

Dampak Penerapan Etika Bisnis Syariah terhadap Kinerja Perusahaan di Indonesia

¹Mega Oktaviany*, ²Mohammad Ashyf Girindra Akbar, ³Khesya Putri Pratama Dhavira

^{1,2,3} Universitas Gunadarma

*megaoktaviany@staff.gunadarma.ac.id

*Penulis Korespondensi

Received: 18 December 2024

Revised: 20 June 2025

Published: 30 June 2025

Abstract

This research discusses the main principles of Islamic business ethics, including monotheism, balance, free will, responsibility, and virtue (ihsan), and their impact on company performance. Implementation of this ethics provides significant benefits, such as improving company reputation, financial performance, relationships with stakeholders, innovation and business sustainability. Examples of implementation in large companies show increased customer loyalty and investor confidence. Apart from that, the study also reviews the example of Rasulullah SAW in carrying out business ethics, which includes honesty, trust, fairness and avoidance of unethical practices such as gharar and ihtikar. Thus, sharia business ethics not only creates economic value but also supports social and environmental welfare. This research emphasizes the importance of implementing these principles in company operations to achieve long-term sustainability.

Keywords: *Ethics, Islamic Business, and Company Performance.*

Abstrak

Penelitian ini membahas prinsip-prinsip utama etika bisnis Islam, termasuk tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan (ihsan), serta dampaknya terhadap kinerja perusahaan. Implementasi etika ini memberikan manfaat signifikan, seperti peningkatan reputasi perusahaan, kinerja keuangan, hubungan dengan pemangku kepentingan, inovasi, dan keberlanjutan bisnis. Contoh penerapan pada perusahaan besar menunjukkan peningkatan loyalitas pelanggan dan kepercayaan investor. Selain itu, kajian juga mengulas keteladanan Rasulullah SAW dalam menjalankan etika bisnis, yang mencakup kejujuran, amanah, keadilan, dan penghindaran praktik tidak etis seperti gharar dan ihtikar. Dengan demikian, etika bisnis syariah tidak hanya menciptakan nilai ekonomi tetapi juga mendukung kesejahteraan sosial dan lingkungan. Penelitian ini menekankan pentingnya penerapan prinsip-prinsip ini dalam operasional perusahaan untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang.

Kata kunci: *Etika, Bisnis Islam, dan Kinerja Perusahaan.*

PENDAHULUAN

Penerapan etika dalam dunia bisnis merupakan salah satu isu yang semakin mendapat perhatian di era modern. Di tengah perkembangan ekonomi global yang semakin kompetitif, praktik bisnis yang berlandaskan etika dianggap sebagai pendekatan strategis untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, etika bisnis berbasis syariah memiliki relevansi yang sangat besar. Etika bisnis syariah, yang berakar pada ajaran Islam, tidak hanya memberikan panduan moral bagi pelaku usaha, tetapi juga menawarkan kerangka kerja yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dari berbagai aspek, termasuk keuangan, operasional, dan sosial.

Etika bisnis syariah, yang berlandaskan pada nilai-nilai Al-Qur'an dan Hadis, mengedepankan prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan keseimbangan dalam aktivitas bisnis. Penerapan nilai-nilai ini diharapkan tidak hanya membawa keuntungan materi, tetapi juga memberikan dampak positif bagi kesejahteraan sosial, keberlanjutan lingkungan, dan hubungan antar pemangku kepentingan.

Dalam konteks perusahaan, etika bisnis syariah dianggap sebagai pendekatan yang mampu meningkatkan kinerja baik dari segi finansial maupun non-finansial. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak penelitian yang menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis syariah memiliki dampak positif terhadap kinerja perusahaan. Sebagai contoh, perusahaan yang mengadopsi prinsip-prinsip syariah cenderung memiliki reputasi yang lebih baik, mendapatkan kepercayaan lebih besar dari pelanggan, dan mampu membangun hubungan kerja yang lebih harmonis dengan karyawan. Selain itu, keberpihakan perusahaan terhadap etika syariah juga dapat memperkuat posisi mereka di pasar, terutama di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. Dalam sektor perbankan, misalnya, bank syariah telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan karena dianggap lebih transparan dan adil dalam menjalankan operasionalnya.

Namun demikian, tantangan dalam mengimplementasikan etika bisnis syariah juga tidak dapat diabaikan. Banyak perusahaan menghadapi kendala seperti kurangnya pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah, biaya tambahan untuk pelatihan dan sertifikasi, serta kompleksitas dalam memenuhi standar halal dan syariah. Meskipun demikian, potensi manfaat jangka panjang yang ditawarkan oleh etika bisnis syariah menjadi alasan kuat bagi perusahaan untuk menerapkannya sebagai strategi utama.

Etika adalah ide tentang apa yang benar atau baik bagi tindakan sosial berdasarkan kebiasaan individu atau kelompok. Etika bisnis adalah penelitian tentang apa yang benar dan salah dalam berbagai interaksi manusia dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Studi ini berfokus pada standar moral dalam hal kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.

Konsep etika yang diterapkan oleh suatu perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan tata kelola. Konsep *good corporate governance* menggarisbawahi dua hal penting: bahwa pemegang saham harus memiliki hak untuk mendapatkan informasi dengan benar dan tepat waktu; dan bahwa perusahaan harus memenuhi kewajibannya untuk

mengungkapkan semua informasi tentang kinerja perusahaan, kepemilikan, dan *stakeholder* secara akurat, tepat waktu, dan transparan. dan

Etika bisnis Islam mengajarkan bahwa keuntungan yang diizinkan harus sesuai dengan hukum nasional dan syariah yang berlaku, tidak boleh mengarah pada eksploitasi, gangguan pasar, atau kejahatan. Oleh karena itu, penetapan harga yang berlebihan yang merugikan masyarakat jelas tidak dibenarkan.

Ekonomi Islam sangat memperhatikan etika yang diterapkan dalam bisnis, seperti pemasaran. Al-Qur'an dan hadits Rasulullah SAW berisi topik tentang perintah untuk memperhatikan dan menerapkan etika atau akhlak dalam aktivitas pemasaran. Contohnya termasuk larangan berbuat kecurangan, merugikan pelanggan dengan mengurangi hak-haknya, melakukan kerusakan atau penipuan, larangan melakukan perbuatan zalim, larangan melakukan pemasaran dengan cara-cara yang bathil, perintah untuk bersikap jujur, menciptakan hubungan yang harmonis, saling ridha, dan menghormati satu sama lain.

TINJAUAN PUSTAKA

Etika bisnis syariah adalah panduan moral dalam aktivitas bisnis yang berlandaskan pada nilai-nilai Al-Qur'an dan Hadis. Prinsip-prinsip utama dalam etika bisnis syariah meliputi keadilan (*adl*), kejujuran (*shidq*), tanggung jawab (*mas'uliyah*), dan keseimbangan (*mizan*). Menurut (Wahid & Syakur, 2023), prinsip-prinsip ini menekankan pada penghindaran praktik curang, penipuan, dan eksploitasi, serta mengedepankan transparansi dalam transaksi bisnis.

Lebih lanjut, etika bisnis syariah tidak hanya relevan dalam sektor ekonomi berbasis syariah, seperti perbankan dan asuransi, tetapi juga dapat diintegrasikan ke dalam berbagai sektor industri lainnya. Nilai-nilai syariah memberikan landasan untuk menciptakan harmoni antara kepentingan bisnis, kebutuhan masyarakat, dan kelestarian lingkungan (Rafki et al., 2022).

Kinerja perusahaan yang berbasis syariah mencakup aspek finansial, seperti profitabilitas dan efisiensi, serta aspek non-finansial, seperti reputasi, loyalitas pelanggan, dan keberlanjutan bisnis (Leony et al., 2024). Penerapan etika bisnis syariah memberikan dampak positif pada kinerja perusahaan. Penelitian menunjukkan peningkatan kepercayaan pelanggan, loyalitas karyawan, dan keberlanjutan bisnis. Adrai & Perkasa (2024) menemukan bahwa perusahaan yang menerapkan etika syariah memiliki reputasi yang lebih baik di pasar.

Kendala penerapan etika bisnis syariah mencakup pemahaman yang terbatas, biaya implementasi, dan kurangnya regulasi yang mendukung (Azizul et al., 2018).

Beberapa penelitian terdahulu juga mendukung temuan mengenai dampak positif etika bisnis syariah. Misalnya, penelitian oleh Bahtiar Efendi dan M. Trihudiyatmanto menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap kinerja lembaga keuangan syariah. Selain itu, penelitian lain tentang industri home business di Pemalang mengungkapkan bahwa penerapan norma etika berbasis Al-Qur'an dan Hadits dapat meningkatkan kemajuan bisnis secara signifikan.

METODE PENELITIAN

Metode ini mengadopsi pendekatan kajian literatur atau penelitian perpustakaan. Metode tersebut sangat berguna untuk menganalisis dan menggali berbagai perspektif yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti (F. Abdullah, 2024). Selain itu, penelitian ini memungkinkan peneliti untuk memahami berbagai teori, konsep, dan temuan sebelumnya yang relevan, yang dapat memberikan landasan teori yang kuat dalam menyusun argumen dan kesimpulan (Harun, 2022). Proses pengumpulan data melalui literatur ini juga memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam dari berbagai sumber yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan valid. Dengan cara ini, peneliti dapat menyusun gambaran yang jelas mengenai topik penelitian, mengidentifikasi celah dalam literatur yang ada, serta menyarankan arah untuk penelitian lebih lanjut. Pendekatan dalam penelitian ini, peneliti akan mendeskripsikan atau menggambarkan terkait dampak penerapan etika bisnis syariah terhadap kinerja perusahaan di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Bisnis Syariah: Konsep dan Prinsip

Etika bisnis syariah merupakan seperangkat nilai dan prinsip moral yang berlandaskan pada ajaran Islam, yang mengatur cara menjalankan bisnis dengan kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial. Dalam konteks ini, bisnis tidak hanya dianggap sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai ibadah yang harus dilakukan sesuai dengan aturan syariah untuk mencapai kesejahteraan bersama.

Salah satu prinsip bisnis Islam adalah tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan, dan tanggung jawab (Wati et al., 2021). Etika bisnis Islam bukan satu-satunya parameter dalam kehidupan global, karena manusia telah menciptakan banyak parameter lainnya. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, berikut adalah pandangan tentang kelima perangkat aksioma sebagai pilar etika bisnis Islam:

a. Keesaan (Tauhid)

Tauhid adalah inti dari ajaran Islam yang menekankan keesaan Allah (swt). Konsep ini menegaskan bahwa Allah adalah satu-satunya Tuhan yang harus disembah dan ditaati. Tauhid mencakup keyakinan dalam Rububiyah (Allah sebagai Pencipta dan Pemelihara), Uluhiyyah (Allah sebagai satu-satunya yang berhak disembah), dan Asma wa Sifat (kesempurnaan nama-nama dan sifat-sifat Allah) (Apriyani et al., 2019). Tauhid mengajarkan manusia untuk menjalani hidup dengan penuh pengabdian kepada Allah, menjaga hubungan dengan-Nya, serta menjauhi syirik.

b. Keseimbangan

Keseimbangan atau *mizan* adalah prinsip menjaga harmoni dalam kehidupan. Dalam Islam, keseimbangan diterapkan pada berbagai aspek (Wati et al., 2021), termasuk:

Ruhaniyah dan Duniawi: Mengelola kebutuhan spiritual dan material secara seimbang (Apriyani et al., 2019). Hak dan Kewajiban: Menjalankan hak tanpa melupakan kewajiban terhadap sesama makhluk. Ekosistem: Islam menekankan pelestarian lingkungan dan penggunaan sumber daya secara bijaksana (QS. Al-A'raf: 31).

c. Kehendak Bebas

Islam mengakui manusia sebagai makhluk yang memiliki kehendak bebas (*ikhtiyar*), tetapi dengan tanggung jawab moral (Prasetia & Abdullah, 2022). Kehendak bebas memungkinkan manusia untuk memilih antara kebaikan dan keburukan. Meskipun Allah mengetahui segala sesuatu, kehendak manusia tidak menghilangkan tanggung jawabnya terhadap perbuatan yang dipilih. Prinsip ini memperkuat pentingnya usaha (*ikhtiar*) dalam mencapai tujuan hidup.

d. Tanggung Jawab

Tanggung jawab (*mas'uliyah*) (Irianto & Rahayu, 2022) adalah inti dari amanah yang diberikan Allah kepada manusia (QS. Al-Ahzab: 72):

Setiap individu bertanggung jawab atas dirinya, keluarganya, masyarakat, dan alam sekitarnya. Dalam Islam, tanggung jawab tidak hanya terbatas pada hubungan horizontal dengan manusia, tetapi juga vertikal, yakni kepada Allah. Prinsip ini mendorong akhlak mulia, keadilan, dan rasa kepedulian terhadap sesama.

e. Kebajikan (Ihsan)

Ihsan berarti melakukan segala sesuatu dengan sebaik-baiknya, tidak hanya memenuhi standar minimum, tetapi juga mencapai kesempurnaan (Savitri & Muchlis, 2024). Ihsan mencakup hubungan manusia dengan Allah (beribadah seakan-akan melihat-Nya) dan hubungan manusia dengan sesama. Dalam Al-Qur'an (QS. An-Nahl: 90), Allah memerintahkan ihsan dalam semua aspek kehidupan, termasuk berbuat baik kepada keluarga, tetangga, dan masyarakat. Ihsan adalah ekspresi cinta kepada Allah yang diwujudkan dalam perbuatan nyata.

Penerapan etika bisnis syariah di perusahaan besar membawa dampak yang signifikan terhadap kinerja dan reputasi perusahaan. Berikut adalah beberapa aspek penting mengenai dampak tersebut:

1. Meningkatkan Reputasi Perusahaan

Perusahaan besar yang menerapkan etika bisnis syariah cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata masyarakat. Dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat membangun kepercayaan yang kuat dengan konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Contohnya, De' Halal Mart menunjukkan bahwa penerapan etika tauhid dalam operasionalnya meningkatkan citra positif dan kepercayaan pelanggan (Adrai & Perkasa, 2024).

2. Peningkatan Kinerja Keuangan

Implementasi etika bisnis syariah dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip etika ini mengalami pertumbuhan pendapatan yang signifikan. Misalnya, setelah menerapkan etika bisnis yang baik, beberapa perusahaan melaporkan peningkatan pendapatan hingga tiga kali lipat dalam periode tertentu. Hal ini terjadi karena meningkatnya loyalitas pelanggan dan kepercayaan investor (Putri et al., 2023).

3. Penguatan Hubungan dengan Stakeholder

Perusahaan besar yang menerapkan etika bisnis syariah sering kali memiliki hubungan yang lebih baik dengan berbagai stakeholder, termasuk karyawan, pelanggan, dan komunitas. Prinsip-prinsip seperti keadilan dan tanggung jawab sosial mendorong perusahaan untuk

lebih memperhatikan kesejahteraan karyawan dan dampak sosial dari operasi mereka. Ini dapat mengurangi konflik dan meningkatkan kolaborasi (Alam, 2021).

4. Pengurangan Risiko Hukum dan Reputasi

Dengan mengikuti etika bisnis syariah, perusahaan dapat menghindari praktik-praktik yang berpotensi merugikan secara hukum dan reputasi. Hal ini sangat penting di lingkungan bisnis yang semakin kompleks, di mana pelanggaran etika dapat berakibat pada sanksi hukum dan kerusakan reputasi jangka panjang. Perusahaan yang berkomitmen pada etika syariah cenderung lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan (Andoko et al., 2022).

5. Peningkatan Inovasi dan Keberlanjutan

Etika bisnis syariah juga mendorong inovasi dalam produk dan layanan serta keberlanjutan dalam operasi bisnis. Perusahaan besar didorong untuk mengembangkan produk yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti produk halal dan ramah lingkungan. Ini tidak hanya memenuhi permintaan pasar tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan (Wahdiniawati et al., 2024).

Etika Bisnis Rasulullah Muhammad SAW

Kepribadian Nabi Muhammad SAW, yang dibangun berdasarkan dialogis terhadap realitas sosial masyarakat Jahiliyyah, berkontribusi pada kesuksesannya dalam hal bisnis. Keteladanan Nabi Muhammad SAW sudah ada sebelum kerasulan beliau. Keberaniannya membawa dagangan Siti Khadijah hanya dengan seorang karyawan (*maisarah*) menunjukkan kemampuannya dalam mengelola bisnis. Rasulullah SAW bertanggung jawab atas semua barang yang dimiliki Siti Khadijah dan yang dijual di pasar (Barqi, n.d.). Berikut adalah beberapa contoh kepribadian Nabi Muhammad SAW dalam melakukan etika berbisnis:

1. Kepribadian Nabi Muhammad SAW yang Dialogis

Kepribadian Nabi Muhammad SAW yang "dialogis" mengacu pada kemampuan beliau untuk berinteraksi dan memahami realitas sosial masyarakat di masa Jahiliyyah (sebelum Islam). Masyarakat Jahiliyyah dikenal dengan kehidupan yang penuh dengan ketidakadilan, penyembahan berhala, dan praktik-praktik yang merugikan banyak orang. Namun, Nabi Muhammad SAW memiliki kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan masyarakat, memahami kebutuhan dan tantangan mereka, serta memberikan solusi yang relevan dan bijaksana. Dialogis ini tidak hanya tampak dalam konteks ajaran agama, tetapi juga dalam cara beliau berinteraksi dalam urusan sosial dan bisnis. Kepribadiannya yang mampu mendengarkan, memahami, dan memberikan respons yang tepat menjadi salah satu kunci dalam kesuksesan beliau di berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis (Hariyanto, 2016).

2. Keteladanan dalam Bisnis Sebelum Kerasulan

Sebelum diangkat menjadi rasul, Nabi Muhammad SAW sudah menunjukkan kemampuan yang luar biasa dalam bidang bisnis. Beliau bekerja untuk Siti Khadijah, seorang janda kaya yang memiliki usaha perdagangan besar. Keberhasilan Nabi Muhammad SAW dalam mengelola dagangan Siti Khadijah bukan hanya karena keterampilan teknis, tetapi juga karena integritas dan kejujuran yang beliau tunjukkan dalam setiap transaksi. Hal ini membuktikan bahwa Nabi Muhammad SAW telah memiliki dasar etika dan prinsip bisnis yang kuat, bahkan sebelum beliau diangkat menjadi rasul (Wahid & Syakur, 2023).

3. Keberanian dan Kemampuan Mengelola Bisnis

Salah satu aspek penting yang ditonjolkan dalam kalimat ini adalah keberanian Nabi Muhammad SAW dalam membawa dagangan Siti Khadijah ke pasar, meskipun beliau hanya didampingi oleh seorang karyawan, Maisarah. Keberanian ini menunjukkan bahwa Nabi Muhammad SAW tidak takut menghadapi tantangan dan berani mengambil langkah besar untuk menjalankan bisnis, meskipun pada saat itu beliau masih seorang pemuda dan belum dikenal secara luas. Ini juga menandakan kemampuan kepemimpinan beliau dalam mengelola bisnis dan memahami pasar. Keberhasilan beliau dalam bisnis tidak hanya berasal dari keterampilan perdagangan, tetapi juga dari prinsip-prinsip moral yang beliau pegang teguh, seperti kejujuran dan keadilan.

4. Tanggung Jawab Nabi Muhammad SAW dalam Mengelola Harta Siti Khadijah

Keberhasilan Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis juga terlihat dari tanggung jawab besar yang beliau emban ketika mengelola harta dan barang milik Siti Khadijah. Sebagai orang yang dipercaya oleh Siti Khadijah, beliau bertanggung jawab penuh atas semua barang dagangan yang dijual di pasar, memastikan bahwa barang tersebut diperdagangkan dengan jujur, dan hasilnya diserahkan dengan aman. Tanggung jawab ini mencerminkan integritas dan komitmen tinggi terhadap kepercayaan yang diberikan. Selain itu, pengelolaan yang baik atas barang dagangan dan kepatuhan pada prinsip-prinsip etika bisnis menjadikan Nabi Muhammad SAW dipercaya oleh banyak orang, termasuk Siti Khadijah, yang akhirnya menjadi salah satu faktor yang memperkuat hubungan mereka (Almeida et al., 2016).

5. Kontribusi Kepribadian Nabi Muhammad SAW dalam Kesuksesan Bisnis

Secara keseluruhan, keberhasilan Nabi Muhammad SAW dalam bisnis sebelum kerasulannya sangat dipengaruhi oleh kepribadian beliau yang jujur, amanah, dan bertanggung jawab (Sattar, 2017). Beliau tidak hanya sekadar mengandalkan keterampilan teknis dalam berdagang, tetapi juga menunjukkan nilai moral yang sangat penting dalam dunia bisnis, seperti integritas, keadilan, dan transparansi. Prinsip-prinsip ini menjadikan Nabi Muhammad SAW sebagai sosok yang dihormati dan dipercaya dalam masyarakat, yang pada gilirannya berkontribusi pada kesuksesan beliau dalam bisnis.

Dengan kata lain, Nabi Muhammad SAW telah menunjukkan keteladanan dalam berbisnis yang tidak hanya terbatas pada keberhasilan finansial, tetapi juga pada penerapan nilai-nilai moral yang luhur, yang kemudian menjadi dasar ajaran beliau setelah diangkat sebagai rasul.

Sebelum itu, Rasulullah SAW memiliki pengetahuan yang luas tentang perdagangan pada usia tujuh belas tahun. Kemudian, pada usia tujuh belas tahun, dia mulai berdagang di Kota Makkah. Di pasar, Rasulullah SAW membeli barang dan kemudian menjualnya ke beberapa orang. Akhlak yang baik dan sifat-sifat mulia Rasulullah SAW menjadi modal utamanya dalam bisnis. Karena kejujurannya, orang-orang di Makkah menyebutnya ash-Shiddiq, yang berarti orang yang jujur atau tidak pernah berdusta. Selain itu, karena keteguhan Rasulullah SAW dalam menjaga kepercayaan orang lain, orang-orang di Makkah juga menyebutnya al-Amin, yang berarti orang yang terpercaya. Nabi Muhammad SAW melakukan beberapa etika bisnis, seperti berikut:

1. Prinsip Kejujuran

Kejujuran adalah landasan utama dalam setiap transaksi bisnis. Dalam prinsip bisnis syariah, seorang pengusaha harus selalu berkata benar dan tidak boleh menutupi fakta yang penting dalam transaksi, baik itu mengenai kualitas barang, harga, maupun kondisi lainnya. Kejujuran bukan hanya dalam ucapan, tetapi juga dalam tindakan. Nabi Muhammad SAW dikenal dengan julukan ash-Shiddiq yang berarti sangat jujur, yang menjadi contoh teladan bagi umat Islam dalam dunia bisnis (Rafki et al., 2022). Kejujuran ini mengurangi potensi

konflik dan membangun kepercayaan antara pihak yang bertransaksi, yang pada gilirannya berkontribusi pada keberlanjutan bisnis yang sehat.

2. Prinsip Amanah

Amanah berarti menjaga dan memelihara kepercayaan yang diberikan oleh pihak lain, baik dalam hal barang, uang, atau informasi. Dalam konteks bisnis, amanah berarti menjalankan semua transaksi dengan penuh tanggung jawab dan tidak mengkhianati kepercayaan yang telah diberikan oleh konsumen, rekan kerja, atau mitra bisnis. Sebagai contoh, Nabi Muhammad SAW dikenal dengan julukan al-Amin, yang artinya orang yang dapat dipercaya. Dalam praktik bisnis, prinsip ini menuntut agar seorang pengusaha tidak menggunakan barang atau dana orang lain untuk kepentingan pribadi tanpa izin (Nurmadiansyah, 2021).

3. Adil dalam Timbangan

Prinsip ini menekankan pentingnya keadilan dalam setiap transaksi, khususnya dalam hal timbangan dan ukuran. Seorang pedagang atau pengusaha harus memastikan bahwa barang yang dijual sesuai dengan berat atau ukurannya yang tertera, dan tidak boleh merugikan konsumen dengan memberikan timbangan yang tidak sesuai. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman untuk tidak mengurangi takaran dan timbangan (QS. Al-Mutaffifin: 1-3). Prinsip adil dalam timbangan ini sangat penting dalam memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan dalam transaksi (Marsudi & Santriati, 2022).

4. Menjauhi Gharar (Ketidakpastian)

Gharar merujuk pada ketidakpastian atau spekulasi yang berlebihan dalam transaksi, yang dapat mengarah pada kerugian bagi salah satu pihak. Dalam bisnis syariah, transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian atau perjudian harus dihindari, seperti dalam kontrak yang tidak jelas atau transaksi yang melibatkan barang yang tidak ada atau tidak diketahui kondisinya. Menghindari gharar memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan jelas, transparan, dan berdasarkan informasi yang sah (Rahmawati et al., 2024).

5. Tidak Melakukan Ihtikar (Penimbunan)

Ihtikar adalah tindakan menimbun barang atau komoditas dengan tujuan untuk mempermainkan harga dan merugikan konsumen. Misalnya, menimbun barang yang langka untuk dijual dengan harga yang lebih tinggi saat permintaan meningkat. Prinsip ini melarang pengusaha untuk mengeksploitasi kondisi pasar demi keuntungan pribadi yang tidak adil. Dalam Islam, ihtikar dianggap sebagai tindakan yang merusak ekonomi masyarakat dan menciptakan ketidakadilan.

6. Tidak Melakukan Al-Ghab dan Tadlis (Penipuan)

Al-Ghab adalah tindakan menipu dengan menyembunyikan informasi penting yang seharusnya diketahui oleh pihak lain dalam transaksi (Muhammad Alwi et al., 2023). Tadlis adalah penipuan dengan memberikan informasi yang salah atau mengelabui pembeli mengenai kualitas barang atau jasa (Arianti & Muhammad, 2021). Dalam bisnis, prinsip ini menuntut agar seorang pengusaha tidak melakukan praktik penipuan dengan menyembunyikan cacat atau masalah pada barang yang dijual, atau memberikan informasi yang menyesatkan kepada konsumen. Hal ini bertujuan untuk menjaga keadilan dan kepercayaan dalam setiap transaksi.

7. Mengutamakan Masalah dan Manfaat

Prinsip ini menekankan pentingnya memastikan bahwa setiap transaksi bisnis yang dilakukan memberikan manfaat bagi semua pihak, baik bagi konsumen, produsen, maupun masyarakat luas. Pengusaha harus memperhatikan dampak sosial dan ekonomi dari keputusan bisnis mereka, dan tidak hanya berfokus pada keuntungan pribadi semata. Dalam

konteks ini, keputusan bisnis harus mempertimbangkan kesejahteraan umum (masalah) dan tidak boleh merugikan orang lain atau masyarakat secara keseluruhan. Prinsip ini sejalan dengan konsep ekonomi Islam yang menekankan keseimbangan antara keuntungan pribadi dan kontribusi terhadap kebaikan masyarakat (Rudi & Mukhlis, 2023).

Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Perusahaan

Implementasi etika bisnis Islam dalam perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek operasional dan strategi bisnis, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Rudi & Mukhlis, 2023). Penerapan prinsip-prinsip seperti kejujuran, transparansi, amanah, dan keadilan dalam setiap transaksi dan pengambilan keputusan tidak hanya meningkatkan reputasi perusahaan, tetapi juga memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, dan investor. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam dapat menciptakan budaya kerja yang positif dan harmonis, meningkatkan motivasi karyawan, serta memastikan keberlanjutan perusahaan dengan mengedepankan prinsip kebermanfaatan bagi masyarakat dan lingkungan. Secara strategis, perusahaan yang mengintegrasikan etika bisnis Islam ke dalam model bisnisnya cenderung lebih mampu menghadapi tantangan global, karena mereka beroperasi dengan prinsip-prinsip moral yang dapat diterima secara universal, serta membangun loyalitas pelanggan yang lebih tinggi dan daya saing yang berkelanjutan. Berikut adalah beberapa poin penting terkait penerapan etika bisnis Islam di perusahaan:

1. Meningkatkan Kinerja Perusahaan

Implementasi etika bisnis Islam secara konsisten dapat memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan kinerja perusahaan, baik dari sisi internal maupun eksternal (Adrai & Perkasa, 2024). Penerapan prinsip-prinsip etika Islam yang mencakup kejujuran, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial telah berkontribusi secara langsung terhadap meningkatnya motivasi karyawan, produktivitas kerja yang lebih tinggi, serta loyalitas pelanggan yang semakin kuat terhadap perusahaan. Karyawan yang merasa diperlakukan secara adil, dihormati, dan dihargai dalam lingkungan kerja yang berbasis nilai-nilai Islam cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih baik, sehingga mereka lebih berkomitmen untuk memberikan yang terbaik bagi perusahaan dan menunjukkan peningkatan produktivitas secara keseluruhan. Selain itu, penerapan etika yang berfokus pada kesejahteraan bersama juga menciptakan hubungan kerja yang lebih harmonis, memperkuat rasa saling percaya antara karyawan dan manajemen, serta meningkatkan citra perusahaan di mata pelanggan dan masyarakat luas. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan berbasis etika bisnis Islam mampu menciptakan fondasi yang kokoh untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan.

2. Membangun Reputasi Positif

Perusahaan yang secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam cenderung memiliki reputasi yang sangat baik di mata konsumen, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya (Ariq et al., 2023). Reputasi positif ini muncul karena adanya komitmen perusahaan terhadap transparansi, kejujuran, dan integritas dalam setiap aspek praktik bisnis yang dijalankan. Prinsip-prinsip tersebut tidak hanya menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumennya, tetapi juga mengarah pada peningkatan kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Ketika pelanggan merasa bahwa perusahaan beroperasi dengan menjunjung tinggi nilai-nilai moral, seperti tidak memanipulasi harga, tidak menipu kualitas produk, serta memberikan pelayanan yang adil dan profesional, mereka cenderung lebih loyal dan bersedia membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Selain itu, sikap transparan dan jujur yang ditunjukkan

perusahaan juga memperkuat citra positifnya di masyarakat, sehingga mampu menarik lebih banyak konsumen baru, memperluas jaringan bisnis, dan meningkatkan daya saing di pasar. Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga menjadi investasi strategis bagi keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan di masa depan.

3. Strategi Pemasaran yang Etis

Penerapan etika bisnis Islam juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan (Kusjuniati, 2020). Strategi pemasaran yang berlandaskan nilai-nilai etika Islam cenderung menitikberatkan pada pendekatan yang jujur, transparan, dan bertanggung jawab, baik dalam promosi produk maupun dalam interaksi dengan konsumen. Dalam praktiknya, perusahaan yang menerapkan etika bisnis Islam memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada konsumen, seperti kualitas, harga, dan manfaat produk, disampaikan secara benar dan tidak mengandung unsur penipuan atau manipulasi. Selain itu, pendekatan pemasaran yang beretika ini juga menekankan pada keadilan, seperti penetapan harga yang wajar serta pemberian layanan yang sama tanpa diskriminasi terhadap semua pelanggan.

4. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Perusahaan yang menerapkan etika bisnis Islam sering kali lebih aktif dalam program tanggung jawab sosial (Adrai & Perkasa, 2024). Ini termasuk kegiatan yang mendukung kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, sehingga menciptakan dampak positif bagi komunitas sekitar. Selain itu hal ini juga mempengaruhi keberlanjutan jangka panjang yaitu dengan reputasi yang baik dan hubungan yang solid dengan pelanggan, mitra bisnis, dan pemerintah, perusahaan lebih mudah bertahan dalam persaingan pasar. Nilai-nilai syariah juga membantu perusahaan menghindari risiko jangka panjang, seperti skandal atau tuntutan hukum. Selain itu, hal ini juga menumbuhkan gairah inovasi dan Pengembangan pada Produk Halal. Perusahaan yang menerapkan etika bisnis syariah cenderung lebih fokus pada inovasi produk halal dan ramah lingkungan, yang membuka peluang untuk ekspansi pasar global.

6. Kepatuhan Terhadap Hukum

Perusahaan harus memastikan bahwa semua praktik bisnis yang dilakukan tidak hanya mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku di wilayah operasinya, tetapi juga sejalan dengan prinsip-prinsip syariah yang menjadi pedoman etis dan moral dalam menjalankan kegiatan usaha (Maulana & Zulfahmi, 2022). Penerapan prinsip-prinsip tersebut tidak hanya bertujuan untuk memastikan kepatuhan terhadap aturan hukum yang berlaku, tetapi juga untuk membangun dasar yang kuat dalam menciptakan praktik bisnis yang berkelanjutan dan berintegritas. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai syariah, perusahaan dapat secara efektif mengurangi risiko hukum yang mungkin timbul akibat ketidakpatuhan terhadap peraturan, sekaligus mencegah terjadinya pelanggaran aturan yang dapat merugikan perusahaan secara finansial maupun reputasional. Penerapan etika bisnis syariah membantu perusahaan mematuhi standar dan regulasi yang ditetapkan oleh lembaga syariah, sehingga mengurangi risiko pelanggaran hukum.

7. Penguatan Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Penerapan etika bisnis Islam tidak hanya memberikan manfaat pada aspek eksternal seperti pemasaran dan hubungan dengan pelanggan, tetapi juga memiliki dampak yang sangat positif pada manajemen dan pengelolaan sumber daya manusia (SDM) di dalam perusahaan (Wahdiniawati et al., 2024). Dengan menanamkan nilai-nilai fundamental seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan integritas di kalangan karyawan, perusahaan dapat menciptakan budaya kerja yang lebih sehat, produktif, dan harmonis. Nilai-nilai tersebut

menjadi pedoman bagi setiap individu dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, sehingga mendorong terciptanya suasana kerja yang kondusif dan berorientasi pada pencapaian tujuan bersama.

8. Kinerja Keuangan yang Lebih Baik

Perusahaan yang secara konsisten mengintegrasikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam ke dalam operasionalnya cenderung tidak hanya memperkuat reputasi mereka, tetapi juga mengalami peningkatan kinerja finansial yang signifikan. Penelitian dan data empiris menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan nilai-nilai Islam seperti tauhid (kesadaran akan tanggung jawab kepada Allah), tanggung jawab (*accountability* kepada semua pemangku kepentingan), dan keadilan (*fairness* dalam seluruh aspek bisnis) mampu menciptakan fondasi bisnis yang kokoh dan berkelanjutan (Mingka, 2014). Nilai-nilai ini tidak hanya berperan sebagai pedoman moral, tetapi juga memengaruhi cara perusahaan menjalankan aktivitas sehari-hari, termasuk dalam pengambilan keputusan strategis, pengelolaan risiko, dan penyampaian nilai kepada konsumen.

9. Peningkatan Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan

Penerapan etika bisnis Islam, yang secara khusus menekankan pada nilai-nilai seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab, memberikan dampak yang sangat positif dalam membangun hubungan yang kuat antara perusahaan dan pelanggan (S. Abdullah, 2013). Dengan memastikan bahwa setiap aktivitas bisnis dilakukan secara jujur, mulai dari pengungkapan informasi produk hingga proses transaksi, perusahaan mampu menciptakan rasa percaya yang mendalam di kalangan konsumen. Kepercayaan ini menjadi salah satu faktor utama yang mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, di mana konsumen tidak hanya merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka terima, tetapi juga merasa yakin bahwa perusahaan selalu beroperasi dengan prinsip yang adil dan sesuai dengan nilai-nilai moral.

10. Kontribusi Sosial dan Lingkungan

Penerapan etika bisnis Islam secara komprehensif mendorong perusahaan untuk tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan sosial dan pelestarian lingkungan. Prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam, seperti tanggung jawab sosial, keadilan, dan keberlanjutan, mengajarkan bahwa bisnis tidak boleh beroperasi semata-mata demi kepentingan perusahaan, melainkan juga harus memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Setyawan & Wahyudi, 2022). Oleh karena itu, banyak perusahaan yang berkomitmen untuk mengalokasikan sebagian dari keuntungan mereka untuk kegiatan sosial yang bermanfaat, seperti pembayaran zakat, donasi, atau pengembangan program pemberdayaan masyarakat, termasuk pendidikan, pelatihan keterampilan, dan bantuan bagi kelompok kurang mampu.

Tantangan yang Dihadapi

Meskipun banyak manfaat yang diperoleh, penerapan etika bisnis syariah juga menghadapi sejumlah tantangan (Adrai & Perkasa, 2024; Putritama, 2018):

1. Pemahaman yang Masih Terbatas:

Tidak semua pelaku usaha memahami prinsip-prinsip syariah dengan baik, sehingga implementasinya kurang maksimal.

2. Biaya Implementasi:

Sertifikasi halal, pelatihan karyawan, dan penyesuaian operasional memerlukan investasi besar, yang menjadi kendala bagi perusahaan kecil dan menengah.

3. Kurangnya Regulasi yang Mendukung:

Beberapa sektor belum memiliki pedoman syariah yang jelas, sehingga perusahaan harus mengembangkan standar mereka sendiri

KESIMPULAN

Penerapan etika bisnis Islam memberikan dampak yang sangat positif terhadap berbagai aspek operasional perusahaan. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi tidak hanya memperkuat reputasi perusahaan di mata masyarakat, tetapi juga mendorong peningkatan kinerja finansial, hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan, serta menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Implementasi etika bisnis Islam juga mempengaruhi pengelolaan sumber daya manusia, menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif, sekaligus mendorong inovasi dalam produk halal dan ramah lingkungan yang mampu memenuhi kebutuhan pasar global. Selain itu, perusahaan yang menerapkan etika bisnis Islam cenderung lebih aktif dalam tanggung jawab sosial, seperti program pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan, yang tidak hanya memberikan manfaat bagi komunitas, tetapi juga meningkatkan citra positif perusahaan. Dengan integrasi nilai-nilai syariah, perusahaan dapat mengurangi risiko hukum, meningkatkan kepercayaan investor, dan membangun fondasi yang kokoh untuk keberlanjutan jangka panjang. Namun, penerapan etika bisnis Islam juga menghadapi tantangan, termasuk pemahaman yang masih terbatas, biaya implementasi yang tinggi, serta kurangnya regulasi yang mendukung di beberapa sektor. Meskipun demikian, dengan komitmen dan pendekatan strategis, penerapan etika bisnis Islam dapat menjadi kunci keberhasilan dan daya saing perusahaan di tingkat lokal maupun global.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F. (2024). METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN RAGAMNYA (Qualitative Research Methods And Their Varieties). *AL-THIFL JURNAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI*, 6(2), 448–455.
- Abdullah, S. (2013). Memperkasakan Pembangunan Insan Melalui Amalan Infaq. *Pendidikan Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 6(2), 169–182.
- Adrai, R., & Perkasa, D. H. (2024). Penerapan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(2), 68–85. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v6i2.950>
- Alam, M. K. (2021). Rationality of fourth party in legitimacy theory: Shariah governance of Islamic financial institutions. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 418–438. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2019-0154>
- Almeida, C. S. de, Miccoli, L. S., Andhini, N. F., Aranha, S., Oliveira, L. C. de, Artigo, C. E., Em, A. A. R., Em, A. A. R., Bachman, L., Chick, K., Curtis, D., Peirce, B. N., Askey, D., Rubin, J., Egnatoff, D. W. J., Uhl Chamot, A., El-Dinary, P. B., Scott, J.; Marshall, G., Prensky, M., Andoko, Fatmawati, I., & Hasibuan, S. A. (2022). Legalitas Pendaftaran Sertifikasi produk Halal Sebagai Implementasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal Di Indonesia. *Journal Analytica Islamica*, 11(2), 166. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i2.12831>

- Apriyani, N., Amri, M., & Aderus, A. (2019). Perdebatan Aspek-Aspek Ketuhanan dalam Teologi Islam dan Kaitannya dengan Kalimat Tauhid (Analisis Terhadap Tiga Mazhab Besar Teologi Klasik: Mu'tazilah, Asyariyah dan Al-Maturidiyah). *Indo-AmthEdu Inte*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Arianti, D., & Muhammad, H. (2021). ETIKA KOMUNIKASI BISNIS ONLINE DI ERA NEW NORMAL PERSPEKTIF HUKUM BISNIS ISLAM. *As-Salam*, X(1), 47–64.
- Ariq, M., Mentari, N. C., & Putri, D. (2023). Praktik Etika Bisnis Islam pada Perusahaan Syariah. *Nomisma: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, 1(1), 68–81.
- Azizul, S., Anuar, M., Azhar, K., & Sayuti, M. (2018). PENGAMBILKIRAAN 'URF DAN ADAT DALAM FATWA SEMASA : ANALISIS TERHADAP ADAT KEMATIAN BAJAU DI SABAH 1 'Urf and Customs Determination in Fatwa : An Anlysis on Death Ritual Among Bajau Ethnic in Sabah Setiap bangsa di dunia ini memiliki sistem kepercayaan y. *Fatwa*, 12(1).
- Barqi, A. (n.d.). ETIKA BISNIS (PERILAKU) BISNIS RASULULLAH MUHAMAD SAW SEBAGAI PEDOMAN BERWIRAUSAHA. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>
- Hariyanto, A. (2016). Tafsir Era Nabi Muhammad Saw. *Jurnal At-Tibyan*, 1(1), 70–93.
- Harun, I. A. (2022). Implementasi Konsep Masalah Mursalah Dalam Ekonomi Islam Menurut Tokoh Islam Dan Jumhur Ulama. *Jurnal Economina*, 1(3), 563–577. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.132>
- Irianto, R. P., & Rahayu, W. P. (2022). Implementasi At-Ta'awun dan Al-Mas'uliyah dalam Praktik Kumpi di Bank Wakaf Mikro Denanyar Sumber Barokah Jombang Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Irtifaq*, 9(1), 25–32.
- Kusjuniati, K. (2020). Strategi dan Peran Penting Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) dalam Mendukung Ketahanan Ekonomi Nasional. *Widya Balina*, 5(1), 112–123. <https://doi.org/10.53958/wb.v5i1.55>
- Leony, E., Rizkiyanti, A., & Uzliawati, L. (2024). Pengaruh Enviromental, Social Dan Governance Disclosure Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 196–209. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3655>
- Marsudi, K. E. R., & Santriati, A. T. (2022). Harmonisasi Ekonomi Islam Dan Ekonomi Pancasila. *El - Wasathiya*, 10(01), 43–67. <http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/washatiya/article/view/4813>
- Maulana, N., & Zulfahmi. (2022). Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia di Tengah Persaingan Halal Global. *Jurnal Iqtisaduna*, 8(2), 136–150. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32465>
- Mingka, A. (2014). *Reaktualisasi dan Kontekstualisasi Fikih Muamalah Ke-Indonesiaan Upaya Inovasi Produk Perbankan dan Keuangan Syariah*.
- Muhammad Alwi, Abdullah, M. R., Muhajirin, & Busrah. (2023). The Concept of Blessing in the Islamic Business Ethics Paradigm. *LAA MAISYIR : Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 257–273. <https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v10i2.39056>
- Nurmadiansyah, M. T. (2021). *Etika Bisnis Islam (Konsep dan Praktek)* (Issue July). CV Cakrawala Media Pustaka.
- Prasetya, Y. A., & Abdullah, R. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Jual Beli Online di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman). *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman (JESM)*, 1(1), 83–89.

- <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JESM/article/view/8740%0Ahttps://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JESM/article/viewFile/8740/1904>
- Putri, S. A., Dewindaru, D., & Nugraha, E. (2023). Analisis Kinerja Keuangan Bank Syariah Indonesia (BSI) Sebelum dan Setelah Merger (Analysis of the Financial Performance of Bank Syariah Indonesia (BSI) Before and After the Merger). *Jurnal Bukhori: Kajian Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 85–94.
- Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri. *Jurnal Nominal*, VII(1), 1–20. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/19356>
- Rafki, M., Parakkasi, I., & Sirajuddin, S. (2022). Peran Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Repeat Order Konsumen. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(2), 121. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i2.4868>
- Rahmawati, A., Purwanti, I., Baity, L. N., & Oktviani, L. (2024). EDUKASI MASYARAKAT TENTANG STRATEGI PENGEMBANGAN MODEL BISNIS SYARIAH DALAM MENINGKATKAN USAHA Azizah. *Journal Al-A'mal:Manajemen Bisnis Syariah*, 4(1), 37–44.
- Rudi, J., & Mukhlis, I. (2023). Implementasi Etika Bisnis Dalam Perusahaan Di Indonesia Pada Era Modern : Literatur Review. *Business and Investment Review (BIREV)*, 1(6), 97–102.
- Sattar, A. (2017). RESPONS NABI TERHADAP TRADISI JAHILIYYAH: Studi Reportase Hadis Nabi. *Jurnal THEOLOGIA*, 28(1), 183. <https://doi.org/10.21580/teo.2017.28.1.1338>
- Savitri, D., & Muchlis, M. M. (2024). Implementasi Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Islam Dalam Sistem Keuangan Negara. *Musytari : Neraca Manajemen, Ekonomi*, 4(3), 1–18.
- Setyawan, H. N., & Wahyudi, A. (2022). Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon, Sukorejo, Ponorogo. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 305–332. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.989>
- Wahdiniawati, S. A., Lubis, F. M., Erlianti, D., Sari, V. B. M., Uhai, S., & Febrian, W. D. (2024). Keseimbangan Kehidupan Kerja: Mewujudkan Kesejahteraan Karyawan Melalui Manajemen Sdm Yang Berkelanjutan. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(1), 728–738. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/24683>
- Wahid, K., & Syakur, A. (2023). Konsep Islamicpreneurship Dalam Pertumbuhan Ekonomi Perspektif Al-Qur'an. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 2(2), 83–96. <https://doi.org/10.58355/organize.v2i2.19>
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>