariah as a parameter for Islamic finance practices. *Islamic Economic Studies*, 27(1), 1-22.
- Rahman, A. A. (2018). Ethics in Islamic banking and finance. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 9(3), 447-461.
- Saeed, M., Ahmed, Z. U., & Mukhtar, S. M. (2021). International marketing ethics from an Islamic perspective. *Journal of Business Ethics*, 32(2), 127-142.
- Zainal, H., Yusoff, Z. M., & Kadir, N. A. (2020). Digital transformation and Islamic business ethics: Opportunities and challenges. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(11), 1234-1248.