



TAUHID SEBAGAI PONDASI BISNIS ISLAM

Anjani Kurnia¹, Latifah Ainun Sari², Dimas Pradana³, Diah Mukminatul Hasimi⁴

UIN Raden Intan Lampung^{1,2,3,4}

anjanikurniaa2@gmail.com¹, latifahsari2310@gmail.com², dimaspradanaa17@gmail.com³,
diahmukminatul@radenintan.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pentingnya konsep tauhid sebagai dasar dalam praktik bisnis Islam. Dalam bisnis Islam, setiap aktivitas ekonomi tidak hanya dilihat sebagai sarana untuk meraih keuntungan material, tetapi juga sebagai ibadah yang bertujuan untuk memperoleh ridha Allah SWT. Konsep ini meliputi penerapan prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam setiap transaksi bisnis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini mengungkapkan bahwa dalam bisnis Islam, keberhasilan tidak hanya diukur dari sisi keuntungan finansial, tetapi juga dari dampak positif yang diberikan kepada masyarakat dan lingkungan. Selain itu, penerapan tauhid dalam bisnis Islam mengharuskan pengusaha untuk menjaga integritas dan keseimbangan antara keuntungan duniawi dan kesejahteraan spiritual. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis yang dijalankan dengan prinsip tauhid akan membawa keberkahan dan manfaat bagi umat manusia, baik di dunia maupun di akhirat.

Kata Kunci: *Tauhid, Bisnis Islam, Kejujuran, Keadilan, Tanggung Jawab Sosial*

Abstract

This study examines the importance of the concept of tawhid as the foundation in Islamic business practices. In Islamic business, every economic activity is not only seen as a means to gain material profit but also as an act of worship aimed at seeking Allah's pleasure. This concept includes the application of principles of honesty, justice, and social responsibility in every business transaction. The method used in this research is descriptive literature with a qualitative approach. The study reveals that in Islamic business, success is not only measured from the financial gain but also from the positive impact it provides to society and the environment. Furthermore, the implementation of tawhid in Islamic business requires entrepreneurs to maintain integrity and balance between worldly profit and spiritual well-being. The findings of this research indicate that businesses conducted with the principles of tawhid will bring blessings and benefits to humanity, both in this world and in the hereafter.

Keywords: *Tawhid, Islamic Business, Honesty, Justice, Social Responsibility*

PENDAHULUAN

Penerapan konsep tauhid dalam bisnis Islam sangat penting karena ia mengarahkan pelaku bisnis untuk mengelola segala aspek usaha secara etis, adil, dan transparan. Tauhid dalam konteks bisnis bukan hanya mengenai produk atau layanan yang dijual, tetapi lebih luas dari itu, mencakup sikap, niat, dan tujuan yang mendasari aktivitas ekonomi tersebut. Sebagai contoh, seorang pengusaha yang menjalankan bisnis dengan tauhid sebagai dasar pemikirannya tidak hanya mencari keuntungan finansial, tetapi juga berupaya memberikan manfaat bagi masyarakat dan menjaga kesejahteraan umat. Tauhid, menurut Fiyantika dan Nisa (2020), memberikan panduan untuk memastikan bahwa segala bentuk transaksi bisnis, mulai dari pembelian, penjualan, hingga hubungan kerja dengan konsumen dan karyawan, dilakukan dengan kejujuran dan integritas, serta menjaga keharmonisan sosial dan lingkungan (Fiyantika & Nisa, 2020).

Konsep tauhid juga melibatkan pemahaman bahwa seluruh dunia ini, termasuk sumber daya alam dan manusia, adalah milik Allah SWT. Oleh karena itu, bisnis yang dilakukan harus berlandaskan pada prinsip pengelolaan yang baik, efisien, dan tidak merusak. Sebagaimana ditegaskan oleh Harahap (2019), pengusaha yang memahami tauhid akan selalu mengedepankan prinsip tanggung jawab sosial, yang berarti bahwa keberhasilan dalam bisnis tidak hanya diukur dari segi materi atau keuntungan pribadi, tetapi juga dari dampak positif yang diberikan kepada masyarakat dan lingkungan (Harahap, 2019).

Lebih dari itu, tauhid dalam bisnis Islam juga terkait dengan keadilan dalam setiap transaksi. Konsep keadilan dalam Islam mengharuskan para pelaku bisnis untuk tidak melakukan praktik-praktik yang merugikan pihak lain, seperti penipuan, riba, atau eksploitasi terhadap karyawan dan konsumen. Keadilan dalam bisnis ini sangat erat kaitannya dengan prinsip-prinsip syariah yang melarang segala bentuk ketidakadilan dan eksploitasi. Misalnya, dalam sistem bisnis yang berbasis tauhid, setiap bentuk transaksi harus dilakukan dengan kesadaran bahwa Allah mengawasi dan bahwa setiap tindakan yang dilakukan akan dipertanggungjawabkan di hadapan-Nya.

Dengan menerapkan prinsip tauhid, seorang pengusaha Muslim diingatkan untuk senantiasa menjaga niat dan tujuan dalam menjalankan bisnis. Tujuan utama bukan hanya untuk mengejar keuntungan semata, tetapi untuk mencapai keberkahan dalam kehidupan dunia dan akhirat. Hal ini sejalan dengan prinsip maqasid syariah, yang menekankan pada pencapaian tujuan-tujuan yang lebih tinggi dari sekedar keuntungan material, yaitu keberkahan, keadilan, dan kesejahteraan umat (Fiyantika & Nisa, 2020). Konsep maqasid syariah ini dapat dipahami sebagai landasan untuk memastikan bahwa aktivitas ekonomi yang dilakukan sejalan dengan prinsip-prinsip etika Islam yang mengutamakan kesejahteraan umat.

Tauhid juga membawa pengaruh besar dalam praktik keuangan Islam, yang melarang adanya riba dan spekulasi berlebihan (gharar). Riba, yang seringkali ditemukan dalam transaksi konvensional, merupakan salah satu hal yang dilarang dalam Islam, karena dianggap tidak adil dan merugikan pihak yang lebih lemah. Dalam bisnis yang berlandaskan tauhid, pengusaha dituntut untuk menjalankan kegiatan ekonomi dengan cara yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti menghindari riba, menunaikan zakat, serta berpartisipasi dalam wakaf dan sedekah (Harahap, 2019). Prinsip-prinsip ini membantu menciptakan sistem bisnis yang lebih berkeadilan dan tidak merugikan pihak mana pun, yang sesuai dengan ajaran Islam yang mengutamakan keseimbangan dan keadilan sosial.

Lebih lanjut, tauhid juga memiliki dampak signifikan terhadap hubungan antara pengusaha dengan konsumen, karyawan, dan masyarakat secara umum. Dalam bisnis yang berlandaskan tauhid, pengusaha akan berusaha untuk menjaga kualitas produk dan layanan, serta memberikan transparansi dalam setiap aspek transaksi. Hal ini penting untuk menciptakan kepercayaan di antara konsumen dan menjaga reputasi bisnis yang dijalankan. Pengusaha yang menerapkan tauhid dalam usahanya tidak hanya peduli dengan kepuasan konsumen, tetapi juga berusaha untuk memastikan bahwa setiap keputusan bisnis yang diambil tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam yang menekankan kejujuran, keadilan, dan kesejahteraan umat.

Secara keseluruhan, penerapan tauhid dalam bisnis tidak hanya berfungsi sebagai landasan teologis, tetapi juga sebagai prinsip operasional yang mengatur setiap aspek aktivitas ekonomi seorang Muslim. Hal ini membuktikan bahwa bisnis Islam bukan hanya sekedar kegiatan ekonomi, tetapi juga merupakan sarana untuk mencapai kehidupan yang lebih baik dan lebih bermakna, baik di dunia maupun di akhirat. Dalam konteks ini, tauhid menjadi pondasi yang kokoh dalam menciptakan sistem ekonomi yang adil, transparan, dan berkeadilan, yang memberikan manfaat bagi seluruh umat manusia.

METODE PENELITIAN

Penelitian dengan judul Tauhid sebagai Pondasi Bisnis Islam menggunakan metode descriptive literature (studi literatur deskriptif) dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih karena fokus penelitian adalah pada penggalian, pemetaan, dan pengorganisasian gagasan konseptual tentang

tauhid dan implementasinya dalam bisnis Islam, bukan pada pengujian hipotesis empiris terhadap responden. Dalam konteks ini, peneliti memposisikan diri sebagai reader-analyst yang menelaah berbagai sumber tertulis (jurnal ilmiah, buku, prosiding, laporan penelitian) untuk kemudian menyusun deskripsi komprehensif mengenai bagaimana tauhid dipahami, dimaknai, dan dioperasionalkan dalam praktik bisnis. Pendekatan ini sejalan dengan sejumlah penelitian kontemporer di bidang etika bisnis Islam yang juga menggunakan studi literatur untuk menganalisis perilaku dan praktik pelaku ekonomi berbasis nilai syariah. (Nandavita dkk., 2024)

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif deskriptif dengan desain studi literatur (library research). Secara umum, penelitian kualitatif deskriptif berupaya menggambarkan secara sistematis fenomena atau konsep berdasarkan data kualitatif yang tersedia, tanpa manipulasi variabel maupun intervensi eksperimental. Dalam desain library research, sumber data utama adalah dokumen tertulis: artikel jurnal, buku akademik, laporan riset, dan dokumen resmi yang relevan. Peneliti tidak melakukan pengumpulan data lapangan (observasi langsung, wawancara, ataupun kuesioner), tetapi mengandalkan kekayaan literatur untuk menyusun kerangka konseptual dan pemaknaan teoretis. Model ini banyak digunakan dalam kajian ekonomi dan bisnis Islam ketika peneliti ingin merumuskan model konseptual atau menelaah kembali prinsip-prinsip normatif syariah. (Hakim & Sugianto, 2024)

Fokus deskriptif dalam penelitian ini tercermin pada tujuan utama: (1) menggambarkan konsep tauhid dalam perspektif teologi dan ekonomi Islam, (2) mendeskripsikan bagaimana tauhid diartikulasikan sebagai landasan etika dan operasional dalam bisnis Islam, dan (3) memetakan implikasi praktis tauhid terhadap perilaku pelaku bisnis muslim serta pengambilan keputusan bisnis. Penelitian tidak dimaksudkan untuk menguji hubungan kausal atau mengukur besaran pengaruh, melainkan untuk menyusun pemahaman teoritis yang utuh dan terstruktur, agar dapat menjadi landasan bagi penelitian empiris di tahap selanjutnya. (Septianda dkk., 2022).

Sumber data dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh melalui kajian kepustakaan. Data sekunder tersebut mencakup Artikel jurnal ilmiah yang terindeks nasional (SINTA, DOAJ, Garuda, Moraref, dan lain-lain), khususnya yang membahas tauhid, etika bisnis Islam, ekonomi Islam, dan praktik bisnis syariah, Buku-buku rujukan tentang tauhid, ekonomi Islam, fiqh muamalah, dan etika bisnis Islam, Prosiding, laporan penelitian, dan dokumen resmi yang relevan dengan tema bisnis Islam dan tauhid.

Pendekatan pengumpulan data semacam ini serupa dengan penelitian yang mengkaji model bisnis syariah dalam ekonomi kreatif, di mana peneliti menyusun data dari jurnal, buku, dan artikel terkait secara sistematis sebelum melakukan analisis isi untuk membangun gambaran konseptual. (Rafanda & Adinugraha, 2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Bisnis Islam dalam Al-Qur'an dan Hadis

Dalam kerangka bisnis Islam, konsep dasar yang membedakan aktivitas ekonomi muslim dari aktivitas ekonomi sekuler atau konvensional adalah bahwa setiap transaksi dan aktivitas bisnis harus dilandasi oleh wahyu Islam - yaitu Al-Qur'an dan sunah Rasulullah SAW. Hal ini berarti bahwa pengusaha muslim tidak hanya melihat bisnis sebagai usaha meraih laba finansial semata, melainkan sebagai wahana muamalah yang mengandung nilai religius dan sosial. Sebagaimana dinyatakan bahwa bisnis yang dilakukan harus berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Semua hukum dan aturan yang ada dilakukan untuk menjaga pembisnis agar mendapatkan rejeki yang halal dan diridhai oleh Allah SWT. (Huda & Ihwanudin, 2022)

Istilah dalam Al-Qur'an yang terkait dengan kegiatan ekonomi meliputi al-tijarah (dagangan), al-bai' (jual beli), dan isytara (membeli) yang menunjukkan bahwa aktivitas bisnis secara eksplisit disebutkan dalam teks al-Qur'an. (Ariyadi, 2019) Misalnya, dalam surat al-Baqarah ayat 275 disebutkan larangan terhadap riba dan penekanan terhadap perdagangan yang halal dan baik, yang secara implisit menegaskan bahwa bisnis Islam bukan hanya diperbolehkan tetapi dimuliakan asalkan tunduk kepada norma-Islam. Dari konteks hadis, terdapat banyak riwayat yang menekankan

kejujuran, keadilan, dan amanah dalam perdagangan misalnya bahwa Rasulullah SAW bersabda bahwa pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama-sama para nabi, shiddiqin, dan syuhada'. Hal ini memperkuat bahwa bisnis Islam bukanlah hanya aktivitas duniawi tetapi termasuk ibadah atau amal perbuatan yang memiliki nilai akhirat.

Lebih lanjut, konsep bisnis Islam dalam Al-Qur'an dan Hadis menekankan muamalah yang beretika: setiap pelaku bisnis muslim diharuskan untuk memperhatikan aspek kejujuran (sidq), amanah (amanah), dan tidak melakukan unsur-unsur yang dilarang seperti riba, gharar (ketidakpastian berlebihan), dan ihtikar (menimbun untuk meraup harga). Sebagaimana disebutkan bahwa Al-Qur'an sebagai pedoman umat Islam pun menjelaskan tentang bermuamalah yang benar dan melarang segala bentuk transaksi yang dapat merugikan banyak orang, begitupun dengan Hadits. (Huda & Ihwanudin, 2022) Dalam hal ini, bisnis Islam mempunyai dua dimensi simultan: dimensi duniawi (keuntungan, efisiensi, pertumbuhan) dan dimensi akhirat (keridhaan Allah, maslahat umat, keadilan sosial). Konsep ini diperkuat oleh Gea (2024) yang menunjukkan bahwa dalam perspektif Al-Qur'an dan Hadis, perdagangan atau bisnis adalah aktivitas yang terhormat karena mengandung unsur tanggung jawab kepada Allah dan sesama.

Selanjutnya, secara operasional, konsep bisnis Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis menuntut bahwa pelaku bisnis muslim menjadikan niat (ikhlas) sebagai fondasi: bahwa aktivitas bisnis dilakukan bukan semata-untuk laba atau pengakuan manusia, tetapi untuk mendapatkan ridha Allah dan manfaat bagi umat. Hal ini secara esensial berbeda dengan orientasi bisnis sekuler yang hanya mengukur keberhasilan dari sisi keuntungan finansial semata. Dalam literatur disebutkan bahwa Definisi bisnis Islam menegaskan bahwa setiap aktivitas ekonomi harus dilakukan sesuai dengan pedoman yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits, dengan penekanan pada prinsip tauhid yang menunjukkan bahwa segala tindakan harus mengacu kepada kehendak Allah. (Integrasi Perspektif Bisnis Islam, 2024)

Dengan demikian, pembahasan ini menunjukkan bahwa konsep bisnis Islam dalam Al-Qur'an dan Hadis tidak hanya mencakup apa yang boleh dan tidak boleh dalam transaksi, tetapi bagaimana dan untuk apa bisnis itu dijalankan yakni sebagai amanah, sarana ibadah, dan aktivitas sosial-keagamaan yang terintegrasi dengan keimanan, ketakwaan, dan keadilan. Saat bisnis dijalankan dengan kerangka ini, maka bisnis tersebut menjadi bagian dari sistem ekonomi Islam yang lebih luas: sistem yang mengutamakan kesejahteraan umat, bukan hanya kepentingan individu.

2. Tauhid (Akidah) dalam Konteks Bisnis Islam

Tauhid dalam Islam adalah pokok ajaran yang menekankan pada keesaan Allah SWT dalam segala hal, baik dalam ibadah, kehidupan pribadi, sosial, maupun ekonomi. Dalam konteks bisnis Islam, tauhid tidak hanya dipahami sebagai konsep spiritual yang menuntut pengakuan terhadap Allah sebagai Tuhan yang Maha Esa, tetapi juga sebagai fondasi bagi setiap tindakan bisnis yang dilakukan oleh umat Muslim. Dengan mengintegrasikan akidah tauhid dalam dunia bisnis, seorang Muslim tidak hanya memandang kegiatan ekonomi sebagai alat untuk mencapai keuntungan materi, tetapi juga sebagai ibadah yang akan mendapat ganjaran dari Allah SWT, selama dilakukan dengan niat yang benar dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Dalam perspektif bisnis Islam, tauhid mengandung pemahaman bahwa seluruh aktivitas bisnis yang dilakukan oleh seorang Muslim harus berorientasi pada tujuan yang lebih tinggi, yaitu mendapatkan ridha Allah dan tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan duniawi. Hal ini ditegaskan oleh Al-Qur'an dalam beberapa ayat yang menunjukkan bahwa Allah adalah pemilik sejati dari segala sesuatu di bumi ini, dan manusia hanya diberikan amanah untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya tersebut (QS. Al-Baqarah: 30). Ini mengimplikasikan bahwa setiap aktivitas bisnis, baik itu perdagangan, investasi, atau produksi, harus dilakukan dengan niat yang lurus dan tidak melanggar prinsip-prinsip yang digariskan dalam syariah. Sebagai contoh, dalam surat Al-Baqarah ayat 275, Allah menekankan larangan terhadap riba dan praktik perdagangan yang merugikan, yang pada dasarnya berusaha menjaga integritas moral pelaku bisnis Muslim (Nisak, 2015).

Sebagaimana diterangkan oleh Huda dan Ihwanudin (2022), pemahaman yang benar terhadap

tauhid akan menuntun pelaku bisnis untuk menghindari perbuatan-perbuatan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, seperti penipuan, penghindaran pajak, dan praktek monopoli yang merugikan konsumen. Dalam praktiknya, seorang pengusaha yang berpegang pada akidah tauhid akan selalu memperlakukan orang lain dengan keadilan, menjaga transparansi dalam transaksi, serta tidak melakukan eksploitasi terhadap pekerja dan konsumen. Semua ini dilakukan dengan kesadaran penuh bahwa setiap amal perbuatan akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah SWT di akhirat kelak (Huda & Ihwanudin, 2022).

Penerapan tauhid dalam konteks bisnis Islam juga berkaitan dengan konsep muamalah, yang berarti hubungan atau interaksi antara sesama manusia, terutama dalam konteks jual beli. Al-Qur'an dan Hadis mengajarkan bahwa muamalah harus dilakukan dengan adil, transparan, dan berdasarkan prinsip saling menguntungkan, tanpa ada unsur penipuan atau eksploitasi. Sebagai contoh, Hadis Rasulullah SAW yang berbunyi: "Barang siapa yang menipu kami, maka dia bukanlah bagian dari kami" (HR. Muslim), mengajarkan bahwa penipuan dalam bisnis adalah suatu perbuatan yang tercela dalam Islam. Oleh karena itu, dalam kerangka akidah tauhid, bisnis bukan hanya dipandang sebagai alat untuk mencari keuntungan semata, tetapi sebagai sarana untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan moral, yang pada gilirannya akan membawa keberkahan bagi dunia dan akhirat (Ariyadi, 2019).

Bahkan, tauhid dalam bisnis Islam juga mengajarkan untuk menjaga keseimbangan antara dunia dan akhirat, yang disebut dengan "maqāsid al-sharī'ah" (tujuan syariah). Tujuan syariah ini mencakup lima pokok: menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam konteks bisnis, ini berarti bahwa setiap tindakan ekonomi yang dilakukan harus mengedepankan kepentingan umat manusia secara keseluruhan, bukan hanya demi kepentingan individu atau kelompok tertentu. Oleh karena itu, bisnis dalam Islam harus mempertimbangkan kesejahteraan bersama, keberlanjutan lingkungan, dan kontribusi terhadap pembangunan sosial. Sebagai contoh, dalam praktek perbankan syariah, prinsip-prinsip tauhid ini tercermin dalam larangan terhadap praktik riba, spekulasi yang berlebihan (ghharar), dan investasi yang merugikan masyarakat (Baidowi, 2001).

Selain itu, akidah tauhid dalam bisnis juga mencakup niat yang ikhlas (niyyah) dalam setiap kegiatan. Seorang pengusaha Muslim yang memahami tauhid sebagai bagian dari akidah akan selalu memastikan bahwa setiap langkah yang diambil dalam menjalankan bisnis adalah untuk mencapai ridha Allah, bukan untuk kepentingan pribadi atau duniawi semata. Dalam hadis disebutkan bahwa amal perbuatan bergantung pada niatnya, dan setiap niat yang dilakukan karena Allah akan memperoleh pahala, sedangkan yang dilakukan untuk tujuan selain-Nya akan sia-sia (HR. Bukhari). Hal ini menunjukkan bahwa niat yang ikhlas adalah kunci utama dalam menjadikan aktivitas bisnis sebagai ibadah yang diterima di sisi Allah. Dengan demikian, meskipun tujuan utama dari bisnis adalah keuntungan, namun keuntungan tersebut harus diperoleh melalui cara-cara yang halal dan sesuai dengan tuntunan syariah, serta harus memberikan manfaat yang lebih luas bagi umat manusia.

Melalui perspektif tauhid, bisnis bukan hanya sekedar alat untuk meraih keuntungan finansial, tetapi juga sarana untuk memperkuat iman dan menjalankan tanggung jawab sebagai khalifah di muka bumi. Dengan kesadaran akan amanah yang diberikan oleh Allah, pelaku bisnis Muslim akan berusaha untuk memastikan bahwa segala aktivitas ekonomi yang dilakukan tidak hanya menghasilkan keuntungan dunia, tetapi juga membawa berkah dan manfaat bagi umat manusia, baik di dunia maupun di akhirat.

3. Aktivitas Bisnis Islam untuk Ibadah

Konsep bisnis dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari pandangan akidah tauhid, yang menyatakan bahwa segala aktivitas hidup, termasuk dalam berbisnis, harus dilandasi oleh niat yang tulus untuk mendapatkan ridha Allah SWT. Bisnis Islam diharapkan tidak hanya dilihat sebagai usaha untuk meraih keuntungan duniawi semata, tetapi sebagai ibadah (perbuatan yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keridhaan Allah). Dengan kata lain, bagi seorang Muslim yang menjalankan bisnis, niatnya bukan hanya mencari keuntungan material, tetapi juga menjalankan aktivitas ekonomi sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT. Sebagaimana dinyatakan dalam

Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 2:286, bahwa setiap amal perbuatan dilakukan dengan kesadaran bahwa Allah Maha Mengetahui niat dan tujuan dalam setiap tindakan. (Wahyuddin, 2024)

Konsep ibadah dalam bisnis Islam menggambarkan aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh pelaku usaha Muslim sebagai wujud pengabdian dan ibadah kepada Allah SWT, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sebagai contoh, setiap transaksi jual-beli yang dilakukan dengan niat yang benar dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (halal, thayyib, adil, dan transparan) memiliki nilai ibadah. Pelaku bisnis yang menjalankan usaha dengan kesadaran bahwa setiap hasil yang diperoleh adalah amanah Allah SWT akan selalu memperhatikan aspek keadilan, kesejahteraan pekerja, serta memberikan manfaat kepada masyarakat luas, bukan semata-mata untuk kepentingan pribadi. (Nisak, 2015)

Lebih lanjut, dalam konteks bisnis Islam, niat menjadi unsur yang sangat penting karena setiap perbuatan yang dilakukan tanpa niat yang benar tidak akan diterima sebagai ibadah di sisi Allah. Hal ini ditegaskan dalam hadis Rasulullah SAW yang menyatakan: *"Sesungguhnya setiap amal itu tergantung pada niatnya, dan setiap orang akan mendapatkan apa yang ia niatkan."* (HR. Bukhari). Niat yang ikhlas dalam menjalankan bisnis berarti bahwa seorang pengusaha Muslim harus menjadikan segala aktivitas bisnisnya sebagai bagian dari usaha untuk mendapatkan keberkahan (barakah) dari Allah SWT. Keberkahan yang dimaksud bukan hanya berupa keuntungan materi, tetapi juga berupa manfaat bagi umat, kelancaran usaha, dan kepuasan pelanggan yang menjalankan transaksi dalam koridor yang sesuai dengan syariah (Huda & Ihwanudin, 2022).

Dalam praktiknya, pengusaha yang menjalankan bisnis dengan niat ibadah akan menjaga integritas dan etika bisnis yang berlandaskan pada prinsip syariah. Aktivitas bisnis yang sah dalam Islam mengharuskan adanya kejujuran dalam transaksi, tidak ada unsur penipuan, tidak ada riba (bunga), tidak ada gharar (ketidakpastian berlebihan), dan tidak ada praktik penindasan terhadap konsumen atau pekerja. Pengusaha juga diharapkan untuk selalu menunaikan kewajibannya, seperti zakat, sedekah, dan wakaf, yang dapat menjadi sarana untuk memperkaya kehidupan spiritual dan sosial mereka. Zakat, misalnya, merupakan kewajiban seorang Muslim yang memiliki penghasilan, dan dengan membayar zakat, seorang pengusaha ikut berkontribusi dalam kesejahteraan masyarakat dan memberantas kemiskinan (Baidowi, 2001).

Praktik bisnis yang dilakukan untuk ibadah juga mencakup tanggung jawab sosial dalam menjalankan kegiatan usaha. Di dunia modern, ini berarti bahwa bisnis harus lebih dari sekadar kegiatan ekonomi, tetapi harus berfungsi sebagai agen perubahan sosial yang berkontribusi pada kesejahteraan umat. Sebagai contoh, pengusaha Muslim yang mengedepankan prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) dalam menjalankan bisnis akan melakukan investasi sosial yang mendukung pembangunan masyarakat sekitar, seperti menyediakan fasilitas pendidikan, kesehatan, dan lapangan kerja yang adil. Tanggung jawab sosial dalam bisnis Islam tidak hanya terbatas pada pengembangan masyarakat tetapi juga berfokus pada kelestarian lingkungan. Hal ini penting karena dalam Islam, menjaga kelestarian alam adalah bagian dari amanah yang diberikan Allah SWT kepada umat manusia sebagai khalifah di muka bumi (Al-Baqarah: 30).

Selain itu, dalam perspektif bisnis Islam, suatu aktivitas ekonomi yang dilakukan untuk tujuan ibadah juga melibatkan keberlanjutan usaha. Bisnis yang halal dan berbasis ibadah tidak hanya mencari keuntungan dalam jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan dampak jangka panjang bagi semua pihak terkait, baik bagi perusahaan, konsumen, maupun masyarakat. Hal ini mengarah pada prinsip keadilan sosial yang tidak hanya menguntungkan pemilik bisnis atau investor, tetapi juga memberikan manfaat yang merata untuk seluruh lapisan masyarakat. Dengan cara ini, pengusaha yang menjalankan bisnis untuk ibadah secara tidak langsung turut membangun ekonomi yang lebih adil, berkelanjutan, dan mendukung kesejahteraan umat.

Contoh nyata lainnya dari aktivitas bisnis yang dilakukan sebagai ibadah dalam Islam dapat dilihat pada pengelolaan usaha-usaha yang terkait dengan produk halal, seperti makanan, obat-obatan, dan kosmetik yang sesuai dengan ketentuan syariah. Perusahaan yang memproduksi barang-barang halal dengan kesadaran penuh bahwa produk mereka bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga untuk memberi manfaat dan memenuhi kebutuhan umat Islam, maka mereka menjalankan

bisnis mereka dengan niat yang tulus dan sebagai bentuk ibadah. Hal ini tentu akan menambah nilai tambah bagi bisnis tersebut dalam pandangan Allah SWT, karena selain memperoleh keuntungan duniawi, mereka juga mendapatkan pahala dari-Nya (Wahyuddin, 2024).

Penting untuk dicatat bahwa niat yang ikhlas dalam bisnis Islam tidak hanya terkait dengan pemilik atau pengelola bisnis, tetapi juga harus menjadi budaya dalam setiap tingkatan organisasi. Setiap pekerja, mulai dari manajer hingga tenaga kerja di bawahnya, harus memiliki niat yang benar dalam menjalankan pekerjaannya, agar seluruh aspek bisnis berjalan dengan keberkahan dan tidak ada yang dirugikan. Sebagaimana disebutkan dalam Hadis, “*Sesungguhnya pekerjaan yang dilakukan dengan niat yang baik akan diterima sebagai ibadah.*” (HR. Bukhari). Oleh karena itu, pengelolaan sumber daya manusia dalam bisnis Islam harus dilakukan dengan prinsip-prinsip yang adil, memperhatikan hak pekerja, dan memberikan penghargaan yang layak.

4. Aksioma dan Ruang Lingkup Bisnis Islam

Aksioma dalam konteks bisnis Islam adalah prinsip-prinsip dasar yang membentuk fondasi operasional dan teologis bagi pelaku usaha Muslim dalam menjalankan kegiatan bisnis. Aksioma ini bukan hanya berupa asumsi normatif yang dipatuhi, tetapi merupakan landasan yang harus diikuti agar bisnis dapat berjalan sesuai dengan prinsip syariah dan mendapatkan ridha Allah SWT. Secara keseluruhan, aksioma-aksioma dasar dalam bisnis Islam berfungsi untuk mengarahkan praktik bisnis agar tidak hanya mengutamakan keuntungan material, tetapi juga mencapai tujuan yang lebih tinggi, yaitu maslahat (kebaikan) bagi umat manusia. Dalam kajian ini, kita akan membahas empat aksioma utama yang menjadi pondasi bisnis Islam, yaitu tauhid (kesatuan Allah), keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab.

a. Aksioma Tauhid (Kesatuan Allah)

Aksioma pertama dalam bisnis Islam adalah tauhid, yang menegaskan bahwa Allah SWT adalah satu-satunya Tuhan yang mengatur segala aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Prinsip tauhid dalam bisnis mengimplikasikan bahwa segala aktivitas yang dilakukan dalam dunia bisnis harus dilandasi oleh kesadaran bahwa segala sumber daya—baik manusia, kekayaan, maupun alam semesta adalah milik Allah, dan manusia hanya sebagai khalifah (pengelola) yang diberi amanah untuk mengelolanya. Sebagaimana dinyatakan dalam surah Al-Baqarah ayat 286: “*Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya,*” yang menunjukkan bahwa setiap keputusan dan tindakan dalam bisnis harus dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran bahwa segala sesuatu yang ada pada manusia adalah milik Allah.

Aksioma tauhid dalam konteks bisnis juga mengarah pada pemahaman bahwa setiap keuntungan yang diperoleh dari aktivitas bisnis harus diperoleh dengan cara yang halal dan tidak bertentangan dengan ajaran syariah. Oleh karena itu, pelaku bisnis Islam harus menghindari segala bentuk transaksi yang mengandung unsur riba, gharar (ketidakpastian), atau tindakan curang yang merugikan pihak lain. Seperti yang disampaikan oleh Huda dan Ihwanudin (2022), konsep tauhid mengajarkan bahwa segala bentuk transaksi yang tidak adil, atau mengandung unsur penipuan dan riba, tidak dapat diterima dalam ekonomi Islam karena bertentangan dengan prinsip kesatuan Allah. (Huda & Ihwanudin, 2022)

Aksioma tauhid ini juga mengarahkan pada prinsip integritas dalam bisnis. Setiap langkah dan keputusan yang diambil oleh pengusaha Muslim harus selalu didasari oleh niat yang lurus untuk mencari ridha Allah, bukan sekadar untuk memperoleh keuntungan duniawi. Dengan memahami tauhid, seorang pelaku bisnis akan sadar bahwa tujuan hidup dan aktivitasnya di dunia ini tidak hanya untuk mendapatkan uang, tetapi juga untuk beribadah kepada Allah melalui setiap transaksi yang dilakukan.

b. Aksioma Keseimbangan (Equilibrium)

Aksioma kedua yang mendasari bisnis Islam adalah keseimbangan, yang mengharuskan adanya keharmonisan antara berbagai pihak yang terlibat dalam suatu aktivitas ekonomi. Bisnis Islam harus menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat, antara pemilik modal dan pekerja, serta antara keuntungan duniawi dan kesejahteraan spiritual. Dalam praktik bisnis, ini berarti

bahwa bisnis tidak boleh hanya mengutamakan keuntungan bagi pemilik usaha, tetapi juga harus memberikan manfaat yang adil bagi karyawan, konsumen, dan masyarakat luas.

Keseimbangan ini juga terlihat dalam hubungan antara penawaran dan permintaan dalam pasar. Dalam bisnis Islam, prinsip keseimbangan mengajarkan agar transaksi dilakukan dengan cara yang adil, tanpa ada pihak yang dirugikan. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Mutaffifin ayat 1-3, yang melarang orang-orang yang menipu dalam timbangan atau ukuran, bisnis Islam mengharuskan adanya transaksi yang adil dan sesuai dengan ukuran yang sebenarnya. Keseimbangan juga tercapai ketika pelaku bisnis memperhatikan keberlanjutan (sustainability), baik dari sisi lingkungan maupun sosial, sehingga tidak hanya mengejar keuntungan dalam jangka pendek, tetapi juga menjaga keseimbangan antara eksploitasi sumber daya alam dan keberlanjutan hidup umat manusia. (Baidowi, 2001)

c. Aksioma Kehendak Bebas (Free Will)

Aksioma ketiga adalah kehendak bebas, yang memberikan kebebasan kepada setiap individu untuk membuat keputusan bisnis. Namun, kebebasan ini tetap berada dalam batasan yang ditentukan oleh syariah. Dalam Islam, meskipun setiap individu memiliki kebebasan untuk memilih dalam menjalankan aktivitas bisnis, pilihan tersebut harus disertai dengan tanggung jawab dan harus mematuhi batasan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Kehendak bebas dalam bisnis Islam berarti bahwa pelaku usaha memiliki kebebasan untuk memilih jenis usaha yang akan dijalankan, tetapi dalam prosesnya harus selalu mempertimbangkan kehalalan dan keadilan dalam setiap transaksi yang dilakukan.

Sebagai contoh, pengusaha Muslim memiliki kebebasan untuk memilih bisnis di bidang apa mereka akan berinvestasi, namun mereka tidak diperbolehkan untuk terlibat dalam aktivitas yang merugikan orang lain atau yang bertentangan dengan ajaran Islam, seperti bisnis yang mengandung unsur perjudian (maysir), riba, atau penyalahgunaan sumber daya alam. Prinsip kehendak bebas ini mengajarkan bahwa bisnis dalam Islam adalah pilihan yang harus dipertanggungjawabkan baik di dunia maupun di akhirat. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Shofiyah (2024), Kehendak bebas dalam ekonomi Islam memberikan ruang bagi individu untuk berbisnis, namun tetap dalam kerangka yang etis dan berdasarkan syariah. (Shofiyah, 2024)

d. Aksioma Tanggung Jawab (Responsibility)

Aksioma terakhir dalam bisnis Islam adalah tanggung jawab, yang menunjukkan bahwa setiap pelaku bisnis harus mempertanggungjawabkan tindakan dan keputusan bisnisnya kepada Allah SWT dan kepada sesama manusia. Dalam konteks ini, tanggung jawab berarti bahwa pelaku bisnis harus memperhatikan kesejahteraan pekerja, konsumen, dan masyarakat luas, serta bertanggung jawab terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan oleh aktivitas bisnisnya. Prinsip tanggung jawab ini meliputi kewajiban untuk membayar zakat, memberikan gaji yang adil kepada karyawan, serta berkontribusi pada pembangunan sosial melalui berbagai bentuk filantropi, seperti wakaf dan sedekah.

Lebih dari itu, tanggung jawab dalam bisnis Islam juga berarti menjaga integritas moral dalam setiap aspek transaksi. Pengusaha Muslim harus memastikan bahwa mereka tidak hanya mencari keuntungan pribadi, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat dan menjaga kesejahteraan umum. Dalam Al-Qur'an, Allah berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 282, yang menyarankan agar setiap transaksi dilakukan dengan catatan yang jelas dan penuh tanggung jawab agar tidak ada pihak yang dirugikan. Prinsip tanggung jawab ini juga tercermin dalam perilaku bisnis yang beretika, di mana pengusaha bertanggung jawab tidak hanya terhadap hasil bisnis, tetapi juga terhadap dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnis tersebut.

Ruang lingkup bisnis Islam mencakup seluruh dimensi kehidupan ekonomi yang diatur oleh prinsip syariah. Dalam bisnis Islam, tidak hanya transaksi jual beli yang harus sesuai dengan hukum Islam, tetapi juga seluruh aspek produksi, distribusi, konsumsi, investasi, dan filantropi. Sebagai contoh, ruang lingkup bisnis Islam meliputi sumber daya manusia yang dikelola secara adil, keuangan yang bersih dari unsur riba, serta produk yang halal dan thayyib. Semua ini menunjukkan bahwa

bisnis Islam tidak hanya terbatas pada transaksi yang dilakukan oleh pengusaha, tetapi juga mencakup berbagai dimensi sosial dan spiritual yang saling terkait dalam kerangka syariah.

Sebagaimana dikemukakan oleh Shofiyah (2024), Bisnis Islam tidak hanya meliputi aspek jual beli atau transaksi komersial, tetapi mencakup seluruh dimensi sosial, moral, dan spiritual yang harus dipatuhi oleh setiap pelaku bisnis dalam menjalankan usaha mereka. (Shofiyah, 2024)

5. Etika Dasar Bisnis Islam

Etika dalam bisnis Islam adalah seperangkat prinsip moral dan pedoman yang harus diikuti oleh para pelaku bisnis agar seluruh aktivitas ekonomi yang dilakukan sesuai dengan ajaran Islam. Etika ini tidak hanya berhubungan dengan hukum atau regulasi syariah yang mengatur transaksi, tetapi juga mencakup sikap dan nilai yang harus dipegang teguh oleh seorang Muslim dalam segala aktivitas bisnisnya. Dalam konteks ini, bisnis tidak hanya dipandang sebagai sarana untuk meraih keuntungan materi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT, yang tujuannya adalah untuk memperoleh ridha-Nya. Oleh karena itu, etika dasar dalam bisnis Islam harus melibatkan niat yang tulus, menjaga kejujuran, serta mematuhi prinsip-prinsip keadilan, amanah, dan tanggung jawab sosial.

Menurut Wahyuddin (2024), Etika Bisnis Islam merupakan landasan penting dalam pelaksanaan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam. Selain menghindari riba dan gharar, etika ini mengedepankan integritas, keadilan, dan transparansi dalam transaksi. (Wahyuddin, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa etika dasar dalam bisnis Islam memiliki empat elemen inti: kejujuran, amanah, keseimbangan, dan tanggung jawab sosial. Setiap elemen tersebut harus diinternalisasi dalam setiap tindakan bisnis seorang Muslim, baik dalam hubungan antar individu dalam dunia usaha maupun dalam hubungan antara pengusaha dan masyarakat luas.

a. Kejujuran (Sidq)

Kejujuran merupakan salah satu nilai dasar dalam etika bisnis Islam yang paling penting. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman dalam surah At-Tawbah (9:119), "*Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan jadilah kamu bersama orang-orang yang benar (sidq).*" Ayat ini menunjukkan bahwa kejujuran adalah karakteristik yang harus dimiliki oleh setiap Muslim dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas bisnis. Kejujuran dalam bisnis Islam berarti bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan, tidak menipu dalam transaksi, serta menjaga kredibilitas dan integritas dalam setiap aktivitas bisnis.

Kejujuran dalam bisnis Islam juga mengharuskan pelaku usaha untuk menghindari segala bentuk penipuan, pemalsuan, dan penghindaran pajak yang tidak sah. Sebagaimana dijelaskan oleh Huda dan Ihwanudin (2022), Kejujuran dalam bisnis bukan hanya mengenai kata-kata yang diucapkan, tetapi juga mencakup tindakan yang nyata dalam bisnis. Menyembunyikan cacat produk atau memberikan informasi yang menyesatkan adalah bentuk penipuan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. (Huda & Ihwanudin, 2022). Oleh karena itu, pengusaha Muslim harus selalu menegakkan prinsip kejujuran dalam setiap aspek operasional bisnisnya, baik dalam pemasaran, penjualan, maupun dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

b. Amanah (Trustworthiness)

Amanah adalah prinsip kedua yang sangat ditekankan dalam bisnis Islam. Dalam bahasa Arab, amanah berarti kepercayaan atau tanggung jawab yang harus dijaga dengan sebaik-baiknya. Dalam konteks bisnis, amanah merujuk pada kewajiban seorang pengusaha untuk menjalankan usahanya dengan penuh tanggung jawab terhadap seluruh pihak yang terlibat, baik itu pelanggan, karyawan, atau bahkan masyarakat. Allah SWT berfirman dalam surah Al-Anfal (8:27), "*Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul-Nya, dan jangan pula kamu mengkhianati amanah-amanah yang dipercayakan kepadamu.*"

Pengusaha yang menjalankan bisnis dengan amanah akan menjaga hubungan yang baik dengan karyawan, memberikan upah yang adil, dan memastikan bahwa hak-hak mereka dipenuhi. Selain itu, amanah juga tercermin dalam cara pengelolaan modal dan keuntungan, di mana pengusaha harus menggunakan kekayaannya dengan cara yang sesuai dengan syariah dan tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain. Sebagai contoh, amanah dalam bisnis Islam tidak hanya berkenaan dengan

karyawan dan pelanggan, tetapi juga terkait dengan pengelolaan zakat dan filantropi. Setiap keuntungan yang diperoleh harus disisihkan sebagian untuk memenuhi kewajiban zakat, yang kemudian disalurkan kepada yang berhak.

c. Keseimbangan (Equilibrium)

Etika dasar lainnya dalam bisnis Islam adalah prinsip keseimbangan, yang menuntut adanya keadilan antara berbagai pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis. Dalam bisnis Islam, prinsip keseimbangan ini sangat penting, karena dapat menghindarkan praktik ketidakadilan, baik terhadap konsumen, pekerja, maupun pihak lain yang terkait. Keseimbangan ini tidak hanya tercermin dalam pembagian keuntungan yang adil, tetapi juga dalam hal distribusi risiko dan pembagian hak yang proporsional antara semua pihak yang terlibat dalam usaha tersebut.

Sebagai contoh, pengusaha harus memastikan bahwa harga barang atau jasa yang dijual tidak memanfaatkan posisi dominannya di pasar untuk mengambil keuntungan yang tidak adil. Dalam hal ini, pengusaha harus menghindari praktik monopoli, eksploitasi, atau ketidakseimbangan yang dapat merugikan konsumen atau karyawan. Etika keseimbangan ini juga terlihat dalam peran bisnis dalam menjaga keberlanjutan lingkungan, di mana bisnis tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek tetapi juga menjaga ekosistem agar dapat dinikmati oleh generasi yang akan datang (Shofiyah, 2024).

d. Tanggung Jawab Sosial (Social Responsibility)

Tanggung jawab sosial (CSR) adalah salah satu aspek etika bisnis Islam yang menuntut pelaku bisnis untuk tidak hanya mengutamakan keuntungan pribadi, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat. Dalam Islam, setiap Muslim dianggap sebagai khalifah (pengelola) di bumi ini yang bertanggung jawab untuk menjaga kesejahteraan umat dan lingkungan. Oleh karena itu, setiap bisnis yang dilakukan harus memberikan manfaat yang lebih besar bagi umat, dengan memperhatikan kesejahteraan sosial dan pengentasan kemiskinan. Sebagai contoh, pengusaha Muslim harus memastikan bahwa usaha mereka tidak hanya memberikan keuntungan finansial kepada pemilik modal, tetapi juga menciptakan lapangan kerja, memajukan perekonomian lokal, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Bagi pelaku bisnis yang berpegang pada prinsip etika Islam, kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat merupakan kewajiban moral yang tidak dapat diabaikan. Hal ini sejalan dengan konsep *maqāsid al-syarī'ah*, yang berfokus pada pencapaian kebaikan untuk umat manusia. CSR dalam bisnis Islam mencakup berbagai aspek, mulai dari pendidikan, kesehatan, pelatihan keterampilan, hingga pengelolaan lingkungan. Dalam hal ini, perusahaan tidak hanya berfokus pada profit, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan keberlanjutan yang berdampak positif bagi masyarakat luas.

6. Teladan dalam Konsep Keadilan dan Kejujuran Menurut Bisnis Islam

Dalam konteks bisnis Islam, konsep keadilan dan kejujuran bukan hanya sekadar nilai normatif yang harus diikuti, tetapi juga menjadi pedoman moral yang mendalam dalam setiap aspek aktivitas bisnis. Etika bisnis Islam menekankan bahwa seluruh transaksi, baik yang melibatkan penjual, pembeli, pekerja, maupun masyarakat luas, harus dilakukan dengan integritas, transparansi, dan rasa tanggung jawab. Dalam perspektif Islam, bisnis bukan sekadar kegiatan yang bertujuan memperoleh keuntungan material, tetapi juga sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah SWT, dengan mematuhi prinsip-prinsip moral dan etika yang digariskan dalam Al-Qur'an dan Hadis.

a. Kejujuran dalam Bisnis Islam

Kejujuran dalam bisnis Islam merupakan nilai dasar yang tidak bisa ditawar. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surah At-Tawbah (9:119), "*Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan jadilah kamu bersama orang-orang yang benar (sidq).*" Ayat ini menegaskan bahwa kejujuran adalah karakter utama yang harus dimiliki oleh setiap Muslim, termasuk dalam aktivitas bisnis. Dalam dunia bisnis, kejujuran tidak hanya mengacu pada kejujuran dalam kata-kata atau iklan, tetapi juga dalam praktik bisnis sehari-hari seperti memberikan informasi yang akurat, menjaga kualitas produk, serta menghindari penipuan atau penyembunyian cacat barang.

Kejujuran dalam bisnis Islam sangat penting dalam menjaga kepercayaan antara pelaku bisnis dan pelanggan, serta antara pengusaha dan karyawan. Sebagai contoh, dalam transaksi jual beli, seorang pedagang Muslim harus memastikan bahwa barang yang dijual tidak mengandung cacat yang

tersembunyi, dan harga yang ditawarkan adalah harga yang sesuai dengan kualitas barang, tanpa ada manipulasi harga atau klaim yang menyesatkan. Huda dan Ihwanudin (2022) menyatakan, Kejujuran adalah pilar utama dalam transaksi bisnis Islam, karena kejujuran menjamin kelangsungan usaha yang adil, dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. (Huda & Ihwanudin, 2022)

Selain itu, kejujuran dalam bisnis Islam juga mengharuskan pemilik usaha untuk tidak mengurangi timbangan atau ukuran dalam transaksi. Rasulullah SAW bersabda: *“Barang siapa yang menipu kami, maka dia bukan bagian dari kami”* (HR. Muslim). Hadis ini mengajarkan bahwa penipuan dalam bentuk apapun baik itu dalam bentuk penjualan barang yang tidak sesuai dengan kualitas yang dijanjikan atau penghindaran pajak merupakan perbuatan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam.

b. Keadilan dalam Bisnis Islam

Keadilan adalah prinsip dasar lainnya yang menjadi pedoman dalam bisnis Islam. Allah SWT berfirman dalam surah An-Nisa' (4:58), *“Sesungguhnya Allah memerintahkan kamu untuk menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, maka hendaklah kamu menetapkannya dengan adil.”* Ayat ini menegaskan bahwa dalam setiap transaksi, keputusan, atau kebijakan bisnis, keadilan harus dijaga dengan seksama. Keadilan dalam bisnis Islam tidak hanya mencakup keadilan dalam transaksi antara penjual dan pembeli, tetapi juga mencakup keadilan sosial antara pengusaha dan karyawan, antara pemilik modal dan masyarakat, serta antara produsen dan konsumen.

Prinsip keadilan ini juga tercermin dalam aturan-aturan bisnis yang mengatur pembagian keuntungan, upah yang adil untuk pekerja, serta perlakuan yang setara terhadap semua pihak yang terlibat dalam rantai pasok bisnis. Sebagai contoh, pengusaha yang berprinsip keadilan akan memastikan bahwa pekerja mendapatkan upah yang layak dan tidak memanfaatkan ketergantungan mereka untuk menekan gaji atau jam kerja secara tidak adil. Ini selaras dengan nilai Islam yang menuntut agar hak pekerja dihormati dan dijamin, sebagaimana diriwayatkan bahwa Rasulullah SAW bersabda: *“Berikanlah upah kepada pekerja sebelum keringatnya kering.”* (HR. Ibnu Majah)

Selain itu, prinsip keadilan juga mengharuskan pelaku bisnis Islam untuk menghindari praktik eksploitasi dalam bentuk apapun, baik itu terhadap konsumen, karyawan, atau lingkungan. Bisnis yang adil harus memperhatikan keseimbangan antara keuntungan yang diperoleh dengan manfaat yang diterima oleh masyarakat. Shofiyah (2024) menjelaskan bahwa “keadilan dalam bisnis Islam berakar pada prinsip bahwa bisnis tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan, tetapi juga untuk menjaga keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku bisnis dan pihak lain yang terlibat.” (Shofiyah, 2024)

c. Teladan dalam Sejarah Islam

Sejarah Islam memberikan banyak teladan teladan yang menginspirasi praktik keadilan dan kejujuran dalam bisnis. Salah satu contoh yang paling terkenal adalah Abu Ubaidah ibn al-Jarrah, sahabat Rasulullah SAW yang juga seorang pedagang sukses sebelum menjadi panglima. Abu Ubaidah dikenal karena kejujurannya dalam berbisnis, dan salah satu kisah terkenal adalah ketika dia mendirikan pasar yang mengedepankan transparansi, keseimbangan harga, dan keadilan dalam setiap transaksi yang terjadi di pasar. Kisah ini menjadi contoh klasik betapa seorang pengusaha Muslim tidak hanya mencari keuntungan materi, tetapi juga mengutamakan integritas dan tanggung jawab sosial.

Selain itu, Rasulullah SAW sendiri juga merupakan teladan utama dalam kejujuran dan keadilan dalam transaksi bisnis. Dalam hadis yang diriwayatkan oleh Aisyah RA, beliau menyatakan, *“Sesungguhnya Nabi SAW adalah orang yang paling jujur dan amanah dalam berdagang.”* Hadis ini menunjukkan bahwa kejujuran dan keadilan adalah bagian dari karakter yang harus dimiliki oleh seorang Muslim dalam setiap transaksi, termasuk dalam konteks bisnis. Pengusaha Muslim yang menjadikan Nabi Muhammad SAW sebagai teladan akan selalu berusaha menjaga integritas dan keadilan dalam setiap aspek bisnisnya.

d. Implementasi Etika Keadilan dan Kejujuran di Era Kontemporer

Di era modern, tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis Islam dalam menjaga keadilan dan kejujuran semakin kompleks. Perusahaan global yang bergerak cepat sering kali menghadapi godaan untuk mengutamakan keuntungan materi dan mengabaikan etika bisnis. Namun, penelitian terbaru menunjukkan bahwa perusahaan yang menjalankan prinsip keadilan dan kejujuran, meskipun dihadapkan pada tekanan persaingan, lebih berpotensi untuk bertahan dalam jangka panjang dan memiliki reputasi yang lebih baik.

Sebagai contoh, perusahaan yang transparan dalam laporan keuangan, yang menghindari praktik penipuan, dan yang mematuhi prinsip keadilan dalam hubungan karyawan dan konsumen, akan lebih mudah membangun kepercayaan publik. Di sisi lain, perusahaan yang tidak jujur dan tidak adil cenderung menghadapi masalah hukum dan reputasi yang merugikan, yang akhirnya akan mengganggu kelangsungan bisnisnya.

Dengan demikian, etika dasar dalam bisnis Islam, terutama kejujuran dan keadilan, bukan hanya menjadi tuntutan moral, tetapi juga faktor kunci dalam membangun keberlanjutan usaha yang sehat, adil, dan bermanfaat bagi umat manusia. Bisnis yang dijalankan dengan prinsip-prinsip ini akan memastikan tidak hanya kesuksesan dunia, tetapi juga mendatangkan keberkahan yang berkelanjutan.

7. Perbedaan Bisnis Islami dan Non-Islami

Bisnis Islami dan bisnis non-Islami (atau konvensional) memiliki perbedaan mendasar dalam landasan filosofi, tujuan, mekanisme operasional, serta nilai-norma yang dipegang dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Meskipun keduanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, namun pendekatan yang digunakan oleh masing-masing bisnis sangat berbeda. Perbedaan utama terletak pada prinsip dasar yang mengarahkan aktivitas ekonomi tersebut.

a. Landasan Filosofi Bisnis Islami dan Non-Islami

Dalam bisnis Islami, landasan filosofi yang mendasari seluruh aktivitas ekonomi adalah prinsip tauhid yakni, kesadaran bahwa seluruh dunia dan segala yang ada di dalamnya adalah ciptaan Allah SWT. Bisnis dalam Islam bukan hanya soal keuntungan materi semata, tetapi juga merupakan sarana ibadah yang dilakukan untuk memperoleh ridha Allah SWT. Dalam pandangan ini, keuntungan yang diperoleh dari bisnis haruslah halal, tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, dan digunakan untuk kemaslahatan umat. Dengan kata lain, bisnis Islami berusaha mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dan moral dalam setiap transaksi dan keputusan bisnis yang diambil. (Wahyudin, 2024)

Sebaliknya, dalam bisnis non-Islami atau konvensional, landasan filosofi umumnya berorientasi pada prinsip sekuler, yaitu memisahkan urusan duniawi dari urusan spiritual. Dalam bisnis konvensional, tujuan utama adalah profit maximization (memaksimalkan keuntungan), dan keputusan bisnis diambil semata-mata berdasarkan faktor ekonomi seperti permintaan pasar, biaya, dan efisiensi, tanpa mempertimbangkan apakah aktivitas tersebut sesuai dengan prinsip moral atau etika agama. Dalam hal ini, nilai spiritual tidak menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis, dan keuntungan duniawi adalah ukuran utama keberhasilan suatu usaha. Bisnis non-Islami cenderung mengabaikan dampak sosial atau moral dari keputusan ekonomi yang diambil, sejauh tidak melanggar hukum positif

b. Tujuan Bisnis Islami dan Non-Islami

Tujuan utama dari bisnis Islami bukan hanya untuk meraih keuntungan materi tetapi juga untuk mencapai keberkahan (barakah) dalam segala aktivitas yang dilakukan. Dalam bisnis Islam, tujuan yang lebih tinggi dari sekadar keuntungan ekonomi adalah maslahat (kemanfaatan) bagi umat manusia, keadilan sosial, dan keberlanjutan hidup yang seimbang antara dunia dan akhirat. Sebagai contoh, dalam bisnis Islami, selain mencari laba, pengusaha juga diwajibkan untuk membayar zakat, sedekah, dan melakukan wakaf, yang merupakan instrumen untuk menyalurkan sebagian kekayaan kepada yang membutuhkan. (Triwibowo, 2023)

Sebaliknya, bisnis non-Islami memiliki tujuan utama yang cenderung lebih praktis dan materialistis, yaitu memaksimalkan keuntungan dengan berbagai cara yang sah menurut hukum positif. Orientasi bisnis konvensional lebih mengedepankan efisiensi, pertumbuhan pasar, dan akumulasi modal dalam jangka pendek, tanpa memperhatikan apakah keuntungan tersebut diperoleh

dengan cara yang etis atau berkelanjutan. Oleh karena itu, dalam bisnis non-Islami, masalah moralitas atau dampak sosial dari kegiatan ekonomi seringkali berada di luar pertimbangan utama selama tidak melanggar hukum.

c. Mekanisme Operasional Bisnis Islami dan Non-Islami

Secara operasional, bisnis Islami mengedepankan sistem akad (perjanjian) yang jelas, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah. Setiap transaksi dalam bisnis Islami harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan dalam Al-Qur'an dan Hadis, seperti kehalalan produk yang dijual, kejujuran dalam komunikasi, kewajiban membayar zakat, dan penghindaran dari praktik yang tidak sesuai dengan prinsip Islam seperti riba, maysir (perjudian), dan gharar (ketidakpastian yang berlebihan). Dalam bisnis Islami, ada keharusan untuk menjaga hubungan yang adil antara produsen, konsumen, pekerja, dan pemilik modal, serta memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari bisnis yang dijalankan.

Sementara itu, dalam bisnis non-Islami, mekanisme operasional lebih fleksibel dan berorientasi pada profitabilitas. Keputusan bisnis dalam konteks ini sering kali dibuat berdasarkan analisis pasar dan pendekatan praktis tanpa mempertimbangkan apakah langkah tersebut sesuai dengan prinsip moral atau sosial. Sebagai contoh, perusahaan konvensional seringkali mengandalkan praktik kredit dan pinjaman berbunga yang dapat menjerat konsumen dalam utang yang tinggi, yang bertentangan dengan prinsip Islam yang melarang riba (bunga). Praktik bisnis konvensional juga sering kali mengabaikan aspek tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), yang lebih ditekankan dalam bisnis Islami.

d. Nilai-Norma yang Mendasari Bisnis Islami dan Non-Islami

Dalam bisnis Islami, nilai-norma yang mendasari praktik bisnis tidak hanya sekadar berfokus pada keuntungan, tetapi juga pada keadilan sosial dan kemaslahatan umat. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (sidq), amanah (kepercayaan), keseimbangan (equilibrium), dan tanggung jawab sosial menjadi pilar utama dalam menjalankan bisnis. Misalnya, dalam hubungan antara pengusaha dan konsumen, pengusaha Muslim diwajibkan untuk memberikan informasi yang jujur dan transparan mengenai produk yang dijual, dan tidak boleh ada penipuan atau kebohongan dalam pemasaran produk. Selain itu, pengusaha Islam juga diwajibkan untuk memberikan upah yang adil kepada pekerja dan memperhatikan kesejahteraan sosial. Semua transaksi dan tindakan bisnis ini dilakukan dengan tujuan untuk menjaga keberkahan yang diberikan Allah SWT.

Sebaliknya, dalam bisnis non-Islami, nilai-norma yang mendasari seringkali lebih berfokus pada efisiensi dan keuntungan jangka pendek, dengan sedikit perhatian terhadap keadilan sosial dan kesejahteraan pekerja. Meskipun perusahaan-perusahaan besar di dunia mengklaim telah menerapkan corporate social responsibility (CSR), dalam praktiknya, banyak dari mereka masih terlibat dalam eksploitasi pekerja, kerusakan lingkungan, atau ketimpangan distribusi kekayaan. Moralitas dalam bisnis non-Islami sering kali diukur hanya berdasarkan apakah suatu tindakan itu sah menurut hukum yang berlaku, tanpa mempertimbangkan apakah tindakan tersebut sesuai dengan nilai-nilai keadilan dan kesejahteraan umat manusia.

e. Risiko dan Keberlanjutan dalam Bisnis Islami dan Non-Islami

Perbedaan yang signifikan antara bisnis Islami dan bisnis non-Islami juga terlihat dalam hal risiko dan keberlanjutan. Dalam bisnis Islami, pelaku usaha lebih cenderung untuk mengelola risiko secara bijaksana dengan menghindari transaksi yang mengandung ketidakpastian berlebihan (gharar) dan tidak adil. Prinsip bagi hasil (musyarakah atau mudharabah) yang diterapkan dalam bisnis Islami mengurangi ketimpangan antara pihak yang terlibat dalam bisnis, sehingga lebih mengedepankan kerjasama yang adil daripada persaingan yang merugikan pihak lain. Oleh karena itu, bisnis Islami lebih berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang, baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun lingkungan.

Di sisi lain, bisnis non-Islami seringkali lebih berfokus pada keuntungan cepat dan peningkatan kapital tanpa memperhatikan keberlanjutan. Dalam banyak kasus, perusahaan konvensional mengambil risiko tinggi untuk mengejar keuntungan maksimal, yang dapat berujung pada kerugian besar dalam jangka panjang jika kondisi pasar berubah atau jika terjadi krisis ekonomi.

Bahkan, sering kali bisnis non-Islami tidak memperhitungkan dampak lingkungan atau kerusakan sosial yang ditimbulkan oleh praktik bisnis mereka, seperti polusi, eksploitasi pekerja, atau ketidakadilan distribusi kekayaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip tauhid merupakan dasar yang penting dalam membentuk etika dan praktik bisnis Islam. Dalam konteks ini, setiap aktivitas bisnis harus dijalankan dengan niat yang benar dan sesuai dengan ajaran Islam, yang tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga untuk mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Konsep keadilan dan kejujuran dalam bisnis Islam sangat ditekankan, dengan penekanan pada penghindaran praktik yang tidak adil seperti riba dan penipuan, serta penerapan transparansi dalam setiap transaksi. Selain itu, tanggung jawab sosial menjadi aspek penting yang harus diterapkan oleh setiap pelaku bisnis untuk memastikan bahwa keuntungan yang diperoleh juga memberikan manfaat bagi masyarakat luas dan lingkungan. Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip bisnis Islam yang berdasarkan pada tauhid dapat menciptakan sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan, yang mengutamakan kesejahteraan umat manusia, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

REFERENSI

- Fiyantika, I. & Nisa, M. (2020). Landasan Teologi Ekonomi Islam: Peran Tauhid dan Keadilan. JPAES. <https://ejournal.areas.or.id/index.php/JPAES/article/download/697/1067/387>
- Harahap, N. (2019). Konsep Etika Bisnis Islami. J-Mabisya. <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/j-mabisya/article/download/343/283>
- Artikel, “Prinsip Tauhid dalam Implementasi Ekonomi Islam”. Khiyar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah, 5(2), 197-209.
- Hakim, M. F., & Sugianto, S. (2024). Studi Library Research: Penguatan Ekosistem Halal Value Chain di Indonesia untuk Industri Halal Global. Jurnal Penelitian Inovatif, 4(4), 2227–2238. <https://jurnal-id.com/index.php/jupin/article/view/787>
- Nandavita, A. Y., Salsabila, P., Zaxhela, D. M., & Nuraini, N. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung). PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2(2), 2259–2270. <https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/1256>
- Rafanda, S., & Adinugraha, H. H. (2025). Model Bisnis Berbasis Syariah dalam Ekonomi Kreatif: Studi Kasus Jago Syariah. Jurnal Sahmiyya, 4(1). <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/download/10293/2762/23337>
- Septianda, D. E., Khairunnisaa, S. F., & Indrarini, R. (2022). Blockchain dalam Ekonomi Islam. SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan, 1(11), 2629–2638. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/view/407>
- Huda, S. N., & Ihwanudin, N. (2022). Etika Bisnis Islam dalam Tinjauan Al-Qur'an. MODERATION: Vol. 02 No. 01, Maret 2022. <https://journal.adpetikisindo.or.id/index.php/moderation/article/download/35/21>
- Berlian Herzeqovina (2020). Konsep Manajemen Bisnis Islam dalam Al-Quran dan Hadits. Al-Fatih: Jurnal Pendidikan dan Keislaman, Vol. III, No. 1 Januari–Juni 2020. <https://jurnal.stit-al-ittihadiyahlabura.ac.id/index.php/alfatih/article/download/80/81>
- Nisak, H. K. (2015). Hubungan Ekonomi Islam dengan Aqidah Islam. Jurnal Paradigma, Vol. 2 No. 1. <https://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/paradigma/article/view/862/631>
- Ariyadi, M. (2019). Islamic Business Ethics in the Context of the Quran and Hadith. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 3(2), 45-59. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/JEBI/article/view/2053>
- Baidowi, H. A. (2001). Etika Bisnis Perspektif Islam: Nilai-Nilai Dasar Ekonomi yang Bersumber pada Ajaran Tauhid. Media Umat, 1(1), 57-66.

- <https://media.neliti.com/media/publications/37019-ID-etika-bisnis-perspektif-islam.pdf>
Wahyuddin, W. (2024). Bisnis sebagai Lahan Amal Ibadah Muamalah. AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam, Volume IX No. I.
<https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/download/20322/8278>
- Shofiyah, Z. (2024). Korelasi Aksioma Etika Islam Dengan Perilaku Ekonomi Islam. At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah, Vol. 6 No. 1.
<https://ejurnal.unmuahjember.ac.id/index.php/Tasharruf/article/download/1632/506>
- Khairunnisa, H., & Rahmi Sekar Andhini. (2025). Membedah Perbedaan Antara Ekonomi Syariah dan Ekonomi Konvensional. Journal of Islamic Economics and Finance, 3(3).
<https://jurnal.stikes-ibnusina.ac.id/index.php/JUREKSI/article/download/2886/3028>
- Sundari, D., Erliyanti, D., Ventiany, D., Tarigan, V. E., & Rizka, M. (2023). Analisis Peningkatan Usaha Bisnis Syariah dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Muslim di Kota Medan. EcoBisma: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah.
<https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/download/3951/3026/>