

## AKHLAK SEBAGAI PILAR UTAMA ETIKA BISNIS DALAM SISTEM EKONOMI SYARIAH

Naswa Putri Wafadila \*<sup>1</sup>  
Intan Citra Lestari <sup>2</sup>  
Gina Napisatul Pawaid <sup>3</sup>  
Salma Uswatun Nisa <sup>4</sup>  
Lina Marlina <sup>5</sup>  
Niningtyas Rahayuningsih <sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Indonesia

\*e-mail: [naswawfdl22@gmail.com](mailto:naswawfdl22@gmail.com)<sup>1</sup>, [clestarintan@gmail.com](mailto:clestarintan@gmail.com)<sup>2</sup>, [gnapisatulpawaid@gmail.com](mailto:gnapisatulpawaid@gmail.com)<sup>3</sup>, [salmauswatunnisa29@gmail.com](mailto:salmauswatunnisa29@gmail.com)<sup>4</sup>, [linamarlina@unsil.ac.id](mailto:linamarlina@unsil.ac.id)<sup>5</sup>, [niningtyasrahayuningsih@unsil.ac.id](mailto:niningtyasrahayuningsih@unsil.ac.id)<sup>6</sup>

### Abstrak

Di zaman globalisasi ini, persaingan dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif sering kali menyebabkan pengabaian terhadap nilai-nilai moral demi keuntungan finansial semata. Praktik-praktik yang mengandung manipulasi dan eksploitasi telah mengurangi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap industri bisnis. Tujuan: Penelitian ini fokus pada analisis isu-isu etika dalam bisnis modern dan menawarkan pandangan mengenai kebaikan dalam Islam (Akhlak) sebagai dasar etis untuk membangun sistem bisnis yang adil dan berkelanjutan. Metode: Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif serta analisis literatur yang berkaitan dengan konsep-konsep etika dalam Islam serta penerapannya di bidang muamalah. Hasil: Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan akhlak yang meliputi kejujuran (shidq), kepercayaan (amanah), keadilan ('adl), dan tanggung jawab (mas'uliyah) berfungsi sebagai kontrol internal bagi pelaku bisnis. Prinsip-prinsip ini, yang tersimpan dalam karakter Rasulullah SAW, tidak hanya memberikan dimensi spiritual (keberkahan), tetapi juga menghasilkan dampak praktis berupa peningkatan loyalitas pelanggan, citra positif perusahaan, serta keinginan untuk berusaha dalam jangka panjang. Kesimpulan: Etika bisnis dalam Islam memberikan alternatif komprehensif untuk krisis moral dalam bisnis saat ini dengan menggabungkan nilai-nilai ekonomi, sosial, dan spiritual dalam suatu tindakan yang terpadu.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis, Akhlak, Islam, Keberlanjutan Bisnis, Kepercayaan Konsumen.

### Abstract

*In the current era of globalization, the intense competition within the business landscape often leads to a significant neglect of moral values in favor of purely financial gains. The prevalence of manipulative and exploitative practices has systematically eroded public trust in the business industry. Consequently, this research aims to analyze ethical issues in modern business while offering Islamic virtues known as Akhlak as a foundational framework for establishing a fair and sustainable business system. Utilizing a descriptive qualitative approach and an extensive literature review of muamalah (Islamic transactions), the study demonstrates that the core principles of Shidq (honesty), Amanah (trustworthiness), 'Adl (justice), and Mas'uliyah (responsibility) serve as vital internal controls for business practitioners. These principles, which mirror the character of Prophet Muhammad SAW, provide both a spiritual dimension of Barakah (blessing) and practical benefits, including enhanced customer loyalty and a strengthened corporate reputation. Ultimately, Islamic business ethics present a comprehensive solution to the modern moral crisis by harmonizing economic, social, and spiritual values into a unified business practice.*

**Keywords:** Business Ethics, Akhlak, Islam, Business Sustainability, Consumer Trust.

### PENDAHULUAN

Dalam konteks globalisasi serta persaingan di dunia usaha yang semakin ketat, banyak pengusaha cenderung lebih mengutamakan pencapaian keuntungan finansial tanpa memperhatikan unsur moral, sosial, dan spiritual dari kegiatan bisnis yang mereka jalankan. Hal ini menciptakan berbagai masalah, seperti penipuan, manipulasi harga, praktik tidak adil kepada rekan bisnis, serta perlakuan buruk terhadap konsumen dan pekerja. Akibatnya, rasa percaya masyarakat terhadap sektor bisnis semakin lemah, dan sering kali perusahaan hanya

mementingkan keuntungan, tanpa memperhatikan nilai-nilai moral yang seharusnya dianut. Situasi ini mengindikasikan kurangnya perhatian terhadap etika dalam kebijakan serta praktik bisnis kontemporer.

Islam menempatkan moralitas sebagai pusat dari segala aktivitas kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Prinsip-prinsip etika Islam bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, yang memberikan pedoman kepada umat Islam dalam menjalankan aktivitas bisnis dengan landasan nilai-nilai moral seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Etika bisnis dalam Islam tidak hanya fokus pada aspek aturan dalam transaksi, tetapi juga pada nilai-nilai karakter dan spiritual yang mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga untuk kepentingan masyarakat dan berupaya meraih berkah dari Allah SWT.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menganalisis bagaimana isu etika bisnis modern muncul dan berkembang di tengah persaingan global. Selain itu, penelitian ini juga menanyakan bagaimana gagasan kebaikan dalam Islam bisa menjadi dasar dalam membentuk etika bisnis yang adil dan berbudi pekerti. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada pentingnya nilai-nilai keagamaan Islam dalam mengatasi berbagai masalah dan ketidaksesuaian etika yang terjadi dalam praktik bisnis masa kini.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan permasalahan etika bisnis modern secara konsep dan membahas gagasan kebaikan dalam Islam sebagai solusi alternatif yang menyeluruh. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan menjelaskan cara nilai-nilai seperti jujur, bertanggung jawab, adil, dan dapat dipercaya dapat diterapkan dalam berbisnis, sehingga menciptakan sistem usaha yang baik, ramah lingkungan, dan mementingkan kebaikan bersama.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (*library research*) untuk mengeksplorasi integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis modern. Data yang digunakan bersifat sekunder, yang bersumber dari literatur primer berupa Al-Qur'an dan Hadis sebagai landasan teologis mengenai konsep *akhlak* dan *muamalah*, serta literatur sekunder yang mencakup jurnal ilmiah, buku teks etika bisnis, dan artikel terkait fenomena globalisasi ekonomi. Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dan studi literatur yang relevan dengan isu krisis moral serta prinsip karakter Rasulullah SAW (Shiddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathonah).

Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) yang bertujuan untuk menginterpretasikan teks secara mendalam guna menarik kesimpulan yang sistematis. Peneliti memetakan tantangan etika dalam bisnis kontemporer, kemudian mensintesiskannya dengan nilai-nilai internal seperti kejujuran (*shidq*), kepercayaan (*amanah*), keadilan (*'adl*), dan tanggung jawab (*mas'uliyah*). Melalui teknik perbandingan dan interpretasi ini, penelitian ini menjelaskan bagaimana kontrol internal berbasis spiritual dapat bertransformasi menjadi dampak praktis yang meningkatkan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Konsep Akhlak

Akhlak adalah sistem nilai yang mengatur pola sikap dan tindakan manusia di atas bumi. Sistem nilai yang dimaksud adalah ajaran Islam yang bersumber dari Alquran dan Sunnah Nahi sebagai sumber nilainya, serta ijtihad sebagai metode berfikir islami. Karena sistem nilai yang bersumber dari Alquran dan Sunnah, akhlak memiliki ciri-ciri tertentu yang tidak dimiliki oleh sistem moralitas ciptaan manusia al-akhlaq al-wadh'iyyat.

Kata akhlak berasal dari bahasa Arab, yakni al-akhiyah, bentuk jamak dari kata of-kanlug. Dalam bentuk tunggal mutlak, kata riling ditemukan dalam Alquran sebanyak dua kali, yakni dalam surat Al-Qalam (68) ayat 4 dan Al-Syu'ara (26) ayat 137, Allah SWT berfirman:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

"Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung" (QS. Al-Qalam (68):4).

إِن هَذَا إِلَّا خُلُقُ الْأَوَّلِينَ

"(Agama Kami) ini tidak lain hanyalah adat kebiasaan orang dahulu" (QS. Al-Syu'ara' (26):137).

Secara etimologis, akhlak berarti tabiat, watak, perangai, dan budi pekerti yang luhur, adat atau kebiasaan, keperwiraan, kejantanan, kesatriaan, agzana, dan kemarahan (al-ghodhad) Sedangkan dalam makna terminologis, akhlak memiliki beragam pengertian, diantaranya:

Pengetahuan yang menjelaskan perihal baik dan buruk, mengatur pergaulan manusia, dan menentukan neun akhir dari suatu usaha atau pekerjaan,

Menurut Ibrahim Anis, akhlak adalah suatu sifat yang sudah tertanam kuat di dalam diri. Dari sini, muncul perbuatan baik atau buruk secara spontan tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan

Abd al-Karim Zaydān menjelaskan bahwa akhlak adalah seperangkat nilai dan sifat yang tertanam kuat di dalam diri seseorang dapat menentukan bahwa suatu Dengan sifat perbuatan itu baik atau buruk. Dan dari itu pula, ia dapat menentukan apakah ia akan terus melakukan perbuatan tersebut atau tidak.

Al-Ghazali mendefinisikan akhlak sebagai hal yang melekat dalam jiwa yang darinya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah tanpa difikir atau diteliti.

Dalam konteks bisnis, akhlak mencakup:

1. Kejujuran (*Shidq*) berarti tidak menipu, tidak memanipulasi, dan tidak menyembunyikan kekurangan dari produk tersebut.
2. Amanah: Melaksanakan tugas sesuai dengan kesepakatan dan tidak menyimpang dari kepercayaan yang diberikan.
3. Keadilan (*'Adl*) adalah memberi hak kepada setiap orang secara adil dan sesuai dengan proporsinya.
4. Tanggung Jawab (*Mas'uliyah*): Mengambil tanggung jawab terhadap dampak yang terjadi pada masyarakat dan lingkungan akibat kegiatan usaha.
5. Nilai-nilai ini menjadi dasar etika yang membedakan bisnis syariah dari cara berbisnis biasa yang hanya mengutamakan keuntungan.

## B. Prinsip Etika Bisnis Syariah

Dalam etika bisnis yang dianut dalam Islam terdapat tujuh prinsip utama yang berfungsi sebagai pedoman bagi wirausahawan yang beriman.

### 1. Prinsip Ketuhanan

Setiap kegiatan bisnis harus berlandaskan keyakinan kepada Allah SWT. Prinsip tauhid menjadi pengendali internal agar para pengusaha bertindak dengan integritas, tidak curang, serta selalu merasa ditaksir oleh Tuhan.

### 2. Prinsip Ilmu

Aktivitas bisnis sepatutnya didasari pengetahuan dan pemahaman yang cukup baik dalam aspek produksi, distribusi, maupun pemasaran. Tanpa adanya ilmu, usaha bisnis bisa berakhir pada kesalahan dan kerugian.

### 3. Prinsip Keadilan

Bersikap adil berarti menempatkan segala sesuatu sesuai proporsinya dan tidak merugikan pihak manapun. Keadilan landasan menjadi utama dalam setiap transaksi dan hubungan bisnis.

### 4. Prinsip Tanggung Jawab

Pengusaha harus menyadari tanggung jawab atas produk, layanan, dan semua konsekuensi dari setiap kegiatan bisnis yang dilakukan, baik dari segi moral maupun hukum.

### 5. Prinsip Kebebasan

Islam memberikan kebebasan dalam berbisnis, namun tetap dalam kerangka hukum syariah. Kebebasan tidak berarti tanpa batas, melainkan harus tetap mengikuti nilai-nilai moral dan hukum Islam.

6. Prinsip Kebaikan (Ihsan)  
Usaha harus dilakukan dengan sikap yang bijaksana, sopan, serta perhatian terhadap konsumen, mitra bisnis, masyarakat, dan lingkungan sekitar.
7. Prinsip Halal dan Haram  
Semua kegiatan dan produk dalam bisnis harus sesuai dengan aturan halal dan menghindari apa yang haram, karena yang halal akan mendatangkan berkah, sedangkan yang haram akan mendatangkan mudarat. Secara keseluruhan, prinsip ketujuh ini menekankan bahwa bisnis dalam Islam tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga pada nilai moral, tanggung jawab, dan keberkahan.

Prinsip-prinsip etika dalam bisnis Islam yang mendasarinya berasal dari karakter-karakter Rasulullah SAW yang terdiri dari :

1. Shiddiq.  
Shiddiq berarti kejujuran. Dalam konteks pelaksanaan bisnis dalam Islam, kejujuran tidak hanya berlaku pada perkataan, tetapi juga harus tercermin dalam tindakan. Allah SWT berfirman:  

إِنَّ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ

Artinya: "Ucapannya tidak lain hanyalah wahyu yang diberikan kepadanya" (Qs. An-Najm:4).
2. Amanah.  
Amanah berarti dapat dipercaya. Dalam menjalankan bisnis, sangat penting adanya kepercayaan antara pelaku bisnis dan pelanggan. Untuk membangun rasa kepercayaan orang terhadap pelaku bisnis, pengusaha harus bertanggung jawab dan memenuhi semua kesepakatan yang telah dibuat, sehingga tidak merugikan salah satu pihak. Allah SWT berfirman:  

أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ

Artinya: "Aku menyampaikan amanat dari Tuhanku kepadamu dan aku hanya bertindak sebagai pemberi nasihat yang dapat mempercayaimu" (QS. Al-A'raaf: 68).
3. Tabligh.  
Tabligh menyampaikan. Melakukan bisnis Islam harus sejalan dengan keadaan produk yang ingin dijual, tanpa menyembunyikan kualitas barang tersebut, serta menyampaikannya dengan bahasa yang mudah dipahami oleh semua orang. Allah SWT berfirman:  

لِيَعْلَمَ أَنْ قَدْ أَبْلَغُوا رَسُولَاتِ رَبِّهِمْ وَأَخَاطِبَ بِمَا لَدَيْهِمْ وَأُخْصَىٰ كُلَّ شَيْءٍ عَدَدًا

Artinya: "Agar Dia mengetahui bahwa sesungguhnya para rasul telah menyampaikan pesan - pesan Tuhannya, dan ilmu-Nya meliputi semua yang ada pada mereka, serta Dia menghitung segala sesuatu dengan cermat" (Qs. Al-Jin: 28).
4. Fathonah.  
Fathonah berarti kecerdasan. Dalam menjalankan bisnis Islam, diperlukan kecerdasan, baik dalam berkomunikasi dengan konsumen, merancang strategi pemasaran, mempromosikan produk, dan memahami situasi saat berbisnis. Seorang pengusaha hendaknya memiliki komitmen dan menjaga etika dalam berbisnis, serta tetap konsisten dengan sifat-sifat Rasulullah SAW dalam menjalankan bisnis Islam tersebut.

### C. Implementasi Akhlak dalam Transaksi dan Pengelolaan Usaha

Etika atau moral merupakan suatu struktur yang menyeluruh yang meliputi ciri-ciri pemikiran atau perilaku yang memberikan identitas pada individu dan mempengaruhi tindakan mereka sesuai dengan keyakinan yang dianut dalam berbagai situasi. Di sisi lain, Imam Abu Hamid al-Ghazali, sebagaimana yang dikutip oleh Halim, menyatakan bahwa akhlak merupakan sifat yang terpatrit dalam diri seseorang yang dapat memicu tindakan secara otomatis tanpa memerlukan pertimbangan sebelumnya. Jika sifat tersebut memicu tindakan positif sesuai dengan akal dan aturan agama, maka itu dianggap sebagai akhlak yang baik; namun, jika menghasilkan tindakan negatif, maka itu termasuk akhlak yang buruk.

Dalam konteks transaksi muamalah, agama Islam menekankan pentingnya tiga unsur utama dalam aktivitas penjualan beli, yakni: transparansi, integritas, dan keamanan. Transparansi, atau al-bayan, berarti memberikan informasi yang jelas dan tidak membingungkan terkait produk, biaya, dan syarat transaksi. Integritas, yang dalam bahasa Arab dikenal dengan sebutan shidq, sangat penting untuk mencegah penipuan serta menyampaikan informasi yang salah. Sedangkan aspek keamanan berkaitan dengan kepercayaan dalam menjaga keamanan di antara semua pihak yang terlibat dalam transaksi, serta penerapan sistem jual beli yang adil dan tidak merugikan. Elemen ketiga ini perlu diterapkan agar transaksi sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan keadilan kepada semua pihak yang terlibat.

Selain itu, penerapan nilai moral juga menjadi fondasi dalam manajemen kegiatan bisnis sehari-hari. Misalnya saja, dalam pengelolaan sumber daya manusia (karyawan), para pelaku usaha yang menerapkan prinsip syariah harus bersikap adil dalam memberikan ketidakseimbangan, menjamin keselamatan dalam bekerja, serta memperlakukan semua individu dengan penuh rasa hormat. Ketika mengambil keputusan strategis, prinsip etika harus menjadi fokus utama sehingga pilihan yang diambil tidak hanya berdasarkan pada keuntungan semata, tetapi juga mempertimbangkan kepentingan masyarakat luas. Secara keseluruhan, pelaksanaan nilai moral dalam dunia bisnis tidak hanya dianggap sebagai suatu kebijakan resmi, tetapi juga merupakan wadah untuk menerapkan nilai-nilai Islam (ibadah), yang mampu menciptakan kesinambungan usaha (keberlanjutan) melalui cara-cara yang adil, transparan, dapat dipercaya, dan penuh tanggung jawab.

#### **D. Dampak Penerapan Akhlak Terhadap Kepercayaan dan Keberlanjutan Bisnis.**

Penerapan etika dalam kegiatan bisnis memiliki dampak yang sangat besar terhadap pembangunan kepercayaan dan kelangsungan usaha. Dari sudut pandang Islam, etika bukan sekedar aturan sosial, melainkan merupakan nilai-nilai spiritual yang menjadi dasar tindakan ekonomi. Ketika para pelaku bisnis mengimplementasikan prinsip-prinsip seperti kejujuran, kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, maka akan terbentuk hubungan bisnis yang baik, jelas, dan saling menguntungkan.

##### **1. Penguatan Kepercayaan**

Kepercayaan adalah fondasi sosial yang sangat penting dalam dunia perdagangan. Pembeli cenderung memilih untuk menjalin dan mempertahankan hubungan dengan pelaku usaha yang memiliki integritas, terbuka, serta konsisten dalam standar produk dan pelayanan. Penerapan moral yang baik seperti tidak menyembunyikan kelemahan barang, menghindari penipuan harga, serta memenuhi komitmen transaksi akan meningkatkan reputasi pelaku usaha. Studi menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dalam konteks Islam memberikan dampak positif terhadap kepercayaan para konsumen dan kesetiaan pelanggan, karena pembeli merasa aman dan dihargai dalam setiap interaksi. Kepercayaan ini pada akhirnya berkembang menjadi aset yang tidak berbentuk (intangibile aset) yang memperkuat posisi bisnis di pasar.

##### **2. Meningkatkan Kesetiaan dan Citra Perusahaan**

Perilaku yang terjaga dalam dunia usaha akan menciptakan kesan positif terhadap perusahaan. Citra yang baik terbentuk ketika masyarakat menyaksikan adanya komitmen dan tanggung jawab sosial dalam kegiatan bisnis. Citra ini berperan penting dalam membangun loyalitas konsumen dan memperluas jaringan pasar melalui rekomendasi secara langsung. Perusahaan yang menganut etika juga lebih mudah untuk membangun kemitraan jangka panjang dengan pemasok, investor, dan pihak-pihak terkait lainnya karena dianggap memiliki nilai moral dan tingkat profesionalisme yang tinggi.

##### **3. Mendukung Keberlangsungan Usaha**

Keberlangsungan usaha tidak hanya bergantung pada keuntungan, namun juga pada kestabilan hubungan sosial dan kepercayaan masyarakat. Melakukan praktik bisnis yang tidak sesuai dengan etika mungkin memberikan hasil positif dalam jangka pendek,

namun dapat menyebabkan masalah reputasi, kelainan hukum, dan hilangnya kepercayaan dari pasar. Alternatifnya, penerapan ajaran Islam dalam etika bisnis menciptakan keselarasan antara fokus pada keuntungan dan tanggung jawab sosial. Prinsip tanggung jawab terhadap pekerja, pelanggan, serta lingkungan akan memperkuat dasar usaha dalam jangka panjang. Dengan cara ini, usaha akan lebih kokoh menghadapi rahang pasar dan memiliki daya saing yang berkelanjutan.

#### 4. Mendorong Tanggung Jawab Sosial dan Keberlanjutan Sosial

Dalam perspektif Islam, tujuan bisnis tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga untuk memberikan manfaat sosial. Penerapan etika yang mendorong para pelaku usaha untuk tidak merusak ekosistem, memberikan dampak positif bagi masyarakat, dan berpartisipasi dalam peningkatan kesejahteraan sosial. Hal ini sejalan dengan pemahaman kemiskinan saat ini yang mencakup tiga aspek, yaitu: ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*). Perusahaan yang menunjukkan perhatian terhadap tanggung jawab sosial biasanya lebih diterima oleh masyarakat dan memiliki legitimasi sosial yang kuat.

### E. Akhlak Sebagai Sistem Pengendalian Nasional

Dalam sistem ekonomi yang tradisional, cara pengawasan usaha biasanya bergantung pada regulasi dari luar, seperti hukum yang berlaku, dinamika pasar, pemeriksaan, dan hukuman administrasi. Namun, cara ini biasanya bersifat reaktif tindakan yang diambil setelah terjadi pelanggaran. Berbeda dengan metode tersebut, dalam pandangan Ekonomi Syariah, akhlak berperan sebagai pengontrol internal yang bermula dari kesadaran akan keesaan Tuhan dan tanggung jawab kepada Allah SWT.

Etika bisnis dalam Islam memiliki ciri yang teosentris, yang berarti bahwa perilaku dalam dunia usaha dinilai tidak hanya dari kepatuhan terhadap hukum, tetapi juga dari tanggung jawab moral dan spiritual kepada Tuhan. Ide ini menekankan pentingnya kejujuran (*sidq*), amanah, keadilan (*'adl*), dan ihsan sebagai acuan utama dalam setiap transaksi dan dalam pengelolaan usaha. Sistem ekonomi Islam tidak bisa dikecualikan dari aspek moral dan spiritual. Kestabilan perekonomian tidak hanya ditentukan oleh kebijakan fiskal dan moneter, melainkan juga oleh moralitas para pelaku ekonomi. Tanpa landasan akhlak, regulasi yang ada tidak mampu mencegah terjadinya krisis, penipuan, dan ketidakadilan. Dalam implementasinya, para pelaku usaha yang memahami tauhid akan: Menghindari tindakan curang walaupun tidak ada pengawasan. Tidak memalsukan informasi demi meraih keuntungan sesaat. Mempertahankan integritas dalam setiap perjanjian (*kontrak*). Tidak mengeksploitasi konsumen maupun tenaga kerja. Dengan cara ini, akhlak berperan sebagai sistem perlindungan yang bersifat preventif. Ini mulai beroperasi dari dalam diri individu (kompas moral internal), sehingga kemungkinan terjadinya pelanggaran bisa dihindari sebelum muncul. Pendekatan ini lebih ampuh dibandingkan hanya mengandalkan kontrol dari luar karena sifatnya yang berkelanjutan dan tidak bergantung pada pengawasan orang lain.

### F. Akhlak Sebagai Fondasi Konseptual Etika Bisnis Syariah

Akhlak memainkan peran penting dalam menciptakan perilaku bisnis yang etis dan fokus pada keberkahan. Nilai-nilai dasar seperti kejujuran (*sidq*), kepercayaan (*amanah*), kehati-hatian (*wara'*), dan kesempurnaan moral (*ihsan*) tidak hanya bertindak sebagai pedoman spiritual, tetapi juga sebagai prinsip dasar dalam praktik bisnis berbasis syariah. Dalam pandangan Islam, bisnis tidak hanya dianggap sebagai kegiatan ekonomi, tetapi merupakan bagian dari ibadah dan pengabdian kepada Allah SWT. Oleh karena itu, setiap transaksi dan keputusan dalam bisnis harus mencerminkan nilai-nilai moral yang tinggi. Kejujuran dan amanah merupakan nilai kunci dalam transaksi di ekonomi Islam, menunjukkan ketauhidan serta tanggung jawab sebagai khalifah di bumi ini.

Pelaku usaha yang menginternalisasi nilai-nilai Islam biasanya menunjukkan perilaku bisnis yang transparan, bertanggung jawab, dan adil. Mereka tidak hanya fokus pada

penjanaan keuntungan finansial, namun juga peduli akan keberkahan serta kemaslahatan sosial. Prinsip-prinsip seperti *sidq* dan *amanah* meningkatkan kepercayaan pelanggan dan secara berkelanjutan memperkuat reputasi bisnis. Dalam praktiknya, nilai *wara'* mendorong pelaku untuk menghindari transaksi yang mencurigakan atau mengandung risiko *gharar*, sedangkan *ihsan* menginspirasi mereka untuk memberikan layanan terbaik dan menjaga kualitas produk dengan konsisten.

Implementasi nilai akhlak berperan penting dalam membangun kepercayaan (*trust*) antara pelaku bisnis dan para pemangku kepentingan, termasuk karyawan, konsumen, mitra usaha, dan masyarakat. Akhlak yang baik juga berkontribusi terhadap terciptanya iklim bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Tanpa penerapan akhlak yang konsisten, praktik bisnis syariah berpotensi kehilangan substansi moralnya dan hanya berfungsi sebagai formalitas administratif semata.

### G. Keterkaitan Etika dengan Larangan Riba dan Praktik Tidak Etis

Dalam kerangka Ekonomi Syariah, pelarangan *riba*, *gharar*, dan *maisir* bukanlah sekedar aturan normatif, melainkan terwujud nyata dari nilai-nilai etika dalam aktivitas ekonomi. Prinsip-prinsip tersebut dirancang untuk menjaga keadilan, keseimbangan, dan kesejahteraan sosial, sehingga hukum ekonomi Islam sejatinya merefleksikan dasar-dasar moral yang bersumber dari *Al-Qur'an* dan *Sunnah*.

Larangan *riba* adalah contoh yang paling jelas dari hubungan antara hukum dan etika. *Riba* dianggap bertentangan dengan prinsip keadilan (*'adl*) karena memberikan keuntungan yang pasti kepada pemilik modal tanpa adanya risiko, sementara pihak lain harus menanggung beban keuangan secara sepihak. Pelarangan *riba* bertujuan untuk menghindari eksploitasi serta ketidakadilan dalam pendistribusian kekayaan di masyarakat. Sistem bagi hasil (*bagi hasil*) yang ditawarkan dalam ekonomi syariah mencerminkan nilai kolaborasi dan tanggung jawab bersama yang adil, untuk mencapai stabilitas ekonomi jangka panjang diperlukan fondasi moral yang kokoh, karena sistem yang berbasiskan utang dan spekulasi berlebihan berpotensi menimbulkan krisis finansial.

Selain *riba*, investasi yang mengandung *gharar* (ketidakjelasan dalam perjanjian) juga menggambarkan aspek moral dalam kegiatan bisnis. *Gharar* meliputi tindakan menyembunyikan informasi, pelanggaran izin dalam kontrak, atau transaksi dengan risiko yang tidak sepenuhnya dipahami oleh salah satu pihak. Dari perspektif moral, tindakan ini bertentangan dengan prinsip kejujuran dan kepercayaan. Etika bisnis dalam Islam mengharuskan adanya keterbukaan dan transparansi informasi sebagai bagian dari tanggung jawab moral kepada Tuhan dan kepada sesama. Praktik *riba* dan *gharar* tidak hanya melanggar hukum syariah, tetapi juga merugikan kepercayaan dalam kegiatan bisnis. Demikian juga, larangan terhadap *maisir* (*perjudian* atau *ekonometrik*) menggambarkan komitmen Islam terhadap efisiensi dan tanggung jawab. *Maisir* dinilai tidak etis karena menghasilkan keuntungan tanpa adanya usaha yang konkret dan sering kali berlaku sebagai permainan *zero-sum*, di mana satu pihak mendapat keuntungan dari kerugian pihak lain. Dalam perekonomian yang modern, spekulasi yang berlebihan terbukti meningkatkan ketidakstabilan pasar. Lembaga keuangan syariah di Indonesia menerapkan pengawasan terhadap perjanjian dan prinsip kehati-hatian guna menghindari unsur *riba*, *gharar*, serta *maisir* sebagai bentuk penerapan nilai-nilai moral dalam kegiatan operasional.

Dengan demikian, pelarangan *riba*, *gharar*, dan *maisir* tidak dapat dipisahkan dari prinsip akhlak yang menjadi dasar utama etika dalam bisnis syariah. Aturan-aturan ini dirancang untuk melindungi kekayaan (*hifz al-mal*), menjaga pihak-pihak yang lebih lemah, serta mendorong keseimbangan dalam aspek sosial dan ekonomi. Jika dikaji secara menyeluruh, *riba* adalah pelanggaran terhadap keadilan, *gharar* menunjukkan ketidakjujuran, dan *maisir* mencerminkan suatu tindakan yang melanggar tanggung jawab serta produktivitas. Dengan demikian, hukum ekonomi dalam Islam pada dasarnya berfungsi sebagai alat moral untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis dilakukan sesuai dengan prinsip keadilan dan untuk kepentingan bersama.

Tanpa penerapan akhlak, larangan-larangan tersebut akan menjadi regulasi yang bersifat formal dan kehilangan makna etisnya. Di sisi lain, ketika akhlak menjadi dasar dalam perilaku para pelaku bisnis, sistem ekonomi syariah akan berfungsi bukan hanya sebagai kerangka hukum, tetapi juga sebagai sistem moral yang membangun kepercayaan dan stabilitas dalam jangka panjang.

#### **H. Perbandingan Etika Bisnis Konvensional dan Syariah**

Perbandingan antara etika bisnis konvensional dan syariah terletak pada landasan filosofis dan tujuan akhirnya. Etika bisnis konvensional bersumber dari rasio manusia dan norma sosial yang bersifat sekuler, di mana fokus utamanya adalah mencapai efisiensi dan keuntungan maksimal (*profit maximization*) dalam batasan hukum positif. Dalam paradigma ini, bisnis sering kali dipandang sebagai entitas yang terpisah dari nilai-nilai agama, sehingga keberhasilan diukur secara material melalui akumulasi kekayaan. Sebaliknya, etika bisnis syariah berakar pada wahyu ilahi Al-Qur'an dan Hadis yang memandang aktivitas perniagaan sebagai bagian dari ibadah kepada Tuhan. Tujuan utamanya bukan sekadar profit, melainkan pencapaian *Falah*, yaitu kesejahteraan yang seimbang antara aspek material di dunia dan tanggung jawab spiritual di akhirat.

Perbedaan operasional yang paling mencolok terlihat pada cara kedua sistem ini mengelola risiko dan keadilan transaksi. Sistem konvensional melegalkan bunga (*Riba*) sebagai kompensasi modal, yang sering kali menciptakan ketimpangan karena keuntungan pihak pemberi pinjaman bersifat pasti sementara risiko sepenuhnya ditanggung peminjam. Hal ini sangat kontras dengan etika syariah yang mengedepankan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*), di mana keuntungan dan kerugian ditanggung bersama secara adil. Selain itu, syariah melarang keras unsur ketidakpastian (*Gharar*) dan spekulasi (*Maisir*), menuntut transparansi penuh atas kualitas barang dan kejujuran dalam setiap akad. Jika dalam dunia konvensional harta dianggap sebagai hak milik pribadi yang bebas dikelola, dalam perspektif syariah harta adalah amanah titipan Tuhan yang di dalamnya melekat hak orang lain melalui zakat dan sedekah.

#### **I. Akhlak Sebagai Pilar Utama**

Akhlak bukan sekadar rangkaian tata krama atau etika formalitas, melainkan fondasi terdalam yang menentukan martabat seorang manusia. Secara esensial, akhlak adalah cerminan dari kondisi jiwa yang mewujudkan dalam perbuatan spontan tanpa beban. Dalam pandangan agama dan sosial, akhlak diposisikan sebagai pilar utama karena ia menjadi penyempurna dari seluruh rangkaian ilmu dan ibadah yang dilakukan seseorang. Tanpa fondasi moral yang kokoh, kecerdasan intelektual sering kali disalahgunakan untuk merugikan sesama, dan ketaatan ritual hanya akan menjadi rutinitas hampa tanpa makna sosial yang nyata.

Urgensi akhlak merambah ke berbagai dimensi kehidupan, mulai dari hubungan vertikal dengan Sang Pencipta hingga hubungan horizontal antarmanusia dan lingkungan. Seseorang yang memiliki akhlak mulia akan menunjukkan rasa syukur dan ketulusan dalam pengabdian, sekaligus menebarkan rasa aman, kejujuran, dan empati di tengah masyarakat. Akhlak bertindak sebagai perekat sosial yang mencegah perpecahan; di mana ada adab yang dijunjung tinggi, di situ kedamaian akan tumbuh subur. Sebaliknya, runtuhnya pilar akhlak dalam suatu bangsa biasanya menjadi pertanda awal kehancuran peradaban tersebut, yang ditandai dengan hilangnya rasa malu dan meluasnya ketidakadilan.

Untuk menjaga agar pilar ini tetap tegak, diperlukan proses pembiasaan yang berkelanjutan melalui keteladanan dan lingkungan yang positif. Membangun akhlak adalah investasi jangka panjang untuk menciptakan kualitas hidup yang lebih harmonis dan bermartabat. Pada akhirnya, kemuliaan seseorang tidak diukur dari seberapa tinggi takhtanya atau seberapa luas hartanya, melainkan dari seberapa luhur budi pekertinya dalam memperlakukan dunia dan seisinya.

## KESIMPULAN

Analisis ini menegaskan bahwa berbagai krisis etika dalam dunia bisnis modern, seperti praktik manipulasi, penipuan, dan eksploitasi pada dasarnya berakar dari pemisahan antara aktivitas ekonomi dengan nilai-nilai moral spiritual. Di tengah persaingan global yang sering kali hanya memuja keuntungan finansial, Islam hadir menawarkan solusi komprehensif melalui konsep akhlak yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah.

Implementasi karakter kenabian yang mencakup Shiddiq (kejujuran), Amanah (integritas), Tabligh (transparansi), dan Fathonah (kecerdasan profesional) terbukti mampu mengubah paradigma bisnis dari sekadar perburuan profit menjadi jalan pengabdian atau ibadah. Dalam konteks ini, akhlak berperan sebagai sistem pengendalian internal yang bersifat preventif; pelaku usaha didorong untuk bertindak adil bukan karena takut pada regulasi luar, melainkan karena kesadaran teosentris terhadap tanggung jawabnya kepada Tuhan.

Secara strategis, penerapan nilai-nilai seperti keadilan (*'adl*) dan kebaikan (*ihsan*), serta penghindaran terhadap praktik riba, *gharar*, dan *maisir*, memberikan dampak nyata bagi keberlanjutan usaha. Bisnis yang dibangun di atas fondasi moral akan melahirkan kepercayaan sebagai aset tak berwujud yang memperkuat reputasi, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan harmoni sosial. Dengan demikian, etika bisnis Islam bukan hanya merupakan kewajiban religius, melainkan sebuah alternatif sistemik yang mampu mewujudkan iklim ekonomi yang lebih adil, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aferdo, A. F. J., Awani, H., Yuliawan, J. N. R., Zaskia, S., & Hasimi, D. M. (2026). Etika dan Akhlak dalam Bisnis Islam: Penerapan Prinsip Syariah Sebagai Solusi Krisis Moral Modern. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 2(04), 1271–1275.
- Akademik, J., Dan, E., Tafana, A., Andika, B., Rizka, F., Mahyu, O., & Siregar, F. N. (2024). *Etika bisnis islam*. 1(4), 63–70.
- Anshari, A., & Jaharuddin, J. (2025). *Kewirausahaan Yang Beretika : Peran Akhlak Islami Dalam Membangun Kepercayaan dan Keberlanjutan*.
- Asdar, S. T., Saputra, D. A., Baehaki, A., & Azka, M. R. (2025). ETIKA BISNIS DALAM ISLAM: IMPLEMENTASI PRINSIP AKHLAK DALAM TRANSAKSI MUAMALAH. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 23–35.
- Azzahra, K. F., & Putri, J. (2025). Peran etika bisnis Islam dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap UMKM syariah. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 3(2), 539–550.
- Beekun, R. I. (2006). *Islamic business ethics* (Issue 2). International Institute of Islamic Thought (IIIT).
- Chapra, M. U. (2016). *The future of economics: An Islamic perspective* (Vol. 21). Kube Publishing Ltd.
- Diki Ahmad, A. K. (2025). Konsep Akhlak Tasawuf sebagai Fondasi Etika Bisnis Syariah. *Jurnal Dimamu*, 5.
- Fauzi, M. M. (2024). Bisnis Islami yang Berkah: Akhlak sebagai Faktor Kunci Kepercayaan Konsumen. *UNES Journal Of Social and Economics Research*, 9(2), 1–7.
- Hidayati, E., Hidayat, N., & Purnawati, R. T. (2025). Implikasi Akhlak Kepada Allah SWT di Era digital: Solusi Krisis Moral dan Sekularisasi Ilmu. *Tafáqquh: Jurnal Penelitian Dan Kajian Keislaman*, 13(2), 241–258.
- Humairoh, J. (2025). Application of Islamic Management Ethics in Business Decision Making. *JUMEBIN: Journal of Management, Economics, Business, and Investment*, 1(1), 29–32.
- Khairunisa, P. N. (2019). Etika bisnis dalam Islam terhadap transaksi terlarang riba dan gharar. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(02), 190–203.
- Kurniati, S. (2024). Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *MUAMALAH*, 14(1).
- Madyasari, A. Y., & Madyasari, A. Y. (2023). Tantangan Etika Dalam Bisnis Internasional Yang Penuh Persaingan Di Era Globalisasi. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi*, 15(2), 238–251.

- Permata, S., & Iqbal, M. (2021). Implementasi Etika Bisnis Pedagang Islam Dalam Transaksi Akad Bay' Al-Salam. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 51–63.
- Prof. Dr Lina Marlina, M. A. (2024). *Bisnis Islam* (2024th ed.). PT. Penerbit Bukuloka Literasi Bangsa.
- Putra, H. (2025). ANALISIS PRAKTEK MAYSIR, GHARAR, DAN RIBA PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DI INDONESIA. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 8(1), 400–410.
- Rasyid, I. B., & Misbach, I. (2023). Implementation of Islamic Business Ethics in the Management of Sharia Hotel Sumber Mulya, Nunukan Regency, North Kalimantan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1).
- Sahnan, A. (2018). *Konsep Akhlak dalam Islam dan Kontribusinya Terhadap Konseptualisasi Pendidikan Dasar Islam*. 2(2).
- Salehuddin, S. (2025). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Lingkungan Organisasi Bisnis Pada Era Globalisasi. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Organisasi*, 3(2), 168–174.
- Sari, E. A. I. P., Sikki, N., Budiawan, L. N., Mandala, N. A., & Naja, N. S. (2025). Contemporary Business Ethics: Navigating Moral Challenges in the Modern Corporate World. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 2691–2696.
- Siddiqi, M. N. (2004). *Riba, bank interest and the rationale of its prohibition*. Islamic Research and Training Institute Jeddah.