

IMPLEMENTASI NILAI NILAI TAUHID DALAM ETIKA BISNIS ISLAMI

Ade Tria Jelita¹, Ferizal², Che-Che Revalinda Ramadhani³,
Dwi Marisyah⁴, Fadillah Afsah⁵, Masita⁶, Muhammad Rayyan Huwaiza⁷,
Nadia Septira⁸, Zaqi Alviyanuddin⁹

UIN Sumatera Utara^{1,3,4,5,6,7,8,9},
STAI Raudhatul Akmal²

Email: adetria075@gmail.com, chechesaragih@gmail.com, dwimarisya136@gmail.com,
fadillahafsah14@gmail.com, sitasita120@gmail.com,
huwaizarayyan@gmail.com, nanadseptira27@gmail.com, zaqixme@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji penerapan nilai-nilai tauhid dalam bisnis Islami dan dampaknya terhadap keberlanjutan usaha. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini menemukan bahwa nilai-nilai tauhid menanamkan kesadaran spiritual yang mendalam di antara pelaku bisnis, mendorong mereka menjalankan usaha dengan prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan tauhid dalam bisnis Islami menciptakan ekosistem usaha yang berkelanjutan dan adil, memperkuat integritas, serta membangun kepercayaan antara pelaku bisnis dan pemangku kepentingan. Nilai-nilai tauhid juga mempengaruhi kehidupan spiritual dan sosial, serta memberikan keberkahan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan nilai-nilai tauhid dalam bisnis Islami dapat mencapai tujuan ekonomi dan spiritual. Studi ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan paradigma bisnis Islami yang relevan dengan kebutuhan modern, tanpa mengabaikan prinsip-prinsip keimanan. Hasil ini dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis, akademisi, dan pengambil kebijakan untuk mengembangkan praktik bisnis Islami yang etis dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Bisnis Islami, Etika Bisnis, Nilai Tauhid, Praktik Bisnis

Abstract

This study examines the application of monotheistic values in Islamic business and its impact on business sustainability. Using quantitative and qualitative methods, this study found that monotheistic values instill deep spiritual awareness among business actors, encouraging them to run their businesses with the principles of honesty, justice, and social responsibility. The results of the study indicate that the application of monotheistic values in Islamic business creates a sustainable and fair business ecosystem, strengthens integrity, and builds trust between business actors and stakeholders. Monotheistic values also affect spiritual and social life, and provide blessings. This study concludes that the application of monotheistic values in Islamic business can achieve economic and spiritual goals. This study makes an important contribution to the development of an Islamic business paradigm that is relevant to modern needs, without ignoring the principles of faith. These results can be a reference for business actors, academics, and policy makers to develop ethical and sustainable Islamic business practices.

Keywords: Islamic Business, Business Ethics, Tawhid Values, Business Practices

PENDAHULUAN

Agama mempunyai tiga pondasi pokok yaitu Iman, Islam, dan Ihsan. Iman dalam konteks kekinian sering disebut dengan teologi, ilmu kalam, akidah, atau tauhid. Adapun Islam, sering diekuivalenkan dengan syariat atau fikih. Sedangkan ihsan terkadang diistilahkan dengan tasawuf atau akhlak. Iman atau tauhid itu sendiri merupakan unsur utama dalam suatu agama. Ia merupakan ilmu yang bersifat global Sedangkan ilmu-ilmu yang lain bersifat parsial (*juz'i*), sehingga ilmu-ilmu yang lain yang bersifat *juz'i* itu harus dilandasi dengan ilmu tauhid yang bersifat kulli. Ilmu tauhid merupakan ilmu yang mempelajari tentang ketuhanan dan yang berkaitan dengannya, seperti sifat-sifat Tuhan.

Hakikat tauhid dalam Islam adalah penyerahan diri yang bulat kepada kehendak Allah, baik menyangkut ibadah maupun muamalah, dalam rangka menciptakan polakehidupan yang sesuai dengan kehendak Allah *subhānahu wa ta'ālā*. Tauhid menjadi dasar dari seluruh konsep dan aktifitas umat Islam, baik dalam ibadah, seperti salat, puasa, zakat, haji, dan sebagainya, juga dalam bermuamalah, seperti dalam hal ekonomi, politik, sosial maupun budaya. Nilai-nilai tauhid dalam beribadah, tampak jelas dan merupakan sesuatu yang lumrah, karena ibadah itu pasti didasari oleh keimanan atau ketauhidan kepada Allah *subhānahu wa ta'ālā*. Namun berbeda halnya dalam bermuamalah. Banyak orang yang tauhidnya mantap ketika beribadah kepada Allah, tetapi dalam bermuamalah, ia justru tidak menampilkan sedikitpun nilai-nilai tauhid yang ada pada dirinya. Banyak orang yang tidak pernah meninggalkan salat, tapi juga kerap terjatuh kedalam maksiat. Banyak orang yang rajin puasa, tapi juga tekun berkata dusta. Betapa banyak umat Islam yang tekun dalam beribadah, tetapi tidak sehat dalam berpolitik, sering berlaku tidak jujur dalam berdagang ataupun dalam kegiatan-kegiatan ekonomi yang lain, dan masih banyak kegiatan-kegiatan muamalah yang tidak didasari dengan nilai-nilai tauhid. Problematika-problematika ini adalah fenomena yang sering dihadapi dalam kehidupan bermasyarakat, terutama dalam kegiatan sosial ekonomi. Umat Islam seharusnya tidak hanya tekun dalam beribadah, tetapi juga harus benar dalam bermuamalah.

Dengan kata lain, umat Islam itu di samping memiliki kesalehan ritual, juga harus memiliki kesalehan sosial. Umat Islam harus bisa mengimplementasikan nilai-nilai ketauhidannya kepada Allah *subhānahu wa ta'ālā* dalam kegiatannya sehari-hari, khususnya dalam praktik ekonomi. Hasil ini menegaskan bahwa tauhid adalah pondasi dari Islam dan estetikanya mengungkapkan bentuk dari penggambaran perjalanan menuju transendental yang bermuara pada nilai-nilai Ilahiyah, yaitu kesadaran atas eksistensi Tuhan pada segala setiap gerak aspek kehidupan yang dijalani. Makna tauhid disini tidak hanya dipahami pada wilayah eksoterik saja, namun juga pada wilayah dimensi esoterik, yaitu ruang kehidupan yang luas. Tauhid sebagai dasar peradaban adalah unsur struktur pemberi identitas peradaban yang mengikat dan mengintegrasikan keseluruhan unsur pokok sehingga membentuk suatu kesatuan yang padu. Oleh karena itu, dirasa penting untuk melihat lebih jauh bagaimana prinsip-prinsip tauhid dalam

implementasi ekonomi Islam, sebagai pedoman dasar bagi kita untuk mengimplementasikan nilai-nilai tauhid yang kita miliki dalam bentuk aktifitas sehari-hari terutama dalam kegiatan ekonomi. Nilai-nilai tauhid dalam Islam merupakan inti dari seluruh ajaran dan praktik agama ini, mencakup keyakinan yang sangat mendasar bahwa Allah adalah satu-satunya Tuhan yang Maha Esa. Tauhid, yang berarti "mengesakan" atau "mempercayai hanya satu Tuhan," menjadi landasan bagi semua tindakan seorang Muslim, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam interaksi dengan dunia yang lebih luas, termasuk dalam dunia bisnis. Dalam konteks ini, nilai-nilai tauhid sangat erat kaitannya dengan etika dan moralitas yang harus dijalankan oleh individu Muslim dalam setiap tindakannya, tidak terkecuali dalam berbisnis.

Tauhid mencakup beberapa aspek penting, seperti tauhid rububiyah (mengakui bahwa Allah adalah pencipta, pemelihara, dan penguasa), tauhid uluhiyah (menyembah hanya kepada Allah), serta tauhid asma' wa sifat (mengakui sifat-sifat Allah). Ketiga aspek ini, ketika diterapkan dalam konteks bisnis, menciptakan suatu fondasi moral yang kuat bagi pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan berpegang pada nilai-nilai keadilan, tanggung jawab sosial, dan kejujuran. Secara *historis*, praktik bisnis dalam Islam selalu menempatkan tauhid sebagai landasan utama. Rasulullah SAW, sebagai contoh utama bagi umat Islam, dikenal sebagai pedagang yang jujur dan adil, yang selalu memegang teguh prinsip-prinsip keimanan dalam setiap transaksinya. Ini menunjukkan bahwa bisnis Islami bukan hanya tentang pencapaian keuntungan materi, tetapi lebih luas dari itu, mencakup tanggung jawab terhadap Allah dan masyarakat. Penerapan nilai-nilai tauhid dalam bisnis memungkinkan pelaku usaha untuk menjaga integritas moral dan mencapai keberkahan dalam usaha mereka, di samping keuntungan ekonomi yang dihasilkan.

Dalam dunia bisnis modern yang sangat kompetitif, praktik bisnis Islami yang didasarkan pada nilai-nilai tauhid memiliki tantangan yang besar, terutama dalam menghadapi kapitalisme global yang sering kali memprioritaskan keuntungan di atas segala hal. Kapitalisme modern banyak mengabaikan aspek-aspek etika dan moral dalam mengejar keuntungan, sering kali menghasilkan ketidakadilan, ketimpangan ekonomi, dan masalah sosial lainnya. Dalam konteks ini, nilai-nilai tauhid yang mementingkan keseimbangan antara keuntungan materi dan spiritual menjadi semakin relevan. Bisnis Islami, yang bertumpu pada nilai tauhid, menawarkan alternatif terhadap model ekonomi kapitalis yang eksploitatif. Dalam sistem bisnis Islami, prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial menjadi pilar utama yang mendasari setiap keputusan bisnis. Hal ini tidak hanya berlaku pada pelaku bisnis, tetapi juga dalam interaksi mereka dengan konsumen, pekerja, dan masyarakat secara umum.

Dalam lingkungan ekonomi global yang semakin kompleks dan beragam, penerapan nilai-nilai tauhid dalam bisnis tidak hanya dapat membantu pelaku usaha Muslim untuk tetap berpegang teguh pada keyakinan mereka, tetapi juga dapat memberikan solusi terhadap banyak tantangan etika yang muncul dalam bisnis global. Sebagai contoh, isu-isu seperti eksploitasi tenaga kerja, kerusakan lingkungan,

dan praktik bisnis yang tidak adil dapat diatasi dengan penerapan prinsip-prinsip Islami yang berlandaskan pada tauhid.

Penelitian tentang penerapan nilai-nilai tauhid dalam praktik bisnis Islami menjadi sangat signifikan dalam konteks saat ini. Banyak literatur yang sudah membahas tentang etika bisnis dalam Islam, tetapi studi yang secara khusus menyoroiti penerapan tauhid dalam bisnis masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut, dengan memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana prinsip tauhid dapat diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari dan bagaimana hal ini memengaruhi keberlanjutan usaha serta kesejahteraan masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga relevan dalam memberikan panduan bagi pelaku bisnis Muslim di era modern, di mana tantangan etika bisnis menjadi semakin kompleks dan sulit dihadapi. Dengan adanya panduan yang jelas tentang bagaimana nilai-nilai tauhid dapat diterapkan dalam berbagai aspek bisnis, pelaku usaha dapat menjalankan bisnisnya dengan lebih baik, baik dari segi moralitas maupun keuntungan ekonomi.

KAJIAN PUSTAKA

Bisnis termasuk rangkaian kegiatan ekonomi yang sangat urgen sebagai bagian dari upaya pemenuhan kebutuhan hidup bagi manusia. Secara fakta bahwa setiap hari terdapat jutaan bahkan sampai tidak terhitung lagi jumlah orang yang melakukan bisnis, baik bisnis yang dilakukan secara individu, kelompok, bisnis skala lokal, regional, nasional bahkan tingkat internasional, dengan berbagai model aktifitas, baik sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen. Bisnis merupakan kegiatan ekonomi yang didalam kegiatan tersebut terdapat kegiatan tukar menukar, jual beli, memproduksi, memasarkan, serta terdapat interaksi manusiawi lainnya dengan tujuan memperoleh keuntungan (Bertens, 2000). Oleh karena itu, secara umum bisnis juga dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi yang didalamnya terdapat beberapa aktifitas berupa produksi, distribusi, dan pertukaran barang atau jasa antara individu, perusahaan, atau organisasi dengan tujuan untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Bisnis dapat beragam bentuknya, mulai dari perusahaan kecil hingga perusahaan besar, serta melibatkan berbagai sektor industri seperti perdagangan, manufaktur, jasa, teknologi, kesehatan, dan lain-lain. Aktivitas bisnis melibatkan berbagai aspek termasuk pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, operasional, dan manajemen. Tujuan utama dari bisnis adalah untuk menciptakan nilai bagi pemilik, karyawan, pelanggan, dan masyarakat secara keseluruhan.¹

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian implementasi nilai-nilai tauhid dalam praktik bisnis islami ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah dengan menggunakan angket atau kuisisioner dalam bentuk *google form* untuk mengetahui berapa banyak masyarakat yang sudah tahu dan belum tahu mengenai betapa

¹ Muhammad Zikwan, *Bisnis dalam Islam*, Vol. 4

pentingnya diterapkannya nilai-nilai tauhid di dalam praktik bisnis islami. Terdapat 100 responden yang berasal dari Masyarakat umum. Para responden ini memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi atau keadaan yang terjadi sebenarnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. HASIL

Berikut merupakan data kuisioner melalui *google form* yang telah diisi oleh 100 responden dari Masyarakat umum, dengan 77 peserta wanita dan 23 peserta pria yang digunakan sebagai pembahasan untuk mengetahui berapa banyak Masyarakat yang sudah tahu dan belum tahu mengenai betapa pentingnya diterapkannya nilai-nilai tauhid di dalam praktik bisnis Islami.

No	Pertanyaan	Keterangan
1	Tauhid dalam konteks bisnis islami yakni keyakinan segala sesuatu di alam semesta, termasuk kekayaan dan harta benda adalah milik Allah SWT	Para peserta menyatakan sangat setuju dengan 63% suara, dan setuju dengan 37%.
2	Kejujuran, keadilan dan beretika merupakan salah satu nilai tauhid yang penting dalam suatu bisnis	Para peserta menyatakan sangat setuju dengan 69% suara , setuju dengan 30% suara dan 1% menyatakan tidak setuju
3	Benarkah terjadinya ketidakadilan dan penipuan, apakah menjadi dampak dari tidak menerapkan prinsip tauhid dalam sebuah bisnis	Para peserta menyatakan sangat setuju dengan 41% suara, setuju dengan 51% suara, beberapa peserta menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan masing-masing 5% dan 3% suara
4	Menjadi seorang bisnis yang jujur dapat menarik simpati banyak orang dan dipercaya pelanggan	Para peserta menyatakan sangat setuju dengan 70% suara, setuju dengan 28% suara dan 2% suara menyatakan tidak setuju.
5	Menghindari riba dan praktik tidak etis lainnya merupakan salah satu cara untuk menerapkan nilai tauhid dalam berbisnis	Para peserta menyatakan sangat benar 56% suara, benar dengan 39% suara, ragu-ragu 2% suara, tidak benar 3% suara
6	Jika kamu berbelanja lalu ia menerapkan kejujuran, menjaga etika dalam berbisnis, tidak melakukan kecurangan dan jujur apakah kamu merasa nyaman saat berbelanja	Para peserta menyatakan sangat nyaman dengan 69% suara, nyaman dengan 27% suara, tidak nyaman 3% suara, sangat tidak nyaman 1%
7	Jika kamu bertemu dengan pelayanan yang buruk terhadap konsumen akan tetapi produk yang mereka jual itu lebih berkualitas dibanding tempat lain,	Para peserta menyatakan sangat nyaman dengan 58% suara, nyaman dengan 10% suara, tidak

	apakah kamu merasa nyaman dan tetap berbelanja di tempat tersebut?	nyaman 16% suara, sangat tidak nyaman 16%
8	Prinsip tauhid mengajarkan untuk menghindari praktik eksploitasi dalam bisnis	Para peserta menyatakan sangat benar dengan 38% suara, benar dengan 51% suara, ragu-ragu 9% suara, tidak benar 2%
9	Tujuan utama bisnis yang diterapkan dengan nilai tauhid Islam untuk mendapatkan keberkahan dan ridha Allah SWT, apakah benar	Para peserta menyatakan sangat benar dengan 60 % suara, benar dengan 37% suara, ragu-ragu 2% suara, tidak benar 1%
10	Keesaan Allah SWT menjadi dasar yang paling utama dalam implementasi nilai-nilai tauhid dalam praktik bisnis, apakah benar?	Para peserta menyatakan sangat benar dengan 46 % suara, benar dengan 48 % suara, ragu-ragu 5% suara, tidak benar 1%
11	Menurut anda, apakah kejujuran dalam berbisnis itu penting karena Allah SWT memerintahkan umatnya untuk selalu berlaku jujur dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam berbisnis?	Para peserta menyatakan sangat setuju dengan 68% suara, dan setuju dengan 29%, ragu-ragu dengan suara 3%
12	Menurut anda, Apakah riba bertentangan dengan prinsip tauhid yakni keadilan dan keberkahan	Para peserta menyatakan sangat benar dengan 47% suara, benar dengan 46 % suara, ragu-ragu 2% suara, tidak benar 5%
13	Setujukah anda, keberadaan lembaga keuangan syariah cukup membantu konsumen untuk lebih sadar akan pentingnya transaksi yang sesuai dengan prinsip tauhid islam?	Para peserta menyatakan sangat setuju dengan 43% suara, setuju dengan 55% suara, 1% suara menyatakan tidak setuju., 1% suara menyatakan sangat tidak setuju
14	Jika anda diberikan pelayanan diucapkan salam ketika ingin masuk kedalam ruangan seperti yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia, apakah anda merasa nyaman	Para peserta menyatakan sangat nyaman dengan 55% suara, nyaman dengan 43% suara, tidak nyaman 2% suara
15	Menurut anda, jika anda menggunakan Bank Syariah, akan lebih menguntungkan di duniawi dan juga akhirat?	Para peserta menyatakan sangat setuju dengan 36% suara, setuju dengan 57% suara, tidak setuju 6% suara, sangat tidak setuju 1%

2. PEMBAHASAN

1. Etika Bisnis Islam

Dari pernyataan diatas, masyarakat umum yang menjadi responden 95% sepakat mengenai pentingnya etika dalam bisnis Islami. Bisnis Islami adalah bisnis yang santun, bisnis yang penuh kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-

masing. ²Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Al-Qur'an dan Hadits yang bertumpu pada 6 prinsip, terdiri dari kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan. ³Dengan demikian etika bisnis dalam syari'at Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. ⁴Allah SWT berfirman:

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

Artinya:

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu." (Q.S An-Nisa:29)⁵

2. Dasar Hukum Bisnis Islam

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa responden 97% pada pertanyaan ke 2, 3, 4, 6,, 8, 11, dan 12 menunjukkan bahwa secara keseluruhan menyatakan sepakat bahwa nilai etika seperti kejujuran dan keadilan merupakan komponen penting dalam etika bisnis Islami dan hukum" dalam ayat Alqur'an juga menyatakan sama akan pernyataan responden.

Banyak ayat Al-Qur'an yang berbicara tentang hukum dan etika bahkan dalam hukum- hukum Islam unsur etikanya sangat jelas. Dalam hal ini Al-Qur'an telah memberikan petunjuk tentang hubungan antara para pelaku bisnis. Hal itu dianjurkan agar menumbuhkan i'tikad baik dalam transaksi demi terjalinnya hubungan yang harmonis dan tanpa harus ada saling mencurigai antara pelaku. Sistem etika Islam merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pandangan hidup Islami. Maka sistem ini bersifat sempurna. Dalam kaidah perilaku individu terdapat suatu keadilan atau keseimbangan. Sebagaimana dalam surat Al-Baqarah ayat 143:

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا

Artinya:

"Demikian pula Kami telah menjadikan kamu (umat Islam) umat pertengahan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Nabi Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu." (QS. Al-Baqarah: 143)

Ayat di atas menjelaskan bahwa umat Islam dijadikan umat yang adil dan pilihan, karena mereka akan menjadi saksi atas perbuatan orang yang menyimpang dari kebenaran baik di dunia maupun di akhirat.

² Veithzal Rifai, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: PT Bumi Aksara,2012) h.39-44

³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009) h.131

⁴ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009) h.171

Etika Islam dalam bisnis tidak hanya melihat sisi komoditas yang ditawarkan, tetapi juga menyangkut konsumen, produsen, dan transaksi. Dalam fikih Islam sebagai salah satu rujukan etika Islam dikemukakan pula hukum masing-masing dengan batasan yang jelas. Sifat-sifat komoditi yang halal dan memberikan manfaat yang jelas merupakan syarat bagi bisnis yang etis. Demikian pula, transaksi yang tidak jelas arahnya dan tidak dipahami oleh masing-masing pihak dinilai sebagai transaksi bisnis yang tidak etis.⁶

Pekerjaan berdagang atau jual beli adalah sebagian dari pekerjaan bisnis kebanyakan masyarakat kita. Apabila berdagang seseorang selalu ingin mencari laba besar. Jika ini menjadi tujuan usahanya, maka sering kali mereka menghalalkan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam hal ini sering terjadi perbuatan negatif yang akhirnya menjadi kebiasaan. Karena dalam anggapan masyarakat, pekerjaan dagang dilakukan penuh dengan penipuan dan ketidakjujuran.⁷

Al-Qur'an mengisyaratkan bahwa pelaku bisnis cenderung tarik menarik untuk memperoleh keuntungan sebanyak mungkin di pihaknya. Karena itu, dalam konteks ini, Allah berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 188, yang berbunyi :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya:

"Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui." (Q.S Al-Baqarah:188)

Ayat di atas menjelaskan penggunaan kata "diantara kamu" memberi kesan bahwa harta benda adalah milik semua manusia secara bersama dan Allah yang membaginya di antara mereka secara adil, berdasarkan kebijaksanaan-Nya dan melalui penetapan hukum dan etika sehingga perolehan dan pemanfaatannya tidak menimbulkan perselisihan dan perusakan.

3. Manfaat Etika Bisnis Islam

Menurut Pernyataan responden pada pertanyaan 5 dan 6 95% masyarakat umum menyatakan⁸Perusahaan harus menerapkan kode etik dalam kesehariannya, karena ada beberapa manfaat, diantaranya (1) Perusahaan yang mempunyai standar etika dapat menciptakan suasana psikologis lingkungan kerja yang sehat, dan perusahaan yang tidak demikian akan mengalami hal yang sebaliknya; 2) Kepercayaan (*Trust*) dalam sebuah perusahaan adalah hal yang sangat fundamental. Dan upaya mempertahankan perilaku etis yang konsisten sangat di perlukan guna

⁶ Bambang Subiandi, *Bisnis Sebagai Strategi Islam*, (Surabaya: paramedia,2000) h. 231

⁷ Buchari Alma, *Ajaran Islam dalam Bisnis*, (Bandung: Al-Fabeta, 1994) h. 2

⁸ Badroen, Faisal Suhendra, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006) h 17-18

mempertahankan kepercayaan konsumen. Perusahaan yang etis dapat mengembangkan hubungan saling percaya antara perusahaan dan pelanggan yang stabil dan menguntungkan; (3) Melakukan tindakan yang benar atau salah di tempat kerja akan berefek pada produk-produk dan pelayanan yang di hasilkan; (4) Perusahaan dapat menghasilkan produk atau jasa yang baik dan berharga karena etika bisnis menerapkan dasar apa yang baik/buruk, salah / benar, wajar/tidakwajar, layak/tidak layak; (5) Perusahaan dapat terhindar dari persoalan yang dapat berakibat negative bagi aktivitas bisnisnya karena adanya penerapan kaidah-kaidah etika bisnis. Dengan demikian, dapat di simpulkan bahwa standar etika yang baik adalah bisnis yang baik (*good ethics is good business*).

4. Indikator dan Konsep Etika Bisnis Islam

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur etika bisnis Islam, meliputi empat aspek; prinsip, manajemen, marketing/iklan dan produk/harga⁹ (1) Prinsip amar m'aruf nahi munkar, prinsip halal-haram, kejujuran, keterbukaan, keadilan, saling percaya dan kekeluargaan; (2) Dalam melakukan kegiatan produksi tidak mengesampingkan aspek lingkungan dan tanggung jawab sosial; (3) Menerapkan sistem harga yang disyari'atkan. Harga yang ditawarkan tidak berlebihan, tidak mengambil untung berlebihan; (4) Manajemen SDM, Pemasaran dan Keuangan. Ditambahkan oleh Irawan (2017) bahwa terdapat beberapa aspek dalam etika bisnis Islam, diantaranya; (1) Kejujuran; Tidak mengurangi takaran timbangan, Memperlihatkan cara menimbang kepada pembeli; (2) Amanah (dapat dipercaya); Selalu menepati janji, Tidak memonopoli, Tidak menimbun barang, Tidak melakukan praktik riba; (3) Fathanah (Cerdas dan Bertanggung Jawab); Memberikan informasi barang yang memadai, Mengutamakan kepuasan pelanggan; (4) Tabligh (Ramah dan Komunikatif); Menerapkan prinsip suka sama suka, Selalu menjelaskan cacat barang kepada pembeli; (5) Pemahaman pebisnis tentang etika bisnis Islam; Memahami etika bisnis yang dicontohkan Rasulullah SAW, Memahami dan menerapkan etika bisnis yang dicontohkan Rasulullah SAW, Memahami bahwa berdagang /berbisnis bernilai ibadah¹⁰. Berdasarkan indikatornya, etika bisnis Islam terbagi atas ketentuan-ketentuan umum (aksioma dasar) seperti¹¹:

1. Kesatuan (Tauhid/Unity)

Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Para responden pada pertanyaan 1 dan 10 96% masyarakat umum juga sepakat akan pentingnya hal Kesatuan (Tauhid/Unity) dalam berbisnis karena atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

Alam semesta termasuk manusia, adalah milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat

⁹ Fitri Amalia, "Implementasi Etika Bisnis Islam" h. 4

¹⁰ Heri Irawan, "Penerapan Etika Bisnis dalam Islam...", h.24

¹¹ Badroen, Faisal Suhendra, dkk *Etika Bisnis Islam dalam...* h. 88

pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, pranata sosial, politik, agama, moral, dan hukum yang mengikat masyarakat berikut perangkat institusionalnya disusun sedemikian rupa dalam sebuah unit bersistem terpadu untuk mengarahkan setiap individu manusia, sehingga mereka dapat secara baik melaksanakan, mengontrol, serta mengawasi, aturan-aturan tersebut. Berlakunya aturan-aturan ini selanjutnya akan membentuk *ethical organizational climate* tersendiri pada ekosistem individu dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aturan-aturan itu sendiri bersumber pada kerangka konseptual masyarakat dalam hubungan vertikal dengan kekuatan tertinggi (Allah SWT), dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam semesta secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang sama. Semua manusia tergantung pada Allah, semakin ketat ketergantungan manusia kepada Allah, maka akan semakin dicintai-Nya.

2. Keseimbangan/Adil

Dari pernyataan masyarakat umum sebagai responden 95% juga menyatakan setuju akan pentingnya keseimbangan/adil dalam dunia kerja atau membangun bisnis. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam di arahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus di tempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman, karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan. Seperti firman Allah berikut ini :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اِعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (Q.S Al-Maidah:8)

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan (*tijarah*), Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya gangguan pada mekanisme pasar atau karena adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak di ketahui oleh salah satu pihak (*asyimetric information*).

Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus di dahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (*kualitas*) dan ukuran (*kuantitas*) pada setiap takaran maupun timbangan. Konsep ekuilibrium juga dapat di pahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus di usung oleh seorang pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan

berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk dapat merealisasikan tindakan-tindakan yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.

3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Para responden dari masyarakat umum 89% pada pertanyaan kedelapan juga sepakat bahwasanya aktifitas ekonomi dalam konsep ini diarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam, baik sektor pertanian, perindustrian, perdagangan maupun lainnya. Larangan adanya bentuk monopoli, kecurangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat. Salah satu kekhasan dan keunggulan sistem etika ekonomi Islam adalah kebersatuannya dengan nilai-nilai moral dan spiritual. Tanpa kendali moral, kecenderungan penguatan konsumtivisme, misalnya akan muncul praktik riba, monopoli, dan kecurangan akan menjadi tradisi. Inilah kebebasan ekonomi bermoral terkendali (*al-hurriyah*) yang menjadi ciri dan prinsip sistem Islam, seperti kebebasan memiliki unsur produksi dalam menjalankan roda perekonomian. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan ini tidak merugikan kepentingan kolektif, kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

4. Tanggung jawab (*Responsibility*)

Disini penulis menyimpulkan bahwa dari kelima belas pertanyaan responden dari masyarakat umum 90% sepakat akan tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika di kaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan di adili secara personal di hari kiamat kelak. Islam sama sekali tidak mengenal konsep Dosa Warisan, maka tidak ada seseorang pun bertanggungjawab atas kesalahan-kesalahan orang lain.

Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Ampunan harus di minta secara langsung dari Allah. Tidak ada seorang pun memiliki otoritas untuk memberikan keputusan atas nama-Nya. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan sunah) untuk kepentingannya sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggung jawab kepada Allah.

Jadi setiap manusia mempunyai tanggung jawabnya sendiri atas perbuatan-perbuatan yang di lakukannya di dunia dan harus mempertanggungjawabkan perbuatan itu di akhirat. Sehingga tanggung jawab amat sangat diperlukan bagi setiap individu termasuk dalam dunia bisnis.

5. Kebenaran (*Benevolence/Ihsan*)

Penulis juga menyimpulkan bahwa dari pertanyaan 14 dan 15 90% masyarakat umum yang merupakan responden menyatakan merasa nyaman jika perusahaan menerapkan perilaku Ihsan (*Benevolence*) karena Ihsan (*Benevolence*) artinya

melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut, atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat.

Kesadaran Akan Adanya Allah dan Aturan yang Berkaitan dengan Adanya Pelaksanaan yang Menjadi Prioritas (*consciousness of Allah and of Hisprescribed priorities*).

kemuarahan hati adalah fondasi dan ihsan. Ke-ihsan-an adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, ke-ihsan-an adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik di sisi Allah. Dalam sebuah kerajaan bisnis, ada beberapa perbuatan yang dapat mendukung pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis, yaitu: (1) Kemurahan Hati (*liniency*) ; (2) Motif Pelayanan (*service motives*). Kesadaran Akan Adanya Allah dan Aturan yang Berkaitan dengan Adanya Pelaksanaan yang Menjadi Prioritas (*consciousness of Allah and of Hisprescribed priorities*).¹² jika Perusahaan bisnis menerapkan perbuatan baik (Ihsan/*Benevolence*) dan merupakan sangat penting yang harus diterapkan dalam Perusahaan agar Masyarakat merasa nyaman jika berkunjung diperusahaan tersebut.

KESIMPULAN

Hasil dan pembahasan jurnal ini menekankan pentingnya penerapan nilai-nilai tauhid dan etika dalam praktik bisnis Islami. Dari hasil kuisisioner terhadap 100 responden, mayoritas menyatakan setuju bahwa tauhid, yang mencakup kejujuran, keadilan, dan penghindaran praktik riba, adalah fundamental dalam bisnis yang sesuai syariah. Responden sepakat bahwa prinsip-prinsip tersebut mencegah penipuan, menarik simpati pelanggan, serta memberikan kenyamanan dalam transaksi bisnis.

Etika bisnis Islami, yang berpijak pada nilai-nilai Qur'an dan Hadits, mencakup kepercayaan, keadilan, dan keseimbangan antara duniawi dan akhirat. Pembahasan juga menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan etika bisnis Islami akan meraih kepercayaan konsumen, menciptakan lingkungan kerja yang sehat, dan menghasilkan produk berkualitas. Konsep tauhid sebagai fondasi bisnis Islami menekankan pada keesaan Allah, tanggung jawab individu, dan keseimbangan dalam berbisnis, yang kesemuanya bertujuan untuk memperoleh ridha dan keberkahan dari Allah.

¹² Richa Angkita Mulyawisdawati, *Implementasi Etika Bisnis Islam...* h. 150-157

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, *Ajaran Islam dalam Bisnis*, Bandung : Al- Fabeta,1994
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009
- Badroen, Faisal Suhendra, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006
- Hasan, Ali, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Irawan, Heri, “*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*”, Tesis Pascasarjana Bidang Ekonomi Islam UIN Alauddin Makasar, 2017
- Muhammad Zikwan, (2023), *Bisnis dalam Islam (Implementasi Prinsip-Prinsip Islam dalam Aktivitas Ekonomi Bisnis*. Tersedia pada: https://www.researchgate.net/publication/374749656_BISNIS_DALAM_ISLAM_IMPLEMENTASI_PRINSIP-PRINSIP_ISLAM_DALAM_AKTIFITAS_EKONOMI_BISNIS
- Richa Angkita Mulyawisdawati, *Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Warna Yogyakarta*. Tersedia pada: https://scholar.google.com/scholar?q=related:bnxalFonqEoJ:scholar.google.com/&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1736043810575&u=%23p%3DbnxalFonqEoJ
- Rifai, Veithzal, *Islamic Business and Economic Ethics*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012
- Zubair, Achmad Charris, *Kuliah Etika*, Jakarta : Rajawali Press, 1995