

Tauhid Sebagai Fondasi Dalam Bisnis Islam

Ahnaf *¹

Luluaini'arpa Amiliyah ²

Lutfia Nurhaliza ³

Diah Mukminatul Hasimi ⁴

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

*e-mail: ahnafbukit2234@gmail.com¹, luluaini421@gmail.com², lutfianurhaliza2006@gmail.com³.

Abstrak

Tauhid merupakan landasan utama dalam seluruh aspek kehidupan seorang Muslim, termasuk dalam aktivitas bisnis. Konsep tauhid menegaskan bahwa Allah adalah satu-satunya sumber hukum, tujuan akhir, dan penguasa seluruh aktivitas manusia, sehingga setiap kegiatan ekonomi harus berlandaskan nilai keimanan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana tauhid menjadi fondasi moral dan spiritual dalam bisnis Islam serta bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku dan etika bisnis. Dengan menggunakan pendekatan studi literatur terhadap berbagai sumber fiqh muamalah, ekonomi Islam, dan pemikiran ulama kontemporer, penelitian ini menemukan bahwa tauhid melahirkan prinsip-prinsip utama seperti kejujuran, keadilan, amanah, larangan praktik haram, serta tanggung jawab sosial dalam berbisnis. Tauhid juga menghubungkan aktivitas bisnis dengan nilai ibadah melalui niat yang ikhlas dan kepatuhan terhadap syariat. Dengan demikian, tauhid tidak hanya menjadi konsep teologis, tetapi menjadi fondasi etis yang membentuk karakter, orientasi, dan tujuan bisnis dalam Islam. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa penerapan nilai-nilai tauhid dalam dunia bisnis mampu menciptakan aktivitas ekonomi yang berkah, berkeadilan, dan memberikan kemaslahatan bagi masyarakat luas.

Kata kunci: Tauhid, Fondasi, Bisnis Islam

Abstract

Tawhid is the primary foundation for all aspects of a Muslim's life, including business activities. The concept of tawhid affirms that Allah is the sole source of law, the ultimate goal, and the ruler of all human activity, therefore, every economic activity must be based on the values of faith. This study aims to explain how tawhid serves as the moral and spiritual foundation of Islamic business and how it influences business behavior and ethics. Using a literature review approach examining various sources of Islamic jurisprudence (fiqh) on muamalah (Islamic muamalah), Islamic economics, and the thoughts of contemporary scholars, this study finds that tawhid gives rise to key principles such as honesty, justice, trustworthiness, the prohibition of haram practices, and social responsibility in business. Tawhid also connects business activities with the values of worship through sincere intentions and adherence to sharia. Thus, tawhid is not merely a theological concept but also an ethical foundation that shapes the character, orientation, and goals of business in Islam. The results of this study confirm that the application of tawhid values in the business world can create economic activities that are blessed, just, and provide benefits to the wider community.

Keywords: Tawhid, Foundation, Islamic Business

PENDAHULUAN

Tauhid, yang merupakan inti utama dari ajaran Islam, menekankan keyakinan akan keesaan Allah dalam segala aspek keberadaan-Nya. Konsep ini mencakup pengakuan bahwa Allah adalah satu-satunya uyang Maha Esa, pencipta alam semesta, yang pantas disembah, dan pemilik sifat-sifat sempurna (Alfadhilah et al. 2025). Tauhid memberikan panduan yang jelas bagi orang Islam, membantu mereka untuk mengakui Allah dalam semua aspek kehidupan, seperti ibadah, pekerjaan, dan interaksi sosial. Dengan mengikuti tauhid, orang Islam berusaha untuk mendapatkan keridhaan Allah dan kebahagiaan di akhirat. Prinsip ini terlihat dalam cara mereka beribadah, contohnya syahadat yang merupakan pengakuan tentang keesaan Allah, dan juga dalam shalat, zakat, puasa, serta haji yang didasarkan pada nilai-nilai tauhid. Melalui tauhid, orang-orang mendapatkan kekuatan spiritual dan pemahaman yang mendalam tentang arti dari setiap ibadah yang mereka lakukan.

Manusia sebagai makhluk sosial juga telah ditakdirkan untuk hidup dalam masyarakat, saling mendukung, bekerja sama, dan membantu antar individu atau kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak bisa memenuhi semua kebutuhannya seorang diri tanpa adanya bantuan dari orang lain. Bahkan, untuk melakukan tindakan sederhana seperti tersenyum pun, seseorang memerlukan kehadiran orang lain, karena senyum tidak bisa dilakukan secara sendiri tanpa interaksi. Untuk mencapai kemajuan dan memenuhi kebutuhan hidup, kerjasama serta gotong royong menjadi kunci utama, yang diwujudkan melalui interaksi sosial dalam memenuhi kebutuhan ekonomi (Djalaluddin 2016). Proses ini sering disebut sebagai bisnis. Secara umum, bisnis merujuk pada kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang terorganisir untuk memproduksi dan mendistribusikan barang serta jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan, sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat.

Bisnis memainkan peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat, baik di tingkat lokal maupun internasional. Di Indonesia, bisnis tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menciptakan nilai ekonomi, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai budaya dan spiritualitas masyarakat. Sebagai negara dengan mayoritas Muslim, agama Islam sering kali menjadi fondasi utama dalam membentuk pola pikir dan perilaku masyarakat, termasuk dalam dunia bisnis. Salah satu nilai pokok dalam Islam adalah tauhid, yaitu keyakinan akan keesaan Allah, yang menjadi dasar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam etika dan praktik bisnis.

Pada era globalisasi yang semakin maju, pengusaha Muslim menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan prinsip dan etika bisnis yang sejalan dengan nilai tauhid. Mereka sering kali berada di posisi yang sulit antara mengejar keuntungan finansial dan menjaga integritas spiritual dalam menjalankan usaha mereka. Seiring dengan meningkatnya pemahaman akan pentingnya dimensi spiritual dalam dunia bisnis, penerapan nilai tauhid dalam bisnis ini menjadi semakin penting untuk diperhatikan. Nilai tauhid mengajarkan pengusaha untuk tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga memperhatikan dampak sosial, menjunjung tinggi etika, kejujuran, serta tanggung jawab (Padilah et al. 2025).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi literatur (*library research*), yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan menghimpun berbagai data dan informasi dari sumber-sumber tertulis yang relevan (Abdussamad 2021). Pendekatan tersebut dipilih karena kajian ini membahas konsep teoritis mengenai tauhid dan implementasinya dalam bisnis Islam yang dapat dianalisis melalui literatur ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Bisnis Islam dalam Al-Qur'an dan Hadis

Kegiatan bisnis dalam Islam bukan hanya mengenai kegiatan jual beli yang targetnya mendapatkan keuntungan. Namun bisnis ini lebih mengarah kepada hukum Islam yang sesuai dengan Al Quran dan Hadis. Jadi bisnis ini dibatasi oleh cara mendapatkan keuntungan dan mengembangkannya dengan konsep halal dan haram. Jika halal dijalankan namun jika haram maka ditinggalkan. Sehingga bukan melulu keuntungan namun juga mendapatkan keridhoan dari Allah (Herzeqovina 2020). Bisnis dalam Al-Qur'an juga dijelaskan dengan kata "*tijarah*" (perniagaan/perdagangan), yang mencakup dua makna, yaitu: pertama, perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Ketika seseorang memilih petunjuk dari Allah, mencintai Allah dan Rasul-Nya, berjuang di jalan-Nya dengan harta dan jiwa, membaca kitab Allah, mendirikan salat, menafkahkan sebagian rezekinya, maka itu adalah sebaik-baik perniagaan antara manusia dengan Allah. Al-Quran juga mengatur kegiatan bisnis secara eksplisit dengan banyaknya instruksi yang sangat detail tentang hal yang dibolehkan dan tidak dibolehkan dalam menjalankan praktek bisnis (Sari 2024). Salah satunya dapat dilihat dalam Al-Qur'an mengenai tata cara jual beli yang telah dijelaskan dengan baik, misalnya dalam aspek pencatatan untuk jual beli dengan waktu tempo, atau jual beli yang dilakukan dengan tidak merugikan masing-masing pelakunya, sebagaimana terdapat dalam Q.S An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Terjemah: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa [4]:29)

Salah satu ayat Al-Qur'an dijelaskan juga bahwa ketika seseorang membeli petunjuk Allah dengan kesesatan, maka ia termasuk seseorang yang tidak beruntung. Segala sesuatu yang ada di dunia ini hakikatnya adalah perniagaan, yaitu membeli akhirat dengan segala kebaikan yang dilakukan di dunia, dan ini adalah perniagaan yang tidak pernah merugi sekaligus perniagaan yang bisa menyelamatkan manusia dari azab yang pedih di akhirat nantinya; kedua, adapun makna kata “*tijarah*” yang kedua adalah perniagaan secara khusus, yang berarti perdagangan ataupun jual beli antarmanusia, yang terkait dengan jual beli barang/jasa. Selain Al-Qur'an yang menjelaskan tentang konsep bisnis, di dalam hadis bisnis juga mendapatkan tempat khusus dalam pembahasan tentang kitab *al-buyu'* (pembahasan tentang jual beli). Terdapat beberapa aturan-aturan bisnis dalam kitab *al-buyu'* tersebut, yang dipaparkan dengan tujuan untuk melindungi kemaslahatan pebisnis dan konsumen, Seperti transaksi yang merugikan para pelakunya. (Ika Yunia Fauzia 2021).

Tauhid (Akidah) dalam Konteks Bisnis Islam

Tauhid secara bahasa adalah masdar dari *wahhada-yuwahhidu* yang artinya menjadikan sesuatu menjadi satu saja. Konsep *tauhid* merupakan konsep peng-esa-an Allah, yang mana Allah adalah esa (satu) dari segi bilangan, dan dalam Q.S. Al-Ikhlâs disebutkan bahwa Allah adalah Tuhan yang tidak beranak, tidak mempunyai istri dan juga tidak beranak, serta tidak ada sesuatu pun yang setara dengan-Nya. Konsep tauhid ataupun akidah selalu mendasari semua aktivitas dan gerak gerik seorang Muslim, karena hal tersebut selalu berkaitan dengan semua aspek kehidupan seorang Muslim. Begitu juga dalam bisnis Islam, aspek tauhid menjadi *entry point* untuk mengawali bisnis, sehingga aktivitas yang ada dalam bisnis selalu berkaitan dengan proses pen-*tauhid*-an seorang pebisnis kepada Allah (Ika Yunia Fauzia 2021).

Tauhid atau akidah ini merupakan fondasi fundamental ajaran Islam. Pada intinya bahwa prinsip ini menegaskan bahwa Allah adalah pemilik sejati seluruh yang ada di alam semesta ini. Allah tidak menciptakan sesuatu dengan sia-sia dan manusia diciptakan hanya untuk beribadah kepada-Nya. Oleh karena itu, pelaksanaan bisnis seharusnya didasarkan pada konsep penyerahan diri dan menyakini bahwa semua yang diperjual belikan dalam bisnis hanyalah milik Allah semata, melaksanakan bisnis berbasis ibadah (Alfaqih 2018).

Dalam bisnis Islam, tauhid bukan hanya konsep teologis, tetapi fondasi yang mengatur seluruh sistem dan perilaku ekonomi. Tauhid menjadikan bisnis sebagai ibadah, menuntut kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Dengan tauhid, pelaku bisnis menyadari bahwa Allah adalah tujuan akhir dan seluruh aktivitas ekonomi harus mengikuti syariat-Nya.

Aktivitas Bisnis Islam Untuk Ibadah

Bisnis dalam aktivitasnya merupakan kegiatan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup sehari-hari (Rahman 2020). Bisnis Islam adalah bisnis yang dilakukan berdasarkan ketuhanan karena diniatkan untuk ibadah lillahi ta'aala, sehingga sarana yang digunakan dalam berbisnis juga sesuai dengan ketentuan yang diridai oleh Allah Swt. Manusia diberikan hak untuk hidup di muka bumi ini setidaknya mempunyai satu kewajiban, yang merupakan alasan penciptaan manusia tersebut, yaitu untuk beribadah kepada Allah Swt, terdapat dalam Q.S Al-Dzariyat [51]: 56 di bawah ini:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ (٥٦)

Terjemah: “Tidaklah Aku (Allah) menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah-Ku (beribadah kepada-Ku).” Q.S Al-Dzariyat [51]: 56

Pada ayat di atas dinyatakan bahwa semua tindakan yang dilakukan oleh manusia semata-mata hanya untuk mengabdikan kepada Allah Swt., cara mengabdikan kepada Allah dilakukan dengan menjalankan segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-larangan-Nya. Maka dalam sebuah bisnis, etika bisnis Islam dilakukan dalam rangka mendukung aspek ibadah kepada Allah,

agar bisnis senantiasa berjalan di koridor yang diridai-Nya. Ketika seorang Muslim memproduksi produk/jasa, mendistribusikan produk/jasa serta mengonsumsi produk/jasa, maka semua dilakukan atas dasar ibadah. Maka, jika semakin bertambah banyak hartanya, maka semakin bertambah pula keimanannya kepada Allah. Berbisnis dengan melibatkan Allah di dalamnya, tidak akan merasa kosong dan hampa, maka semakin banyak keuntungan dan profit yang didapatkan akan semakin tinggi kesyukuran kepada Allah. Bisnis dengan diniatkan ibadah akan selalu mengisi aktivitasnya dengan kebaikan, dan melibatkan etika bisnis Islam di setiap aktivitasnya, karena Allah adalah orang ketiga dalam bisnis apabila pelakunya tidak berusaha mengkhianati satu sama lain. (Ika Yunia Fauzia 2021).

Setiap aktivitas bisnis dalam Islam dapat menjadi ibadah jika dilakukan dengan niat yang benar, cara yang halal, etika yang baik, dan memberi manfaat. Dengan demikian, bisnis bukan hanya kegiatan ekonomi, tetapi bagian dari penghambaan kepada Allah dan sarana meraih keberkahan.

Aksioma dan Ruang Lingkup Bisnis Islam

Aksioma adalah sesuatu yang berharga dan dianggap sebagai suatu pernyataan yang bisa dilihat kebenarannya tanpa perlu adanya suatu bukti. Aksioma adalah pernyataan yang sudah pasti kebenarannya, sehingga jika pernyataan ini ditarik ke dalam bahasan tentang bisnis Islam, maka beberapa pernyataan di bawah ini mencerminkan nilai- batasan banyaknya subjek (materi dan variabel) yang ada dalam sebuah nilai dalam bisnis Islam yang benar.

Aksioma dan ruang lingkup dalam bisnis Islam dikendalikan yang merupakan dasar utama dan landasan dalam pelaksanaan bisnis oleh lima hal, yaitu: *pertama*, konsep *khalifah* dan *istikhlaf* (*vicegerence*) Islam; *kedua*, *maslahah* (*social welfare*), merupakan satu tujuan dalam semua aktivitas dalam ekonomi syariah, termasuk dalam bisnis Islam; *ketiga*, *falah* (*victory*) adalah kesuksesan, kemuliaan dan kemenangan dalam hidup ; *keempat*, *ihsan* (*benevolence*) merupakan satu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dengan memberikan yang terbaik. (Ika Yunia Fauzia 2021).

Etika Dasar Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah sebuah landasan penting dalam melaksanakan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam (Tafana et al. 2024). Beberapa etika dalam bisnis Islam mencakup bahasan tentang bagaimana proses untuk mengubah input menjadi sebuah output, dengan mempertimbangkan aspek operasional serta diakhiri dengan pertanggungjawaban yang baik. Etika dasar dalam bisnis Islam bisa digambarkan dengan empat hal di bawah ini, mencakup bahasan tentang *tauhid* (*unity*), *tawazun* (*equilibrium*), *hurriyah al-iradah* (*free will*), dan *mas'uliyah* (*responsibility*). (Ika Yunia Fauzia 2021).

Teladan dalam Konsep Keadilan dan Kejujuran Menurut Bisnis Islam

Teladan keadilan dan kejujuran dalam bisnis Islam berakar pada prinsip Shiddiq (jujur), Adil (adil), dan Tabligh (transparan), sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Teladan ini mencakup kejujuran dalam perkataan dan perbuatan, menghindari penipuan, menawarkan produk berkualitas, menetapkan harga yang wajar, memperlakukan pelanggan dengan setara, serta menjaga transparansi dalam setiap transaksi (Haitam 2018).

Keadilan dalam etika bisnis merujuk pada prinsip untuk memperlakukan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis dengan cara yang adil, setara, dan tidak diskriminatif. Ini mencakup berbagai aspek, seperti distribusi keuntungan yang adil, perlakuan yang setara terhadap karyawan, pelanggan, pemasok, dan pemangku kepentingan lainnya, serta penerapan keputusan yang transparan dan objektif.

Kejujuran dalam konteks etika bisnis merujuk pada kesesuaian antara tindakan dan kata-kata dengan nilai-nilai moral yang diterima secara umum, seperti keterbukaan, integritas, dan transparansi. Etika bisnis, di sisi lain, adalah seperangkat prinsip moral yang mengatur bagaimana individu dan organisasi berperilaku dalam dunia bisnis. Kejujuran dalam bisnis meliputi hal-hal seperti kejujuran dalam berkomunikasi, pemasaran, transaksi, serta hubungan antara pemangku kepentingan (*stakeholders*). Kejujuran memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan kepercayaan antara berbagai pihak yang terlibat dalam aktivitas bisnis (Rokan 2013).

Perbedaan Bisnis Islami dan Non-Islami

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 ethic*. 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.

Dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi Muslim adanya konsepsi hubungan manusia dengan Tuhan-Nya. Yang dalam bahasa agama di kenal dengan istilah (*hablum minullah wa hablum minannas*). Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab, bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kiadah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengetahuan bisnis tidak di batasi dengan urusan dunia saja, tetapi mencakup seluruh kegiatan di dunia yang "dibisniskan" (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat (Efilianti 2018).

Taqwa juga diperlukan dalam berbisnis, karena bukan hanya berkaitan dengan perilaku dan sikap mental, atau dengan ungkapan lain taqwa merupakan sintesa kedua unsur itu. Seorang yang *muttaqin* ialah orang yang mempunyai perilaku yang baik dan sikap mental atau integritas yang mantap dan konsekuensi dalam melaksanakan perintah dan meninggalkan larangan Allah SWT. Dengan dimilikinya sifat taqwa yang demikian kuat, maka seorang pebisnis akan melakukan usaha-usaha bisnis dengan cara-cara yang halal serta jauh dari praktek-praktek eksploitasi, monopoli, dan semua unsur yang akan mengakibatkan kerugian pihak lain. Dengan adanya sifat taqwa, seorang pebisnis tidak perlu mengindari persaingan selama dilakukan secara santun dan penuh keakraban, dalam arti persaingan itu tidak dalam konteks saling menjatuhkan melainkan sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan dengan cara yang benar.

Begitulah efektifnya sifat taqwa dalam menjaga dan mengayomi kehidupan umat, jangankan melakukan riba, menumpuk barang saja dia tidak mau, tapi sebaliknya jika taqwa tidak dimiliki oleh seorang pebisnis maka kemungkinan dia menempuh cara-cara yang tidak benar atau haram sangat besar dilakukan sekalipun dia mengaku beriman, namun kalau taqwa tidak ada atau tipis, masih mudah tergoda oleh berbagai rayuan duniawi yang kadang-kadang *lahiriyahnya ukhrawi*, tapi *bathiniyahnya* duniawi. Untuk mengimplementasikan etika islam dalam berbisnis itu tidak ada jalan lain kecuali lewat jalur taqwa, yakni dia merasakan ada hubungan batin yang terus menerus antara dia dengan Allah SWT. seperti yang dimiliki oleh seorang yang tulus (*mukhlis*) dalam beramal. Jika kondisi kejiwaan yang demikian telah tertanam di dalam dirinya, maka, bisnis yang dilakukannya tidak mungkin membuat orang lain terdzalimi dan dia pun akan mendapatkan keuntungan ganda, di dunia dan akhirat (Hafizah 2012).

KESIMPULAN

Tauhid merupakan fondasi utama dalam bisnis Islam, di mana segala aktivitas bisnis harus berlandaskan pengesaan Allah dan niat beribadah lillah. Bisnis dalam Islam bukan hanya soal memperoleh keuntungan materi, melainkan juga ibadah yang menuntut integritas, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Bisnis Islam berperan penting dalam kemajuan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat dengan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai etika Islami seperti keadilan, ihsan, dan keseimbangan (*tawazun*) antara dunia dan akhirat. Konsep khalifah dan istikhlaf juga mengajarkan tentang tanggung jawab manusia sebagai pengelola titipan Allah yang harus dijalankan dengan penuh amanah.

Prinsip masalah dan falah mengarahkan kegiatan bisnis untuk membawa kemaslahatan dan kemenangan hakiki, yang tidak hanya bersifat duniawi tapi juga ukhrawi. Etika dasar seperti tauhid, *tawazun*, *hurriyah al-iradah* (kehendak bebas), dan *mas'uliyah* (pertanggungjawaban) menjadi landasan praktis dalam menjalankan bisnis yang sesuai syariah. Teladan Rasulullah dalam berbisnis yang penuh kejujuran dan keadilan memberikan acuan utama, bahwa

keuntungan halal harus diperoleh dengan cara yang halal pula. Bisnis yang diniatkan sebagai ibadah akan mendapat perlindungan Allah sebagai pihak ketiga dalam hubungan bisnis sehingga terhindar dari kecurangan dan kezaliman. Bisnis Islami berbeda dengan non-Islami karena mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dan moralitas yang meliputi halal-haram, dan mendorong pelaku bisnis berpegang pada taqwa sebagai landasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfadhilah, Jauharotina, Lc M. Ag, Dwi Nurul Hidayah, and Lathifah Fianur Laila. 2025. "Implementasi Nilai-Nilai Tauhid Dalam Dakwah Islamiyah Di Era Digital." *ASWALALITA Journal of Da'wah Management* 4(1):20.
- Alfaqiih, Abdurrahman. 2018. "Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis Dalam Islam Bagi Pelaku Usaha Muslim." *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 24(3):448-66. doi: 10.20885/iustum.vol24.iss3.art6.
- Djalaluddin, Ahmad. 2016. "Ekonomi Dan Bisnis Islam." *Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada* h.22.
- Efilianti, Desi. 2018. "Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil." *ESA: Jurnal Ekonomi Syariah* 1(2):50-59.
- Fauzia, Ika Yunia. 2021. "Etika Bisnis Islam Era 5.0." Depok: PT. Raja Grafindo Persada. h.48.
- Hafizah, Yulia. 2012. "Khiyar Sebagai Upaya Mewujudkan Keadilan Dalam Bisnis Islami." *AT - TARADHI Jurnal Studi Ekonomi* 3(2):165-71. doi: 10.18592/taradhi.v3i2.571.
- Haitam, Ibnu. 2018. "Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Persepsi Atthabary Dan Al-Qurtubhy." *MUKADDIMAH: Jurnal Studi Islam* 2(2):315-34.
- Herzeqovina, Berlian. 2020. "Konsep Manajemen Bisnis Islam Dalam Pandangan Islam Berdasarkan Al-Qur'an Dan Hadits." *Al-Fatih: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman* 3(1):139-54. doi: 10.30821/alfatih.v3i1.80.
- Padilah, Padlan, Fujiah Zaharani, Syahrul Anwar, and Universitas Pendidikan Indonesia. 2025. "Integrasi Nilai Tauhid Dalam Kewirausahaan : Studi Kasus Pada Bisnis Kerajinan Sapu Injuk." *MES Management Journal* 4(2):738-51. doi: 10.56709/mesman. V4.i2.741.
- Rahman, Supandi. 2020. "Bisnis Dalam Islam." *Mutawazzin (Jurnal Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Sultan Amai Gorontalo)* 1(1):54-62.
- Rokan. 2013. "Bisnis ala Nabi: Teladan Rasulullah Saw. dalam Berbisnis." Yogyakarta: Bentang Pustaka, h.33.
- Sari. 2024. "Enterpreneurship Dalam Al-Qur'an: Konsep Bisnis Islam Dan Peran Wirausahawan Sebagai Agen Perubahan Ekonomi." *Jebesh: Journal Of Economics Business Ethic and Science Histories*, 2(3).
- Tafana, Aura, Bayu Andika, Fahira Rizka, Olivia Mahyu, and Feby Nurhalizah Siregar. 2024. "Etika Bisnis Islam." *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen* 1(4):63-70. doi: 10.61722/jaem.v1i4.3213.