

Tauhid sebagai Fondasi Etika Bisnis Islam: Analisis Konseptual dan Perbandingan dengan Sistem Konvensional

Aisyah Istiqomah ^{*1}
Muhammad Dzaky Alfais ²
Muhammad Harya Kautsar Fasya ³
Diah Mukminatul Hasimi ⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

*e-mail: aisyahistiqomah911@gmail.com¹, dzakyalfais1807@gmail.com², kausarfasya16@gmail.com³, diahmukminatul@radenintan.ac.id⁴

Abstrak

Sistem ekonomi konvensional cenderung memisahkan dimensi spiritual dari material, mengakibatkan dominasi materialisme dan krisis moral dalam praktik bisnis. Islam menawarkan paradigma berbeda melalui konsep tauhid yang mengintegrasikan seluruh aspek kehidupan, termasuk aktivitas ekonomi, sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. Penelitian ini bertujuan menganalisis fungsi tauhid sebagai landasan filosofis etika bisnis Islam, pengaruhnya terhadap perilaku pengusaha Muslim, implementasinya dalam manajemen bisnis, serta perbandingannya dengan sistem bisnis konvensional. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan menganalisis sumber primer Al-Qur'an dan Hadits, serta sumber sekunder berupa buku dan artikel jurnal ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tauhid membentuk nilai-nilai etis fundamental meliputi kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab sosial. Implementasi tauhid dalam praktik bisnis kontemporer terwujud melalui orientasi pada usaha halal, perlakuan adil kepada pekerja, dan kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat. Perbedaan mendasar antara bisnis Islam dan konvensional terletak pada landasan filosofis, motivasi pelaku, orientasi tujuan, dan standar moralitas yang bersumber dari prinsip ketauhidan.

Kata kunci: Bisnis Islam, Etika Bisnis, Manajemen Syariah, Studi Kepustakaan, Tauhid

Abstract

Conventional economic systems tend to separate spiritual dimensions from material ones, resulting in materialism dominance and moral crises in business practices. Islam offers a different paradigm through the concept of tauhid that integrates all aspects of life, including economic activities, as worship to Allah SWT. This research aims to analyze the function of tauhid as the philosophical foundation of Islamic business ethics, its influence on Muslim entrepreneurs' behavior, its implementation in business management, and its comparison with conventional business systems. The research method employed is library research by analyzing primary sources of the Qur'an and Hadith, as well as secondary sources including books and scientific journal articles. Research findings indicate that tauhid forms fundamental ethical values including honesty, justice, trustworthiness, and social responsibility. Implementation of tauhid in contemporary business practices manifests through orientation toward halal business, fair treatment of workers, and concern for societal welfare. The fundamental difference between Islamic and conventional business lies in philosophical foundation, actor motivation, goal orientation, and morality standards derived from tauhid principles.

Keywords: Business Ethics, Islamic Business, Literature Study, Sharia Management, Tauhid

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis kontemporer menghadirkan tantangan kompleks berkaitan dengan degradasi nilai moral dan etika. Sistem ekonomi konvensional yang berakar pada sekularisme memisahkan dimensi spiritual dari aktivitas material, terutama dalam bidang ekonomi dan bisnis. Akibatnya, praktik bisnis semata-mata diorientasikan pada maksimalisasi profit tanpa mempertimbangkan aspek keadilan sosial, kelestarian lingkungan, dan nilai-nilai moralitas (Chapra, 2000). Fenomena ini telah memicu berbagai krisis ekonomi dan moral global, seperti praktik riba, eksploitasi tenaga kerja, manipulasi pasar, dan berbagai bentuk fraud yang merugikan masyarakat luas.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa krisis finansial global yang terjadi beberapa dekade terakhir sebagian besar disebabkan oleh lemahnya fondasi etika dalam sistem ekonomi

konvensional (Antonio, 2001). Orientasi pada profit maksimal tanpa batasan moral telah menciptakan ketimpangan ekonomi yang semakin melebar antara kelompok kaya dan miskin. Dalam konteks ini, urgensi untuk menemukan alternatif sistem ekonomi yang lebih berkeadilan dan beretika menjadi semakin krusial.

Islam menawarkan perspektif fundamental berbeda dalam memandang aktivitas ekonomi dan bisnis. Seluruh dimensi kehidupan manusia, termasuk ekonomi, harus berada dalam kerangka tauhid atau keyakinan terhadap keesaan Allah SWT (Qaradawi, 1997). Tauhid sebagai inti ajaran Islam mengintegrasikan kehidupan duniawi dan ukhrawi, sehingga bisnis bukan sekadar aktivitas mencari nafkah material, melainkan manifestasi ibadah dan ketundukan kepada Allah. Konsep ini bertujuan membentuk sistem ekonomi yang bermoral, berkeadilan, dan berkelanjutan untuk kesejahteraan seluruh umat manusia.

Beberapa studi terdahulu telah mengkaji etika bisnis Islam dari berbagai perspektif. Fauroni (2006) menganalisis nilai-nilai etika bisnis yang terkandung dalam Al-Qur'an, sementara Bisri (2022) membahas implementasi etika bisnis dalam konteks ekonomi Islam. Namun, kajian komprehensif yang secara spesifik menganalisis peran sentral tauhid sebagai fondasi filosofis etika bisnis Islam, beserta perbandingannya dengan sistem konvensional, masih terbatas. Kesenjangan inilah yang mendorong penelitian ini untuk memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami paradigma bisnis Islam yang berlandaskan tauhid.

Pemahaman mendalam tentang peran tauhid sebagai dasar etika bisnis Islam menjadi sangat penting untuk menjawab persoalan moral yang terus bermunculan dalam dunia bisnis kontemporer. Tanpa fondasi tauhid yang kuat, bisnis Islam akan kehilangan esensi spiritualnya dan tidak berbeda signifikan dari bisnis konvensional. Oleh karena itu, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab pertanyaan:

1. Bagaimana konsep tauhid berfungsi sebagai landasan filosofis etika bisnis Islam?
2. Bagaimana pengaruh konsep kepemilikan mutlak Allah terhadap perilaku pengusaha Muslim?
3. Bagaimana implementasi prinsip tauhid dalam fungsi-fungsi manajemen bisnis?
4. Apa perbedaan fundamental antara bisnis Islam dan konvensional berdasarkan perspektif tauhid?

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis secara mendalam peran tauhid sebagai fondasi etika dalam praktik bisnis Islam, menjelaskan implikasinya terhadap sikap dan perilaku pengusaha Muslim, mengidentifikasi bentuk implementasinya dalam manajemen bisnis, serta membandingkannya dengan sistem bisnis konvensional. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu ekonomi Islam, khususnya dalam aspek etika bisnis, serta memberikan panduan praktis bagi pelaku bisnis Muslim dalam menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan mengeksplorasi dan menganalisis konsep-konsep teoritis mengenai tauhid dan etika bisnis Islam yang terdokumentasi dalam berbagai literatur. Penelitian bersifat deskriptif-analitis yang berupaya menjelaskan, menginterpretasi, dan menganalisis peran tauhid sebagai fondasi etika bisnis Islam berdasarkan sumber-sumber yang relevan dan kredibel.

Sumber data penelitian terdiri dari dua kategori. Pertama, sumber primer meliputi Al-Qur'an al-Karim dan Hadits sahih dari koleksi Shahih Muslim dan Sunan Tirmidzi yang menjadi rujukan utama ajaran Islam tentang bisnis dan etika. Kedua, sumber sekunder mencakup buku-buku, artikel jurnal ilmiah terakreditasi, prosiding konferensi, dan karya ilmiah lain yang membahas tauhid, etika bisnis Islam, ekonomi syariah, serta perbandingan dengan sistem bisnis konvensional.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dengan mencari, mengidentifikasi, dan menginventarisasi berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Literatur dikumpulkan dari perpustakaan, database jurnal elektronik, dan sumber-sumber online

yang kredibel. Kriteria pemilihan literatur meliputi relevansi dengan tema penelitian, kredibilitas penulis dan penerbit, serta kemutakhiran publikasi.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan tahapan sebagai berikut. Pertama, membaca dan memahami seluruh sumber data secara menyeluruh untuk mendapatkan gambaran umum. Kedua, mengklasifikasikan dan mengorganisir data berdasarkan kategori yang sesuai dengan pertanyaan penelitian. Ketiga, melakukan analisis kritis dan komparatif terhadap berbagai konsep dan pandangan dari literatur yang berbeda. Keempat, mensintesis temuan-temuan untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif. Kelima, menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.

Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai literatur untuk memastikan konsistensi dan akurasi data. Peneliti juga menggunakan member checking dengan mendiskusikan temuan penelitian dengan pakar ekonomi Islam untuk memvalidasi interpretasi dan analisis yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tauhid sebagai Landasan Filosofis Etika Bisnis Islam

Tauhid merupakan konsep fundamental dalam ajaran Islam yang menegaskan keesaan Allah SWT dalam segala dimensi kehidupan. Konsep ini tidak terbatas pada aspek ritual ibadah mahdhah, melainkan mencakup keseluruhan aktivitas manusia, termasuk bidang ekonomi dan bisnis. Dalam konteks bisnis, tauhid menolak dikotomi antara kehidupan duniawi dan ukhrawi, menjadikan aktivitas ekonomi sebagai bagian integral dari ibadah yang tunduk pada ketentuan ilahi. Paradigma ini berbeda secara diametral dengan pandangan sekuler yang memisahkan urusan spiritual dari aktivitas material (Qaradawi, 1997).

Landasan normatif prinsip tauhid dalam bisnis termaktub dalam firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 275 yang mengharamkan riba dan menghalalkan perdagangan, serta surat An-Nisa ayat 29 yang melarang memakan harta orang lain dengan cara batil kecuali melalui perniagaan yang didasari kerelaan mutual. Ayat-ayat tersebut melahirkan prinsip-prinsip etis fundamental dalam bisnis Islam, meliputi kehalalan usaha, kejujuran dalam transaksi, transparansi informasi, dan keadilan dalam distribusi (Fauroni, 2006).

Secara filosofis, tauhid membentuk worldview pengusaha Muslim bahwa seluruh rezeki bersumber dari Allah SWT, sehingga mereka tidak dibenarkan bersikap rakus atau menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan. Keyakinan ini menghindarkan pelaku bisnis Muslim dari praktik-praktik yang diharamkan syariat. Mereka memahami bahwa rezeki yang berkah hanya dapat diperoleh melalui usaha halal dengan metode yang diridhai Allah. Kesadaran akan pengawasan Allah yang Maha Melihat dan Maha Mengetahui membentuk kontrol internal yang sangat efektif dalam menjalankan bisnis (Chapra, 2000).

Tauhid juga menanamkan kesadaran eskatologis bahwa setiap perbuatan akan dipertanggungjawabkan di akhirat. Implikasi aksiologis dari keyakinan ini adalah mendorong pelaku bisnis untuk berperilaku etis dan amanah dalam seluruh transaksi. Hadits Nabi Muhammad SAW yang menyatakan bahwa pedagang jujur dan amanah akan dikumpulkan bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada (HR. Tirmidzi) menjadi motivasi spiritual yang kuat bagi pengusaha Muslim untuk menjaga integritas dalam berbisnis.

Dengan demikian, tauhid berfungsi sebagai kompas moral yang mengarahkan seluruh aktivitas bisnis menuju tujuan mulia, yakni meraih keridhaan Allah sambil memberikan manfaat bagi seluruh makhluk. Orientasi ini menciptakan keseimbangan harmonis antara kepentingan individual dan kolektif dalam sistem ekonomi Islam, berbeda dengan sistem konvensional yang cenderung individualistik dan materialistik.

Implikasi Konsep Kepemilikan Mutlak Allah terhadap Perilaku Pengusaha Muslim

Prinsip kepemilikan mutlak Allah (Al-Milk al-Haqiqi) yang bersumber dari tauhid memberikan implikasi signifikan terhadap sikap dan perilaku pengusaha Muslim dalam mengelola usahanya. Konsep ini mengajarkan bahwa segala yang ada di langit dan bumi adalah milik Allah semata, sebagaimana ditegaskan dalam berbagai ayat Al-Qur'an. Manusia hanya berposisi sebagai khalifah atau wakil Allah di bumi yang diberi amanah mengelola sumber daya,

bukan pemilik hakiki dari harta yang ada dalam genggamannya. Pemahaman ini sangat fundamental dalam membentuk karakter pengusaha Muslim yang distingtif (Bisri, 2022).

Konsep kepemilikan mutlak Allah menghasilkan beberapa implikasi behavioral terhadap pengusaha Muslim. Pertama, mereka tidak memandang harta sebagai kepemilikan pribadi secara absolut, melainkan sebagai amanah yang harus dikelola secara bijaksana dan bertanggung jawab. Sikap ini membentuk prudence dalam penggunaan harta dan menghindari pemborosan atau konsumsi yang tidak bermanfaat. Pengusaha Muslim menyadari akan adanya pertanggungjawaban tentang asal-usul perolehan harta dan peruntukannya.

Kedua, kesadaran akan kepemilikan mutlak Allah mendorong pengusaha Muslim untuk menjaga keadilan distributif, termasuk menunaikan zakat dan melakukan aktivitas filantropi. Mereka tidak akan menimbun kekayaan hanya untuk kepentingan pribadi, melainkan menyadari bahwa dalam hartanya terdapat hak orang lain yang wajib ditunaikan. Zakat, infak, dan sedekah menjadi instrumen redistribusi kekayaan yang terintegrasi dalam aktivitas bisnis mereka (Ghufur, 2018).

Ketiga, konsep khalifah fil ardh mengharuskan pengusaha Muslim untuk menghindari eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya alam dan tenaga kerja. Mereka bertanggung jawab kepada Allah atas metode pengelolaan sumber daya yang diamanahkan. Implikasinya adalah tidak melakukan praktik yang merusak lingkungan atau mengeksploitasi pekerja demi keuntungan semata. Prinsip sustainability dan fair labor practices menjadi bagian inheren dari etika bisnis Islam.

Keempat, kesadaran sebagai wakil Allah membentuk attitude moderat dalam mencari keuntungan. Pengusaha Muslim tidak akan terjebak dalam keserakahan atau avarice, melainkan berorientasi pada keuntungan yang wajar dan berkah. Mereka memahami bahwa kesuksesan sejati bukan diukur dari akumulasi materi semata, melainkan dari keberkahan yang diperoleh melalui cara-cara yang halal dan ridha Allah.

Hadits Nabi Muhammad SAW yang menyatakan bahwa pedagang jujur dan amanah akan berkumpul bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada (HR. Tirmidzi) menjadi bukti penghargaan tinggi terhadap perilaku yang sejalan dengan konsep kepemilikan mutlak Allah. Hadits ini menunjukkan kedudukan mulia pengusaha yang menjalankan bisnisnya sesuai prinsip-prinsip syariah, tidak hanya memperoleh keuntungan duniawi tetapi juga pahala ukhrawi yang besar.

Implementasi Prinsip Tauhid dalam Fungsi-Fungsi Manajemen Bisnis

Prinsip tauhid dapat diimplementasikan secara konkret dalam berbagai fungsi manajemen bisnis, menghasilkan sistem manajemen yang tidak hanya efisien tetapi juga etis dan berkah. Implementasi ini mencakup seluruh aspek manajerial sebagai berikut.

Fungsi Perencanaan (Planning). Dalam fungsi perencanaan, prinsip tauhid mengharuskan pengusaha Muslim menyusun strategi bisnis yang berorientasi pada kehalalan dan maslahah, bukan semata-mata mengejar profit material. Setiap rencana bisnis harus dimulai dengan memastikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan halal, baik dari aspek substansi maupun cara perolehannya. Visi dan misi perusahaan harus mencerminkan nilai-nilai Islam yang mengutamakan keberkahan dan kesejahteraan umat. Perencanaan jangka panjang wajib mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan, bukan hanya proyeksi finansial (Maulida & Aisyah, 2024).

Fungsi Pengambilan Keputusan (Decision Making). Dalam mengambil keputusan bisnis, pengusaha Muslim harus berpedoman pada ketentuan syariat Islam, menghindari unsur gharar (ketidakjelasan) dan maysir (spekulasi) dalam transaksi. Setiap keputusan harus didasarkan pada prinsip transparansi, clarity, dan kejujuran. Dalam penentuan harga, harus mempertimbangkan keadilan bagi semua pihak tanpa manipulasi informasi dan penipuan. Keputusan investasi harus memastikan dana tidak ditempatkan pada bisnis haram seperti produksi minuman keras, perjudian, atau riba.

Fungsi Pengelolaan Sumber Daya Manusia (Human Resource Management). Prinsip tauhid dalam pengelolaan SDM mengharuskan perusahaan memberikan kompensasi yang adil dan layak, tidak melakukan diskriminasi dalam bentuk apapun, dan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dengan nilai-nilai Islam. Karyawan harus diperlakukan dengan hormat dan martabat mereka dijaga. Upah wajib dibayarkan tepat waktu sebagaimana perintah Rasulullah

SAW untuk membayar upah pekerja sebelum keringatnya kering. Lingkungan kerja harus memfasilitasi ibadah, seperti menyediakan waktu dan tempat shalat. Tidak ada diskriminasi berdasarkan suku, ras, atau agama, karena Islam mengajarkan bahwa yang paling mulia adalah yang paling bertakwa.

Fungsi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). Dalam konteks kontemporer, CSR menjadi manifestasi kepedulian sosial yang bersumber dari kesadaran tauhid. Pengusaha Muslim harus melakukan aktivitas yang memberi manfaat bagi masyarakat dan kelestarian lingkungan sebagai implementasi konsep khalifah fil ardh. Program CSR bukan sekadar strategi marketing atau pencitraan, melainkan komitmen genuine terhadap kesejahteraan umat. Program dapat berupa pemberdayaan masyarakat, pendidikan, kesehatan, atau konservasi lingkungan yang berorientasi pada masalah.

Dalam era kontemporer, implementasi prinsip tauhid terlihat nyata dalam berbagai lembaga seperti perbankan syariah yang menghindari sistem riba dan menggunakan sistem bagi hasil, asuransi syariah yang berdasarkan prinsip ta'awun (tolong-menolong) dan takaful (tanggung jawab bersama), serta instrumen investasi halal seperti sukuk dan saham syariah. Lembaga-lembaga ini membuktikan bahwa bisnis berbasis tauhid dapat beroperasi efektif dan memberikan kontribusi nyata bagi kesejahteraan masyarakat (Antonio, 2001).

Komparasi Fundamental antara Bisnis Islam dan Konvensional Berdasarkan Perspektif Tauhid

Berdasarkan landasan tauhid, terdapat perbedaan fundamental antara bisnis Islam dan konvensional yang mencakup aspek filosofis, motivasional, dan operasional. Perbedaan ini bukan sekadar teknis prosedural, melainkan menyangkut paradigma dasar yang melandasi seluruh aktivitas bisnis.

Landasan Filosofis. Bisnis Islam berlandaskan aqidah Islam dan ajaran tauhid yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah, sedangkan bisnis konvensional berlandaskan paham sekularisme dan materialisme yang memisahkan urusan agama dari ekonomi. Dalam bisnis Islam, tidak ada dikotomi antara nilai spiritual dan aktivitas ekonomi. Setiap transaksi merupakan bagian dari ibadah yang akan dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT. Sebaliknya, bisnis konvensional menganggap agama sebagai urusan privat yang tidak perlu diintervensi dalam aktivitas bisnis (Ascarya, 2006).

Motivasi dan Orientasi. Bisnis Islam bertujuan mencapai falah, yaitu kesejahteraan duniawi dan ukhrawi secara holistik dan berkelanjutan. Pengusaha Muslim berupaya mencari rezeki halal dan berkah, bukan sekadar akumulasi material. Mereka yakin bahwa kesuksesan sejati adalah ketika memperoleh keuntungan duniawi sekaligus pahala ukhrawi. Sebaliknya, bisnis konvensional lebih berorientasi pada profit maximization tanpa mempertimbangkan dimensi spiritual dan kehidupan pasca-mati (Chapra, 2000).

Target Pencapaian. Bisnis Islam berorientasi pada keuntungan wajar, keberkahan usaha, dan kesejahteraan kolektif yang mencakup seluruh stakeholder. Konsep win-win solution sangat dijunjung tinggi, di mana semua pihak dalam transaksi merasa puas dan tidak dirugikan. Sebaliknya, bisnis konvensional cenderung fokus pada maksimalisasi profit, seringkali mengabaikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnisnya.

Standar Etika dan Moralitas. Bisnis Islam memiliki pedoman eksplisit, tegas, dan permanen tentang halal-haram serta nilai-nilai moral yang tidak boleh dilanggar dalam kondisi apapun. Dalam Islam, yang haram akan tetap haram sepanjang masa, seperti riba, gharar, maysir, dan penipuan. Tidak ada kompromi dalam hal-hal yang telah ditetapkan keharamannya oleh syariat. Sebaliknya, standar moral bisnis konvensional bergantung pada norma sosial dan regulasi hukum yang bersifat relatif dan dapat berubah sesuai perkembangan zaman dan lokasi (Ghufur, 2018).

Mekanisme Kontrol. Dalam bisnis Islam, kontrol utama adalah keimanan dan ketakwaan kepada Allah yang bersifat internal dan kontinyu, dilengkapi pengawasan eksternal dari masyarakat dan lembaga berwenang. Pengusaha Muslim merasa diawasi Allah setiap saat, sehingga berhati-hati dalam setiap tindakan meskipun tidak ada pengawasan manusia. Dalam bisnis konvensional, kontrol lebih bersifat eksternal melalui regulasi pemerintah dan pengawasan publik, sehingga ketika tidak ada pengawasan, pelanggaran etika dapat terjadi.

Relasi dengan Stakeholder. Bisnis Islam memandang seluruh stakeholder sebagai bagian dari umat yang harus diperlakukan dengan adil dan kasih sayang. Karyawan bukan sekadar faktor produksi, melainkan manusia yang memiliki hak dan martabat. Pelanggan bukan objek eksploitasi, tetapi mitra yang harus dilayani dengan jujur. Pesaing bukan musuh yang harus dieliminasi, tetapi sesama pencari rezeki halal. Sebaliknya, dalam bisnis konvensional, stakeholder sering dipandang sebagai instrumen untuk mencapai tujuan maksimalisasi keuntungan pemilik modal atau pemegang saham (Maulida & Aisyah, 2024).

Perbedaan-perbedaan fundamental ini menunjukkan bahwa bisnis Islam bukan sekadar bisnis konvensional yang diberi label syariah, melainkan sistem bisnis dengan paradigma, nilai, dan tujuan yang berbeda secara substansial. Pemahaman mendalam tentang perbedaan ini sangat penting bagi siapa saja yang ingin menjalankan bisnis sesuai prinsip-prinsip Islam yang berakar pada tauhid.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis komprehensif terhadap peran tauhid sebagai fondasi etika bisnis Islam, dapat disimpulkan beberapa hal penting.

Pertama, tauhid berfungsi sebagai landasan filosofis etika bisnis Islam dengan mengintegrasikan dimensi duniawi dan ukhrawi, menjadikan aktivitas bisnis sebagai manifestasi ibadah yang tunduk pada ketentuan ilahi. Tauhid melahirkan nilai-nilai etis fundamental seperti kejujuran, keadilan, amanah, transparansi, dan tanggung jawab sosial yang menjadi pedoman dalam seluruh transaksi bisnis.

Kedua, konsep kepemilikan mutlak Allah memberikan implikasi signifikan terhadap perilaku pengusaha Muslim. Mereka memposisikan diri sebagai khalifah Allah yang mengelola harta sebagai amanah, menjaga keadilan distributif melalui zakat dan filantropi, menghindari eksploitasi sumber daya alam dan tenaga kerja, serta berorientasi pada keuntungan wajar dan berkah bukan sekadar akumulasi materi. Kesadaran akan pertanggungjawaban di akhirat menjadi kontrol internal yang sangat efektif dalam menjaga integritas bisnis.

Ketiga, implementasi prinsip tauhid dalam fungsi-fungsi manajemen bisnis mencakup perencanaan yang berorientasi pada kehalalan dan maslahah, pengambilan keputusan sesuai syariat dengan menghindari gharar dan maysir, pengelolaan SDM yang adil dan bermartabat, serta pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai wujud kepedulian terhadap kesejahteraan umat. Implementasi konkret terlihat dalam lembaga-lembaga ekonomi syariah kontemporer seperti perbankan syariah, asuransi takaful, dan instrumen investasi halal.

Keempat, perbedaan fundamental antara bisnis Islam dan konvensional terletak pada landasan filosofis yang bersumber dari aqidah tauhid versus sekularisme, motivasi mencapai falah versus profit maximization, orientasi pada kesejahteraan kolektif versus kepentingan pemilik modal, standar moral yang permanen berdasarkan syariat versus standar relatif berdasarkan norma sosial, mekanisme kontrol internal berbasis keimanan versus kontrol eksternal berbasis regulasi, serta relasi harmonis dengan stakeholder versus relasi instrumental. Perbedaan-perbedaan ini menunjukkan bahwa bisnis Islam merupakan sistem distingtif dengan paradigma yang secara substansial berbeda dari bisnis konvensional.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan ilmu ekonomi Islam, khususnya dalam memahami peran sentral tauhid sebagai fondasi etika bisnis. Secara praktis, penelitian ini menawarkan panduan bagi pengusaha Muslim dalam mengimplementasikan nilai-nilai tauhid dalam praktik bisnis kontemporer. Keterbatasan penelitian ini adalah fokus pada analisis konseptual tanpa kajian empiris terhadap praktik bisnis riil. Penelitian mendatang disarankan untuk melakukan studi kasus pada perusahaan-perusahaan yang mengklaim menjalankan bisnis berbasis prinsip syariah untuk menganalisis sejauh mana implementasi tauhid dalam praktik aktual mereka. Selain itu, penelitian komparatif kuantitatif antara kinerja perusahaan berbasis syariah dan konvensional juga dapat memberikan perspektif yang lebih komprehensif tentang efektivitas implementasi prinsip tauhid dalam dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an al-Karim. (2020). Al-Qur'an al-Karim dengan Terjemah Bahasa Indonesia. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Antonio, S. (2001). Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ascarya. (2006). Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Prakteknya di Beberapa Negara. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bisri, A. M. (2022). Etika Bisnis dalam Islam. *IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 126-133. <https://doi.org/10.12928/iqtishod.v1i2.1547>
- Chapra, M. U. (2000). *Islam and the Economic Challenge*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Fauroni, L. (2006). Etika Bisnis Dalam Al-Quran. Yogyakarta: Pustaka Pesantren.
- Ghufur, A. (2018). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2, 1-21.
- Maulida, N., & Aisyah, S. F. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6, 49-61.
- Qaradawi, Y. (1997). Norma dan Etika Ekonomi Islam. Jakarta: Gema Insani Press.
- Shahih Muslim. (2019). Shahih Muslim dengan Terjemah dan Penjelasan. Jakarta: Pustaka Al-Ma'arif.
- Sunan Tirmidzi. (2021). Sunan Tirmidzi dengan Terjemah Bahasa Indonesia. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.