

## Konsep Etika Bisnis Islam dan Relevansinya dalam Ekonomi Modern

Indah Aprisa, Nur Buana Amir, Muh. Imran, Bustan Ramli

Institut Agama Islam Negeri Bone

Email : [indahaprisa31@gmail.com](mailto:indahaprisa31@gmail.com)

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep etika bisnis Islam serta relevansinya dalam menghadapi dinamika ekonomi modern yang ditandai oleh globalisasi dan digitalisasi. Permasalahan utama yang diangkat adalah meningkatnya praktik bisnis yang mengabaikan nilai moral, seperti manipulasi informasi, ketidakadilan, dan rendahnya transparansi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) melalui telaah kritis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, dan dokumen akademik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam yang berlandaskan prinsip kejujuran, keadilan, amanah, tanggung jawab, dan transparansi memiliki peran penting dalam menciptakan sistem ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam terbukti mampu meningkatkan kepercayaan, reputasi, dan keberlanjutan usaha. Namun demikian, implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan, seperti dominasi paradigma ekonomi konvensional, rendahnya literasi etika, serta kompleksitas ekonomi digital. Oleh karena itu, diperlukan penguatan nilai, regulasi, dan kesadaran untuk mengoptimalkan penerapan etika bisnis Islam dalam praktik ekonomi kontemporer.

**Kata Kunci:** *Etika Bisnis Islam, Ekonomi Modern, Kejujuran, Keadilan, Keberlanjutan Bisnis*

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi modern dalam beberapa dekade terakhir menunjukkan dinamika yang sangat pesat, ditandai dengan globalisasi, digitalisasi, serta transformasi model bisnis berbasis teknologi. Salah satu indikatornya terlihat dari pertumbuhan ekonomi digital yang terus meningkat. Di Indonesia, nilai ekonomi digital diperkirakan mencapai lebih dari USD 82 miliar pada tahun 2023 dan diproyeksikan terus tumbuh hingga melampaui USD 130 miliar dalam beberapa tahun ke depan (Ekonomi & Layar, 2023). Pertumbuhan ini didorong oleh ekspansi e-commerce, fintech, dan berbagai platform digital yang memudahkan transaksi ekonomi secara cepat dan luas. Namun demikian, di balik perkembangan tersebut, muncul berbagai persoalan etika seperti praktik penipuan online, manipulasi informasi produk, pelanggaran privasi data, hingga ketidakadilan dalam sistem distribusi keuntungan (Nasution et al., 2025).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi modern cenderung berorientasi pada keuntungan semata tanpa diimbangi dengan pertimbangan moral yang memadai. Berbagai kasus pelanggaran etika dalam dunia bisnis, baik pada sektor konvensional maupun digital, mengindikasikan adanya krisis nilai dalam praktik ekonomi kontemporer (Nurhikmah Ramadhani, 2025). Dalam konteks ini, etika bisnis menjadi elemen penting yang tidak hanya berfungsi sebagai pedoman normatif, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam menciptakan sistem ekonomi yang berkeadilan, transparan, dan berkelanjutan.

Secara filosofis, etika merupakan cabang ilmu yang membahas tentang nilai-nilai moral yang menjadi dasar dalam menentukan baik dan buruknya suatu tindakan manusia. Dalam dunia bisnis, etika berperan sebagai landasan dalam mengarahkan perilaku pelaku usaha agar tidak menyimpang dari nilai-

nilai kemanusiaan dan keadilan (Ramadhani, 2025). Dengan demikian, keberhasilan suatu bisnis tidak hanya diukur dari besarnya keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari sejauh mana aktivitas tersebut dijalankan secara etis dan bertanggung jawab.

Islam sebagai sistem nilai yang komprehensif menawarkan konsep etika yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Etika bisnis Islam menekankan prinsip-prinsip fundamental seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adl*), amanah, tanggung jawab, serta transparansi dalam setiap transaksi (Maulida, Novita, 2024). Selain itu, Islam secara tegas melarang praktik-praktik yang merugikan seperti riba, gharar, dan penipuan, sehingga membentuk sistem ekonomi yang lebih adil dan berimbang. Konsep ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga pada keberkahan dan kemaslahatan sosial.

Perbedaan mendasar antara etika bisnis Islam dan etika bisnis konvensional terletak pada orientasi tujuan dan landasan nilai. Sistem ekonomi konvensional cenderung berorientasi pada maksimalisasi keuntungan (*profit-oriented*), sedangkan etika bisnis Islam mengedepankan keseimbangan antara kepentingan individu dan sosial, serta antara aspek material dan spiritual (Nursaadah & Konsumen, 2025). Dalam perspektif Islam, aktivitas bisnis tidak hanya dipandang sebagai kegiatan ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah yang memiliki dimensi pertanggungjawaban kepada Allah SWT (Lestari & Jubaedah, 2023).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa etika bisnis Islam memiliki relevansi yang kuat dalam menghadapi dinamika ekonomi modern, khususnya pada era digital. Penelitian oleh (Hermawan et al., 2025) menemukan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi tetap relevan diterapkan dalam transaksi digital serta mampu mencegah praktik bisnis yang merugikan konsumen. Penelitian oleh (Hermawan et al., 2025) menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam berkontribusi dalam membangun loyalitas pelanggan melalui peningkatan kepercayaan dan hubungan harmonis antara perusahaan dan konsumen. Sementara itu, penelitian (Srikandi Yudistira, Rustam, Pablo Sindo, 2025) menunjukkan bahwa perkembangan bisnis digital telah menyebabkan penurunan nilai kejujuran dan amanah akibat orientasi keuntungan instan, sehingga diperlukan penguatan etika bisnis berbasis nilai-nilai Islam dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih membahas etika bisnis Islam secara parsial dan lebih terfokus pada aspek tertentu, sehingga diperlukan kajian yang lebih komprehensif mengenai relevansi, dampak, serta tantangan implementasi etika bisnis Islam dalam konteks ekonomi modern secara menyeluruh.

Di tengah perkembangan ekonomi modern, khususnya dalam era digital dan globalisasi, relevansi etika bisnis Islam menjadi semakin penting (Lili Pitriyani, n.d.). Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kompleksitas transaksi ekonomi serta munculnya berbagai tantangan baru yang berkaitan dengan kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab dalam bisnis. Misalnya, dalam praktik e-commerce, sering ditemukan ketidaksesuaian antara informasi produk dan realitas barang, yang bertentangan dengan prinsip kejujuran dalam Islam. Selain itu, praktik eksploitasi tenaga kerja dan ketimpangan ekonomi global juga menunjukkan perlunya sistem etika yang mampu menyeimbangkan kepentingan ekonomi dengan nilai keadilan (Nurqolbiani, 2026).

Lebih lanjut, penerapan etika bisnis Islam terbukti memiliki implikasi positif terhadap keberlanjutan usaha. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip etika, seperti transparansi dan keadilan, cenderung memiliki tingkat kepercayaan konsumen yang lebih tinggi serta loyalitas pelanggan yang lebih kuat (Gofur, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa etika tidak hanya memiliki dimensi normatif, tetapi juga berdampak secara ekonomis dalam jangka panjang.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa etika bisnis Islam memiliki posisi yang sangat penting dalam menjawab berbagai tantangan ekonomi modern yang semakin kompleks. Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam menciptakan sistem ekonomi yang lebih transparan, berkeadilan, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai konsep, relevansi, dampak, serta tantangan implementasi etika bisnis Islam dalam konteks ekonomi modern. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian ekonomi Islam sekaligus menjadi referensi dalam membangun praktik bisnis yang lebih etis dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) (Aminah, S., Hidayat, 2023). Pendekatan ini dipilih karena kajian berfokus pada analisis konseptual mengenai etika bisnis Islam dan relevansinya dalam ekonomi modern, sehingga data yang digunakan bersumber dari literatur, bukan dari penelitian lapangan. Proses penelitian dilakukan melalui penelaahan secara mendalam dan kritis terhadap berbagai sumber tertulis yang memiliki keterkaitan dengan topik yang dibahas. Sumber data dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh dari buku-buku ilmiah, artikel jurnal, prosiding, serta dokumen-dokumen akademik dan regulatif yang relevan dengan etika bisnis, filsafat moral, dan ekonomi Islam. Seluruh sumber tersebut dipilih secara selektif dengan mempertimbangkan kredibilitas dan relevansinya terhadap fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi, yaitu dengan cara menelusuri, mengidentifikasi, dan mengumpulkan berbagai referensi yang mendukung kajian. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif, dengan tujuan untuk menguraikan serta mengkaji konsep, prinsip, dan perkembangan pemikiran yang berkaitan dengan etika bisnis Islam (Mufarrochah et al., 2025). Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pengelompokan data berdasarkan tema, penyederhanaan informasi yang relevan, serta penafsiran terhadap isi literatur untuk menemukan keterkaitan antar konsep. Hasil analisis tersebut selanjutnya disusun secara sistematis sehingga menghasilkan pemahaman yang utuh dan komprehensif mengenai permasalahan yang diteliti. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kajian yang mendalam dengan berlandaskan teori serta pemikiran para ahli yang telah teruji dalam literatur akademik, sehingga menghasilkan simpulan yang logis, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Konsep Dasar Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis Islam merupakan suatu sistem nilai yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga bersifat transformatif dalam membentuk perilaku ekonomi manusia. Berbeda dengan pendekatan etika dalam sistem konvensional yang cenderung sekuler dan rasional-instrumental, etika bisnis Islam berakar pada wahyu (Al-Qur'an dan Hadis) yang memberikan legitimasi teologis terhadap setiap aktivitas ekonomi (Kristiani et al., 2024). Dengan demikian, aktivitas bisnis dalam Islam tidak dipandang sebagai kegiatan yang bebas nilai (*value-free*), melainkan sebagai aktivitas yang sarat dengan tanggung jawab moral dan spiritual (Nurlisa Safitri, Andi Lisa Aryani Hamjan, Bustan Ramli, 2025).

Secara konseptual, etika bisnis Islam dibangun di atas prinsip tauhid (kesatuan), yang menjadi landasan utama dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Tauhid menegaskan bahwa seluruh sumber daya yang ada di dunia merupakan milik Allah SWT, sementara manusia

hanya berperan sebagai khalifah (pengelola) (Istiqomah, 2026). Implikasi dari prinsip ini adalah bahwa setiap aktivitas bisnis harus dijalankan sesuai dengan ketentuan syariah dan tidak boleh melanggar nilai-nilai yang telah ditetapkan (Tambunan et al., 2020). Dengan kata lain, kebebasan dalam berbisnis tetap berada dalam koridor tanggung jawab kepada Allah SWT.

Prinsip-prinsip seperti kejujuran (*sidq*), keadilan (*'adl*), amanah, tanggung jawab, dan transparansi merupakan manifestasi praktis dari nilai tauhid dalam aktivitas ekonomi (Qurratulaini, 2024). Kejujuran, misalnya, bukan sekadar tuntutan etika sosial, tetapi juga merupakan bentuk ketaatan kepada Allah SWT. Dalam praktik bisnis, kejujuran tercermin dalam penyampaian informasi yang benar, tidak adanya manipulasi data, serta kesesuaian antara produk yang ditawarkan dengan realitasnya. Sementara itu, keadilan menjadi prinsip yang memastikan bahwa setiap pihak dalam transaksi memperoleh haknya secara proporsional, tanpa adanya eksploitasi atau penindasan.

Amanah sebagai salah satu prinsip utama memiliki posisi sentral dalam etika bisnis Islam. Amanah tidak hanya dimaknai sebagai kepercayaan dalam arti sempit, tetapi juga mencakup tanggung jawab moral yang melekat pada setiap individu dalam menjalankan peran ekonominya. (Arif Budiman, 2025) Hal ini ditegaskan dalam firman Allah SWT:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا ۚ

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya...” (QS. An-Nisa: 58)

Ayat ini menegaskan bahwa amanah merupakan kewajiban yang harus ditunaikan secara penuh, baik dalam hubungan antar individu maupun dalam sistem ekonomi yang lebih luas. Dalam konteks bisnis modern, amanah mencakup berbagai aspek, seperti integritas dalam pengelolaan keuangan, kejujuran dalam pemasaran, serta komitmen dalam memenuhi kontrak kerja. Pelanggaran terhadap amanah tidak hanya berdampak pada kerugian individu, tetapi juga dapat merusak kepercayaan sistemik dalam dunia usaha.

Selain itu, konsep niat (*niyyah*) menjadi dimensi internal yang membedakan etika bisnis Islam dari sistem etika lainnya. Dalam Islam, niat merupakan faktor penentu nilai suatu perbuatan. Aktivitas bisnis yang dilakukan semata-mata untuk keuntungan pribadi tanpa mempertimbangkan nilai moral dan sosial akan kehilangan dimensi ibadahnya. Sebaliknya, bisnis yang dijalankan dengan niat untuk memberikan manfaat, membantu sesama, serta mencari ridha Allah SWT akan memiliki nilai spiritual yang tinggi (Fauzi, 2024). Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya menilai tindakan dari aspek eksternal, tetapi juga dari aspek internal yang bersifat batiniah. Lebih jauh, etika bisnis Islam juga memiliki karakteristik keseimbangan (*tawazun*) antara kepentingan individu dan kepentingan sosial. Dalam sistem ini, kebebasan individu dalam berusaha tetap diakui, tetapi tidak boleh merugikan kepentingan orang lain (Syaifulloh, 2025). Oleh karena itu, Islam melarang praktik-praktik seperti riba, gharar (ketidakjelasan), dan penipuan, karena praktik tersebut berpotensi menciptakan ketidakadilan dalam sistem ekonomi. Larangan ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai instrumen untuk menjaga stabilitas dan keadilan dalam sistem ekonomi.

Selain itu, etika bisnis Islam juga menekankan pentingnya tanggung jawab sosial. Pelaku usaha tidak hanya bertanggung jawab terhadap keuntungan perusahaan, tetapi juga terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis dalam Islam memiliki

dimensi sosial yang kuat, di mana keberhasilan tidak hanya diukur dari profit, tetapi juga dari kontribusi terhadap kemaslahatan umum.

Dengan demikian, konsep dasar etika bisnis Islam dapat dipahami sebagai suatu sistem nilai yang menyatukan aspek moral, spiritual, dan ekonomi dalam satu kesatuan yang utuh. Sistem ini tidak hanya bertujuan untuk mengatur perilaku individu, tetapi juga untuk membentuk tatanan ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama. Dalam konteks ekonomi modern yang sering kali diwarnai oleh krisis etika, etika bisnis Islam menawarkan alternatif paradigma yang mampu mengintegrasikan antara profitabilitas dan moralitas secara harmonis.

## **B. Relevansi Etika Bisnis Islam dalam Ekonomi Modern**

Dalam lanskap ekonomi modern yang ditandai oleh globalisasi, digitalisasi, serta integrasi pasar lintas negara, persoalan etika bisnis menjadi semakin kompleks dan multidimensional. Transformasi menuju ekonomi digital melalui perkembangan e-commerce, financial technology (*fintech*), dan platform berbasis data telah menggeser pola interaksi ekonomi dari yang bersifat fisik dan langsung menjadi virtual, cepat, serta berbasis algoritma. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dan produktivitas, tetapi juga menghadirkan tantangan etika baru, seperti asimetri informasi, moral hazard, manipulasi algoritmik, serta penyalahgunaan data pribadi (Imantoro, 2025).

Dalam konteks tersebut, etika bisnis Islam memiliki relevansi yang signifikan sebagai kerangka normatif yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dalam merespons dinamika ekonomi kontemporer. Prinsip-prinsip dasar seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*ʿadl*), dan transparansi dapat berfungsi sebagai mekanisme etik untuk mengurangi distorsi pasar yang disebabkan oleh ketimpangan informasi (*information asymmetry*) (Qurratulaini, 2024). Dalam teori ekonomi modern, asimetri informasi sering menjadi penyebab utama kegagalan pasar (*market failure*), yang pada akhirnya merugikan konsumen maupun pelaku usaha. Etika bisnis Islam, melalui penekanan pada kejujuran dan keterbukaan, berperan dalam meminimalkan risiko tersebut dengan mendorong terciptanya transaksi yang adil dan seimbang (Abdain, 2014). Lebih lanjut, relevansi etika bisnis Islam juga dapat dilihat dari kemampuannya dalam mengatasi problem struktural dalam sistem ekonomi global, khususnya yang berkaitan dengan ketimpangan distribusi kekayaan. Sistem ekonomi kapitalistik modern cenderung menghasilkan konsentrasi kapital pada kelompok tertentu, sehingga memperlebar kesenjangan sosial dan ekonomi. Dalam perspektif ekonomi Islam, hal ini bertentangan dengan prinsip keadilan distributif dan keseimbangan (*tawazun*) (Juli et al., 2025). Oleh karena itu, etika bisnis Islam tidak hanya mengatur perilaku individu, tetapi juga mendorong terbentuknya sistem ekonomi yang lebih inklusif melalui distribusi kekayaan yang lebih merata serta penghindaran praktik eksploitatif.

Selain itu, etika bisnis Islam memiliki peran strategis dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan (*trust*) sebagai fondasi utama dalam aktivitas ekonomi. Dalam ekonomi modern, kepercayaan merupakan bentuk modal sosial (*social capital*) yang sangat menentukan keberlanjutan hubungan bisnis. Krisis kepercayaan yang muncul akibat praktik bisnis tidak etis seperti skandal keuangan, manipulasi laporan, dan pelanggaran kontrak menunjukkan bahwa aspek moral tidak dapat dipisahkan dari sistem ekonomi. Prinsip amanah dalam etika bisnis Islam memberikan landasan normatif yang kuat dalam membangun integritas dan kredibilitas pelaku usaha, sehingga mampu memperkuat stabilitas sistem ekonomi secara keseluruhan. Di sisi lain, perkembangan ekonomi berbasis teknologi juga menimbulkan isu etika baru terkait pengelolaan data dan privasi (Pratiwi et al., 2024). Dalam era big data, informasi menjadi komoditas ekonomi yang memiliki nilai tinggi, namun juga rentan disalahgunakan. Etika bisnis Islam, dengan penekanannya pada tanggung jawab (*responsibility*) dan keadilan, dapat menjadi dasar dalam

mengatur penggunaan data secara etis. Prinsip ini menuntut agar setiap pemanfaatan data dilakukan dengan persetujuan yang sah, tidak merugikan pihak lain, serta tidak melanggar hak individu. Dengan demikian, etika bisnis Islam mampu memberikan kontribusi dalam membentuk tata kelola ekonomi digital yang lebih beretika dan berkeadilan.

Lebih jauh, relevansi etika bisnis Islam juga terletak pada pendekatannya yang holistik, yaitu mengintegrasikan dimensi material dan spiritual dalam aktivitas ekonomi (Kristiani et al., 2024). Berbeda dengan paradigma ekonomi konvensional yang cenderung menekankan rasionalitas instrumental dan maksimalisasi utilitas, etika bisnis Islam mengedepankan keseimbangan antara kepentingan individu dan sosial, serta antara tujuan duniawi dan ukhrawi. Pendekatan ini memberikan perspektif alternatif dalam memahami tujuan ekonomi, yaitu tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan dan keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan kemaslahatan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam memiliki relevansi yang sangat kuat dalam konteks ekonomi modern. Tidak hanya sebagai sistem nilai normatif, etika bisnis Islam juga berfungsi sebagai kerangka analitis dan praktis dalam mengatasi berbagai persoalan ekonomi kontemporer. Integrasi antara prinsip moral dan aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh etika bisnis Islam menjadikannya sebagai alternatif paradigma yang mampu menciptakan sistem bisnis yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan di tengah kompleksitas ekonomi global saat ini.

### C. Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam

Penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas ekonomi tidak hanya memiliki implikasi normatif, tetapi juga memberikan dampak empiris yang signifikan terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha. Dalam perspektif ekonomi modern, etika tidak lagi dipandang sekadar sebagai nilai moral yang bersifat ideal, melainkan sebagai faktor strategis yang memengaruhi efisiensi, reputasi, serta daya saing suatu entitas bisnis (Ikhwani et al., 2025). Oleh karena itu, integrasi nilai-nilai etika dalam praktik bisnis menjadi kebutuhan yang tidak terpisahkan dari upaya mencapai keberlanjutan ekonomi jangka panjang.

Salah satu dampak utama dari penerapan etika bisnis Islam adalah meningkatnya tingkat kepercayaan (*trust*) antara pelaku usaha dan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Dalam teori ekonomi kelembagaan (*institutional economics*), kepercayaan merupakan elemen penting yang dapat menurunkan biaya transaksi (*transaction cost*), memperlancar proses pertukaran, serta memperkuat stabilitas hubungan bisnis (Wati et al., 2023). Prinsip-prinsip seperti kejujuran, amanah, dan transparansi yang ditekankan dalam etika bisnis Islam berkontribusi langsung dalam membangun kredibilitas pelaku usaha. Ketika kepercayaan terbentuk, konsumen cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kesinambungan usaha. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam juga berimplikasi pada peningkatan reputasi dan citra perusahaan (*corporate image*). Dalam era keterbukaan informasi dan digitalisasi, reputasi menjadi aset yang sangat berharga bagi keberlangsungan bisnis (Fauzi, 2024). Perusahaan yang konsisten menerapkan prinsip etika cenderung lebih dipercaya oleh masyarakat, investor, maupun mitra bisnis. Reputasi yang baik tidak hanya meningkatkan daya tarik pasar, tetapi juga memperluas peluang kerja sama dan investasi. Dengan demikian, etika bisnis berfungsi sebagai modal intangible yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

Dampak lainnya adalah terciptanya efisiensi dan stabilitas dalam sistem ekonomi. Praktik bisnis yang tidak etis, seperti penipuan, manipulasi, dan pelanggaran kontrak, sering kali menimbulkan ketidakpastian dan meningkatkan risiko dalam aktivitas ekonomi. Hal ini dapat mengganggu mekanisme pasar dan menurunkan tingkat kepercayaan publik terhadap sistem

ekonomi secara keseluruhan. Sebaliknya, penerapan etika bisnis Islam yang menekankan keadilan dan tanggung jawab mampu menciptakan lingkungan bisnis yang lebih stabil dan kondusif. Stabilitas ini menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Lebih lanjut, etika bisnis Islam juga memiliki dampak sosial yang signifikan, khususnya dalam menciptakan keadilan distributif dan kesejahteraan masyarakat. Prinsip keseimbangan (*tawazun*) dan kemaslahatan (*maslahah*) dalam Islam menekankan bahwa aktivitas ekonomi harus memberikan manfaat tidak hanya bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi masyarakat luas (Nawaf Yusuf, 2025). Dalam hal ini, pelaku usaha didorong untuk tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memperhatikan aspek tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Implementasi nilai ini dapat berupa praktik bisnis yang adil, pemberian upah yang layak, serta kontribusi terhadap pembangunan sosial dan lingkungan. Di sisi lain, penerapan etika bisnis Islam juga berkontribusi terhadap pembentukan karakter pelaku usaha yang berintegritas. Etika tidak hanya membentuk sistem, tetapi juga membentuk individu yang menjalankannya. Pelaku usaha yang berpegang pada nilai-nilai etika cenderung memiliki kesadaran moral yang tinggi, sehingga mampu menghindari praktik-praktik yang merugikan pihak lain. Dalam jangka panjang, hal ini akan menciptakan budaya bisnis yang sehat dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, dampak penerapan etika bisnis Islam mencakup berbagai dimensi, mulai dari aspek ekonomi, sosial, hingga moral. Etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman perilaku, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan kinerja bisnis, memperkuat kepercayaan, serta menciptakan sistem ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan. Oleh karena itu, integrasi nilai-nilai etika dalam praktik bisnis menjadi suatu keniscayaan dalam menghadapi dinamika ekonomi modern yang semakin kompleks.

#### **D. Tantangan Implementasi Etika Bisnis Islam di Era Kontemporer**

Meskipun etika bisnis Islam menawarkan kerangka normatif yang komprehensif dan ideal, implementasinya dalam praktik ekonomi kontemporer masih menghadapi berbagai tantangan yang bersifat kompleks dan multidimensional. Tantangan tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek individu pelaku usaha, tetapi juga dipengaruhi oleh struktur sistem ekonomi global, perkembangan teknologi, serta dinamika sosial yang terus berubah. Dalam konteks ini, terdapat kesenjangan yang cukup nyata antara konsep ideal etika bisnis Islam dengan realitas praktik ekonomi di lapangan.

Salah satu tantangan utama adalah dominasi paradigma ekonomi konvensional yang berorientasi pada maksimalisasi keuntungan (*profit maximization*) (Juli et al., 2025). Dalam sistem ini, rasionalitas ekonomi sering kali dipahami secara sempit sebagai upaya mencapai efisiensi dan keuntungan sebesar-besarnya, tanpa mempertimbangkan dimensi moral dan sosial secara memadai. Akibatnya, nilai-nilai etika seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sering kali terpinggirkan dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Tekanan kompetitif dalam pasar global juga mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi praktik-praktik yang tidak sepenuhnya sejalan dengan prinsip etika Islam, seperti manipulasi informasi, pengurangan kualitas produk, maupun eksploitasi sumber daya. Selain itu, perkembangan ekonomi digital turut menghadirkan tantangan baru yang semakin kompleks. Transaksi bisnis yang dilakukan secara daring cenderung bersifat anonim dan minim interaksi langsung, sehingga membuka peluang terjadinya moral hazard (Suryadi et al., 2025). Praktik seperti penipuan online, ketidaktransparanan informasi, serta penyalahgunaan data konsumen menjadi fenomena yang semakin sulit dikendalikan. Dalam kondisi ini, lemahnya internalisasi nilai etika pada pelaku usaha memperbesar potensi terjadinya penyimpangan. Teknologi yang seharusnya menjadi alat untuk meningkatkan efisiensi justru dapat menjadi sarana penyalahgunaan apabila tidak diimbangi dengan landasan etika yang kuat.

Tantangan berikutnya adalah rendahnya tingkat literasi dan kesadaran etika di kalangan pelaku usaha. Banyak pelaku bisnis yang memahami etika hanya sebagai konsep teoritis, namun belum mampu mengimplementasikannya secara konsisten dalam praktik sehari-hari (Qonita Shofiyani, 2025). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan tindakan (*gap between knowing and doing*). Selain itu, kurangnya pendidikan dan sosialisasi mengenai etika bisnis Islam, terutama pada sektor usaha kecil dan menengah, turut memperparah kondisi tersebut.

Di sisi lain, faktor kelembagaan dan regulasi juga menjadi hambatan dalam penerapan etika bisnis Islam. Sistem pengawasan yang belum optimal serta lemahnya penegakan hukum menyebabkan pelanggaran etika sering kali tidak mendapatkan sanksi yang tegas. Tanpa dukungan institusi yang kuat, nilai-nilai etika cenderung bersifat individual dan sulit diimplementasikan secara sistemik dalam dunia bisnis (Sinaga & Akuntansi, 2026). Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga keuangan syariah dalam menciptakan ekosistem ekonomi yang berlandaskan nilai etika.

Dalam Al-Qur'an, Allah SWT memberikan peringatan tegas terkait praktik bisnis yang tidak adil, sebagaimana firman-Nya:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۖ ۝۱۰۱ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝۱۰۲ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝۱۰۳

Artinya: *Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.* (QS. Al-Mutaffifin/83:1-3)

Ayat ini menegaskan bahwa segala bentuk kecurangan dalam aktivitas ekonomi, sekecil apa pun, merupakan pelanggaran serius terhadap prinsip keadilan. Dalam konteks ekonomi modern, makna ayat ini dapat diperluas tidak hanya pada takaran dan timbangan secara fisik, tetapi juga pada berbagai bentuk ketidakjujuran dalam bisnis, seperti manipulasi data, informasi yang menyesatkan, serta praktik eksploitasi.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa tantangan implementasi etika bisnis Islam di era kontemporer tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menyangkut aspek moral, struktural, dan kultural. Namun demikian, tantangan tersebut sekaligus menjadi peluang untuk memperkuat kembali peran etika dalam sistem ekonomi. Melalui peningkatan literasi, penguatan regulasi, serta internalisasi nilai-nilai moral dalam aktivitas bisnis, etika bisnis Islam memiliki potensi besar untuk menjadi solusi dalam menciptakan sistem ekonomi yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan di tengah kompleksitas ekonomi modern.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Etika bisnis Islam merupakan sistem nilai yang komprehensif yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, serta memiliki dimensi moral, sosial, dan spiritual yang terintegrasi dalam aktivitas ekonomi. Prinsip-prinsip utama seperti kejujuran, keadilan, amanah, tanggung jawab, dan transparansi menjadi fondasi dalam membangun perilaku bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kemaslahatan dan keberkahan. Dalam konteks ekonomi modern, etika bisnis Islam terbukti memiliki relevansi yang kuat dalam merespons berbagai tantangan kontemporer, seperti asimetri informasi, krisis kepercayaan, serta ketimpangan ekonomi. Nilai-nilai etika yang terkandung dalam ajaran Islam mampu menjadi kerangka normatif sekaligus praktis dalam menciptakan sistem ekonomi yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam juga memberikan dampak positif

terhadap keberlanjutan usaha, seperti meningkatnya kepercayaan konsumen, loyalitas pelanggan, serta reputasi bisnis.

Namun demikian, implementasi etika bisnis Islam masih menghadapi berbagai tantangan, baik yang bersifat struktural, kultural, maupun institusional. Dominasi paradigma ekonomi konvensional, perkembangan teknologi digital, rendahnya literasi etika, serta lemahnya regulasi menjadi faktor utama yang menghambat penerapan nilai-nilai etika secara optimal dalam praktik bisnis. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih sistematis dan terintegrasi untuk menjembatani kesenjangan antara konsep ideal dan realitas di lapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdain. (2014). PERAN SISTEM EKONOMI ISLAM DALAM MENANGGULANGI. *Jurnal MUamalah*, IV(2), 15–26.
- Aminah, S., Hidayat, R. (2023). Pendekatan kualitatif dalam studi kepustakaan: Metode analisis dan validitas data. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 8(1), 112–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/balagh.v8i1.7354>
- Arif Budiman, N. W. (2025). Tauhid Sebagai Epistemologi Ekonomi Islam : Antara Spiritualitas. *Jurnal Pusat Studi Islam*, 1(2), 55–64.
- Ekonomi, D., & Layar, I. (2023). *Dampak Ekonomi Industri Layar di Indonesia – sebuah peluang*.
- Fauzi, A. (2024). PERAN ETIKA DALAM BISNIS ISLAM STUDI PEMIKIRAN YUSUF AL-QARDHAWI. *Moderasi : Journal of Islamic Studies*, 04(01), 80–93.
- Gofur, M. A. (2025). Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi. *Jurnal Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 14–22.
- Hermawan, F. N., Fadilah, A., & Maulana, A. F. (2025). Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Digital Era Modern. *Jurnal Ekonomi Dan Pemabngunan*, 16(2), 63–67.
- Ikhwan, I. M. L., Rukiah, R., & Utari, U. E. C. (2025). PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KINERJA UMKM DI KABUPATEN TAPANULI TENGAH DENGAN KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(02 SE-Articles). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/16809>
- Imantoro, J. (2025). Etika Bisnis dalam Ekonomi Digital : Studi Kasus Penerapan Prinsip Kejujuran pada Platform E-Commerce UMKM di In- donesia. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 5(1), 203–208.
- Istiqomah, A. (2026). Tauhid sebagai Fondasi Etika Bisnis Islam : Analisis Konseptual dan Perbandingan dengan Sistem Konvensional. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 347–353.
- Juli, Fitri, K., Sinka, V., Ria, R., & Hasibuan. (2025). Keadilan Distribusi dalam Ekonomi Islam sebagai Solusi untuk Ketimpangan Sosial di Indonesia. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 2(4), 59–71.
- Kristiani, D. P., Reni, F., Nurlaila, L., & Abdillah, M. (2024). Etika bisnis dalam perspektif Islam : Implikasi untuk praktek kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 66–75.
- Lestari, P. S., & Jubaedah, D. (2023). PRINSIP-PRINSIP UMUM ETIKA BISNIS ISLAM. *J-ALIF : Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 8(2), 220–232. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4514>
- Lili Pitriyani, S. S. (n.d.). Pengaruh Etika Bisnis Islam Di Era Ekonomi Digital. *Proceeding of Accounting, Management, Business and Sustainability*, 2 SE-Art, 1–7.

- Maulida, Novita, S. femilivia A. (2024). ETIKA BISNIS ISLAM: IMPLEMENTASI PRINSIP Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 49–61.
- Mufarrochah, S., Putri, F. F., Murtadho, A., & Assari, E. (2025). *Etika Bisnis dalam Hukum Islam : Implikasinya terhadap Praktik Bisnis Modern Business Ethics in Islamic Law : Implications for Modern Business Practices*. 8(1), 17–32.
- Nasution, R. F., Siregar, M. A., & Fahrezi, M. R. Al. (2025). *TANTANGAN REGULASI DAN ETIKA FINTECH SYARI ' AH DI ERA DIGITAL*. 4(4), 82–91.
- Nawaf Yusuf, I. N. (2025). Integrasi Etika Bisnis Islam dalam Ekonomi Global: Tantangan dan Strategi Implementasi. *Jurnal Religious and Social Humanitis*, 1(1), 1–8.
- Nurhikmah Ramadhani, A. N. (2025). DISORIENTASI MORAL SEBAGAI TANTANGAN ETIKA BISNIS. *Jurnal Sipakainge: Inovasi Penelitian, Karya Ilmiah Dan Pengembangan (Islamic Science)*, 3(1), 1–17.
- Nurlisa Safitri, Andi Lisa Aryani Hamjan, Bustan Ramli, S. N. M. (2025). PERAN FINTECH DALAM Mendukung Efisiensi dan Transparansi Pasar Modal Syariah. *Mu'amalat : Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 17(2), 163–174.
- Nurqolbiani, P. (2026). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Era Teknologi Modern : Studi pada Perusahaan Digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 255–261.
- Nursaadah, I., & Konsumen, P. (2025). Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis dan Skema KPR Tanpa Bank Terhadap Perilaku Konsumen Pada Properti Syariah : Studi Kasus Perumahan Pajajaran Residence Gandasari Majalengka. *SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 8, 273–283.
- Pratiwi, N., Rahmawati Muin, & Nur Azizah. (2024). Koreksi Etika Bisnis Islam terhadap Sistem Ekonomi Kapitalis dan Sosialis. *Al-Buhuts*, 20(1), 27–49. <https://doi.org/10.30603/ab.v20i1.4798>
- Qonita Shofiyani, A. R. (2025). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Surabaya. *Jurnal COMMUNITY: Jurnal Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Journal*, 4(2), 56–63.
- Qurratulaini, I. (2024). Nilai Kejujuran dan Amanah dalam Ekonomi dan Bisnis Islam. *Al-Iqtishadiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 80–100.
- Ramadhani, A. Z. (2025). URGENSI ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM PRAKTIK E-COMMERCE DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Etika, Dan Ilmu Sejarah (JEBESH)*, 3(7), 9–17.
- Sinaga, D. J., & Akuntansi. (2026). Peran Etika Bisnis dalam Membangun Budaya Kerja yang Bertanggung Jawab Peran Etika Bisnis dalam Membangun Budaya Kerja yang Bertanggung Jawab. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 4(1), 261–269.
- Srikandi Yudistira, Rustam, Pablo Sindo, H. (2025). ANALISIS PENURUNAN NILAI KEJUJURAN DAN AMANAH DALAM BISNIS ERA DIGITAL: URGENSI PENDIDIKAN ETIKA DIGITAL BERBASIS KETELADANAN RASULULLAH SAW. *TADBIR: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 13(03), 738–754.
- Suryadi, N., Negri, U., Sultan, I., Kasim, S., & Islamicus, H. (2025). RASIONALITAS EKONOMI DALAM PERSPEKTIF TEORITIS DAN PRAKTIS : DARI HOMO ECONOMICUS HINGGA RASIONALITAS SYARI ' AH. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(204), 1555–1565.

- Syaifulloh, M. R. (2025). PERAN NIAT DALAM PEMBENTUKAN MORALITAS ISLAM: SEBUAH ANALISIS FILOSOFIS. *Jurnal ZAKA*, 2(1).
- Tambunan, M. H., Navisa, S., Sagala, Y. M., Lubis, F. S., Islam, U., & Sumatera, N. (2020). Peran Khalifah Dalam Ekonomi Islam. *JUrnal UINSU*, 1(2), 10–17.
- Wati, S. S., Muklish, I., Studi, P., Manajemen, M., & Negeri, U. (2023). Peran Etika Bisnis Dalam Mendorong Sustainability Perusahaan. *Jurnal Business and Investment Review (BIREV)*, 1(6), 78–82.