

Etika Bisnis dalam Al-Qur'an Menurut R. Lukman Fauroni dan Relevansinya dengan Praktik Bisnis Modern

Hanik Faiz Hazballah

STIQ Isy Karima Karanganyar
faizhazballah18@gmail.com

Muhammad Mukharom Ridho

STIQ Isy Karima Karanganyar
ridho@stiqisykarima.ac.id

Edy Wirastho

STIQ Isy Karima Karanganyar
edywiraswasta@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pemikiran R. Lukman Fauroni mengenai etika bisnis dalam al-Qur'an sebagaimana tertuang dalam karyanya "*Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an*", serta menelaah relevansinya terhadap praktik bisnis modern. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis dan teknik studi pustaka (*library research*). Data primer bersumber dari buku karya Fauroni, sedangkan data sekunder meliputi buku tafsir, jurnal, dan karya ilmiah lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fauroni menawarkan paradigma etika bisnis berbasis nilai-nilai Qur'ani seperti tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan. Ia menegaskan bahwa bisnis dalam perspektif al-Qur'an tidak hanya bersifat material tetapi juga immaterial, melibatkan dimensi spiritual dan moral. Penelitian ini juga menyoroti praktik-praktik bisnis yang bertentangan dengan nilai al-Qur'an, seperti riba, penipuan, dan korupsi. Kontribusi Fauroni menunjukkan bahwa integrasi nilai spiritual dan etika dalam bisnis dapat menjadi solusi atas problematika etika dalam dunia bisnis modern, serta menjadi kerangka kerja yang mendukung keberlanjutan dan keadilan dalam aktivitas ekonomi kontemporer.

Kata Kunci: *Al-Qur'an, Etika Bisnis Islam, Praktik Bisnis Modern, R. Lukman Fauroni*

Abstract

This research aims to examine R. Lukman Fauroni's thoughts on business ethics in the Qur'an as stated in his work "*Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*", and examine its relevance to modern business practices. This research uses qualitative method with descriptive-analytical approach and library research technique. Primary data comes from Fauroni's book, while secondary data includes tafsir books, journals, and other scientific works. The results show that Fauroni offers a paradigm of business ethics based on Qur'anic values such as tawhid, balance, free will, responsibility, and ihsan. He emphasized that business in the Qur'anic perspective is not only material but also immaterial, involving spiritual and moral dimensions. The research also highlights business practices that contradict Qur'anic values, such as usury, fraud and corruption. Fauroni's contribution shows that the integra-

tion of spiritual and ethical values in business can be a solution to ethical problems in the modern business world, as well as a framework that supports sustainability and justice in contemporary economic activity.

Keyword: *Qur'an, Islamic Business Ethics, Modern Business Practices, R. Lukman Fauroni*

PENDAHULUAN

Sejak zaman Rasulullah SAW, umat Islam sukses dalam bisnis berdasarkan asas-asas ekonomi syariah dan nilai Islam. Al-Qur'an dan Sunnah memberi pedoman muamalah umum, menegaskan persaingan sehat dan sumber daya sebagai rahmat Allah. Misi Rasulullah menyempurnakan akhlak tercermin dalam etika bisnis, yang diperkuat oleh pengalamannya sebagai pengusaha muda, dengan istilah ekonomi dalam al-Qur'an mengajak penerapan ajaran dalam kehidupan.¹

Dalam bisnis, selain mengelola untung rugi, etika diperlukan untuk menjaga kemaslahatan umum sesuai tujuan syariat melindungi iman, akal, jiwa, harta, dan keturunan. Etika bisnis Islam bertujuan menciptakan kesejahteraan dunia dan akhirat dengan kejujuran pelaku usaha demi melindungi hak konsumen.² Islam menanamkan budaya beretika dalam setiap kegiatan bisnis yang dijalankan oleh seorang muslim, mengacu pada apa yang ada pada wahyu al-Qur'an (QS. An-Nisā: [4]: 29).

Etika bisnis Islam berkembang dengan menjadikan Rasulullah SAW sebagai teladan, berlandaskan akhlak siddiq, amanah, tabligh, dan fathonah. Mustaq Ahmad dan Yusuf Qardhawi menegaskan bahwa al-Qur'an memberikan pedoman normatif bisnis yang mengintegrasikan ekonomi dan akhlak, menolak pemisahan agama dan dunia, serta menekankan etika sebagai dasar profesionalisme untuk keberlanjutan usaha, berlaku universal bagi semua pelaku ekonomi.³

R. Lukman Fauroni menyebutkan dalam salah satu karyanya, "*Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an*," bahwasanya etika bisnis dalam al-Qur'an mampu mencerminkan nilai-nilai kebenaran, integritas, keadilan, serta tanggung jawab dalam praktik berbisnis. Oleh karena itu, perlu dilakukan elaborasi mendalam tentang perspektif al-Qur'an mengenai bisnis dan pengembangan implementasi etika bisnis dalam menciptakan praktik dan model bisnis yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah.⁴

¹ Ahmad Baidhowi, "*Penafsiran Ayat-Ayat Wirausaha Dalam Kitab Tafsir Al-Munir Karya Wahbah Az-Zuhaili*" (Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2016), h. 1-2.

² M. Arif Al Kausari, "Etika Bisnis Islam (Telaah atas Ayat-Ayat tentang Memenuhi Takaran dalam Timbangan)," *el-Umdah* 4, no. 2 (Desember 2021): h. 199-200.

³ Rahmat Afrizal, *Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar* (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017), h. 15-16.

⁴ Lukman R. Fauroni, "*Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*", 1 ed. (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2008), h. 19.

Kajian Kasis Darmawan mengungkap bahwa banyak umat Muslim masih mengabaikan pentingnya etika bisnis dan lebih berorientasi pada keuntungan. Melalui studi kepustakaan dengan menerapkan pendekatan tematis dalam studi tafsir, penelitian ini menyoroti bahwa bisnis dalam al-Qur'an mencakup aspek material dan spiritual. Etika bisnis qur'ani didasarkan pada prinsip kesatuan, harmoni, kebebasan, tanggung jawab, dan ihsan. Praktik bisnis harus bebas dari kebatilan, riba, penipuan, dan korupsi, serta menjunjung nilai kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab sosial, dan toleransi. Tujuannya tidak hanya memenuhi kebutuhan duniawi, tetapi juga meraih keselamatan akhirat.⁵

Selain itu, kajian Diyaurrahman, Muhammad Nashiruddin, dan Asiah Wati menyoroti penyimpangan etika dalam praktik perniagaan modern yang lebih mengejar keuntungan dibanding nilai agama. Solusi yang ditawarkan adalah kembali pada ajaran al-Qur'an dan Hadis. Kajian ini dilakukan melalui pendekatan studi kepustakaan guna menelusuri ayat-ayat yang membahas mengenai *tijarah*. Hasilnya, *tijarah* dalam Al-Qur'an bermakna sebagai bentuk hubungan hamba dengan Allah berdasarkan ketakwaan, serta sebagai aktivitas jual beli untuk memperoleh keuntungan.⁶

Dalam kajian Rodliyah Khuza'i, ia menjelaskan bahwa aktivitas perdagangan merupakan bentuk upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup yang terus berkembang seiring kemajuan ilmu dan teknologi. Ragam kegiatan ekonomi meliputi berbagai sektor seperti industri, jasa, pariwisata, properti, dan pertanian. Namun, kecenderungan manusia terhadap kepemilikan harta dapat menimbulkan konflik dan permusuhan. Oleh karena itu, al-Qur'an memberikan panduan etis dalam memperoleh harta, yang mencakup hubungan manusia dengan sesama dan dengan Allah SWT.⁷

Sementara itu, M. Arif Al-Khausari yang fokus menulis etika bisnis Islam mengungkapkan bahwa prinsip keadilan dalam takaran dan timbangan telah menjadi norma sosial sejak sebelum Islam, dan Islam kemudian menegaskaninya melalui ajaran al-Qur'an. Meski demikian, tidak semua pelaku usaha menerapkan prinsip tersebut. Al-Qur'an menekankan pentingnya kejujuran dalam timbangan, sebagaimana tercantum dalam surat al-Isra': 35, Hud: 84, dan al-A'raf: 34, melalui berbagai pendekatan retorik seperti kisah, perintah, larangan, dan ancaman atas perilaku curang. Penulis menggunakan metode analisis kebahasaan terhadap ayat-

⁵ Kasis Darmawan, "*Etika Bisnis Dalam Perspektif Al-Qur'an*" (STUDI TAFSIR TEMATIK) (Institut PTIQ Jakarta, 2019).

⁶ Diyaurrahman, Muh Nashirudin, dan Asiah Wati, "*Etika Perniagaan di Dalam Al-Quran (Analisis Tafsir Ayat-Ayat Tijarah)*," *Syarikat : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (Desember 2022).

⁷ Rodliyah Khuza', "*Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*," *MIMBAR* 11 (Maret 2005): h. 36-48.

ayat tersebut serta menafsirkannya dengan merujuk pada pendapat para ulama tafsir.⁸

Kajian ini menawarkan nilai kebaruan melalui analisis mendalam terhadap pemikiran kontemporer R. Lukman Fauroni tentang etika bisnis dalam al-Qur'an, sebagaimana tercantum dalam karyanya "*Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an*." Penelitian ini tidak hanya menelaah ayat-ayat terkait etika bisnis, tetapi juga merekonstruksi prinsip moral dan sistem nilai bisnis dari perspektif Al-Qur'an berdasarkan kerangka konseptual Fauroni, seperti tauhid, keselarasan, kebebasan kehendak, tanggung jawab, dan ihsan. Kebaruan lainnya terletak pada pendekatan kritis terhadap tafsir tematik sebelumnya, seperti milik Kasis Darmawan, dengan membandingkan pendekatan deskriptif-normatif mereka dengan pendekatan analitis-konseptual Fauroni yang menekankan integrasi nilai spiritual dan etika dalam praktik bisnis modern. Dengan demikian, studi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memperluas wacana etika bisnis Islam melalui eksplorasi pemikiran tokoh kontemporer yang masih jarang dikaji secara sistematis.

METODE PENELITIAN

Kajian ini termasuk dalam kategori *library research* yang bersifat deskriptif analitis dengan metode pendekatan kualitatif, yaitu dengan cara menelaah buku *Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an* karya R. Lukman Fauroni. Kemudian membandingkan dan menggabungkan pemikiran R. Lukman Fauroni dengan pemikiran tokoh-tokoh yang lainnya. Kemudian menarik kesimpulan dari penelitian tersebut. Pada kajian ini kami sebagai peneliti menggunakan sumber data primer sebagai dasar dari penelitian ini yaitu buku *Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an* karya dari R. Lukman Fauroni. Data pendukung yang bersifat sekunder berasal dari kitab tafsir lain, jurnal akademik, buku, dan berbagai karya ilmiah yang sesuai dengan topik penelitian ini.

Penelitian ini merujuk pada teknik analisis model *Creswell*⁹ dengan modifikasi yang telah disesuaikan. *Pertama*, proses pengumpulan data dengan analisis dokumen serta sumber-sumber relevan lainnya (dalam penelitian ini sumber data yang akan dikaji adalah buku *Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an* karya R. Lukman Fauroni). *Kedua*, data yang telah diperoleh disusun dan diorganisasi. *Ketiga*, peneliti melakukan pembacaan menyeluruh terhadap data untuk memperoleh pemahaman awal secara komprehensif. *Keempat*, dilakukan proses pengkodean, yaitu dengan memberi label atau kode pada bagian-bagian data untuk mengidentifikasi pola dan kategori. *Kelima*, analisis diarahkan pada pengembangan

⁸ Arif Al Kausari, "*Etika Bisnis Islam (Telaah atas Ayat-Ayat tentang Memenuhi Takaran dalam Timbangan)*."

⁹ Feny Rita Fiantika dkk., "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", ed. oleh Yuliatr Novita, 1 ed. (PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), h. 68-70.

tema-tema utama yang muncul dari hasil pengkodean. *Keenam*, makna dari data serta tema-tema yang terbentuk ditafsirkan secara mendalam. *Ketujuh*, dilakukan validasi data guna menjamin keabsahan temuan. *Kedelapan*, hasil analisis disusun dalam bentuk jurnal yang sistematis, rinci, dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip etika penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Bisnis dalam Al-Qur'an Menurut R. Lukman Fauroni

R. Lukman Fauroni lahir pada 2 September 1972 di BI Limbangan, Garut. Ia menyelesaikan pendidikan dasar hingga menengah di berbagai lembaga pendidikan di Garut, kemudian melanjutkan studi S-1 di IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada Jurusan Tafsir Hadis dan lulus tahun 1997. Tahun berikutnya, ia menempuh S-2 di program studi Agama dan Filsafat di institusi yang sama, dan lulus tahun 2001 dengan tesis berjudul *Etika Bisnis Dalam al-Qur'an*, yang diterbitkan oleh Pustaka Pesantren pada 2006. Pada 2007, ia melanjutkan S-3 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam Studi Islam dengan fokus pada Ekonomi Islam, dan menyelesaikannya pada 29 Oktober 2013 dengan disertasi berjudul "*Model Bisnis Berbasis Ukhuwah*."¹⁰ Fauroni mengajar di berbagai lembaga pendidikan, termasuk sebagai dosen di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta. Ia tinggal di Kotagede, Yogyakarta, bersama istrinya, Indah Sri Sayekti, dan anaknya, M. Fasya Syahrusan.

Etika dapat diartikan sebagai seperangkat nilai dan norma moral yang dijadikan pedoman oleh individu atau masyarakat dalam mengendalikan perilakunya.¹¹ Etika juga dapat dipahami sebagai sebuah tatanan perilaku yang muncul daripada gejala-gejala sosial baik antar individu atau masyarakat yang menjadi tolok ukur baik dan tercelanya sebuah perilaku dengan tujuan terciptanya hubungan.¹²

Etika adalah disiplin utama dalam filsafat yang merefleksikan cara hidup manusia untuk menjadi manusia yang baik. Kata "etika" berakar dari bahasa Yunani *ethikos* yang memiliki beberapa makna. *Pertama*, mencakup kajian terhadap konsep kewajiban, aturan moral, kebenaran, kesalahan, dan tanggung jawab. *Kedua*, menyangkut pencarian terhadap karakter dan perilaku yang bermoral. *Ketiga*,

¹⁰ Fauroni, "*Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*", h. 249.

¹¹ Muhammad Mukharom Ridho, "ETIKA PROFETIK DALAM PERSEPEKTIF AL-QUR'AN," *Al Karima: Jurnal Studi Ilmu Al Quran dan Tafsir* 6, no. 2 (1 Agustus 2022): h. 45.

¹² Hasbi Ulul Albab, Akhmad Sulthoni, dan Arif Firdausi Nur Romadlon, "Etika Keluarga dalam QS. At-Tahrim Perspektif Hasby Ash-Shiddieqy dalam Tafsir An-Nur," *El-Wasathy: Journal of Islamic Studies* 2, no. 1 (26 Mei 2024): h. 44-45.

berkaitan dengan upaya menemukan kehidupan yang baik dari sisi moralitas.¹³ Etika kini tidak hanya menggambarkan fenomena sosial, tetapi juga menunjukkan arah dan pelaku transformasi tersebut.¹⁴

Dalam kekayaan wawasan Islam, etika kerap dikaitkan dengan terminologi *al-akhlāq*, *al-ādab*, dan *al-falsafah al-ādabiyah*, yang memiliki maksud untuk menjaga integritas individu seseorang.¹⁵ Al-Qur'an memuat berbagai bentuk ajaran etika yang tersebar dalam sejumlah ayat dengan keragaman konteks, serta mengalami perkembangan melalui pengaruh ajaran filsafat Yunani sampai pada pemikiran para sufi.¹⁶ Ahmad Amin mendefinisikan etika sebagai ilmu yang membahas makna dari kebaikan dan keburukan, serta mengatur tindakan manusia dan tujuannya.¹⁷ Madjid Fakhri menambahkan bahwa etika mencakup pemahaman logis tentang esensi tindakan, keputusan yang tepat, serta landasan moral yang mengatur tindakan-tindakan yang diperintahkan serta larangan yang harus ditaati.¹⁸ Dengan pemahaman tentang akhlak ini, bisnis termasuk dalam aktivitas yang menjadi objek pembahasan.

Secara bahasa, bisnis mencakup berbagai arti, seperti aktivitas usaha, kegiatan perdagangan, unit usaha seperti toko dan perusahaan, tanggung jawab atau tugas tertentu, persoalan atau urusan yang bersifat ekonomis, hak kepemilikan atas usaha,¹⁹ erta kegiatan komersial yang berorientasi pada transaksi dagang dalam berbagai sektor ekonomi.²⁰ Dari definisi-definisi tersebut, bisnis merujuk pada aktivitas ekonomi nyata yang pada dasarnya diimplementasikan melalui aktivitas pertukaran komoditas dan layanan dalam konteks jual beli.

¹³ Muhammad Faishal, "Eksplorasi Terbaru Etika Dalam Filsafat Indonesia: Bagaimana Perkembangannya?," *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora* 8, no. 2 (8 Mei 2024): h. 628.

¹⁴ M Mukharom Ridho, Akhmad Sulthoni, dan Akhmadiyah Saputra, "Relevansi Filsafat Etika Ibnu Taimiyah Dalam Pengembangan Hukum Modern," *Prosiding Seminar Internasional Peluang dan Tantangan Perguruan Tinggi di Era Industri 4.0 dan Society 5.0* 1, no. 1 (3 Februari 2024).

¹⁵ Ihin Solihin, Aan Hasanah, dan Hisny Fajrussalam, "Core Ethical Values of Character Education Based on Islamic Values in Islamic Boarding Schools," *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion* 3, no. 2 (20 Juli 2020): h. 21–33.

¹⁶ Mohammed Muneer'deen Olodo Al-Shafii dkk., "Al-Akhlaq (Ethics) Perceptions in Islam: A Textual Interpretation through Imam Muhammad Al-Ghazali," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 8, no. 10 (31 Oktober 2018).

¹⁷ Solihin, Hasanah, dan Fajrussalam, "Core Ethical Values of Character Education Based on Islamic Values in Islamic Boarding Schools."

¹⁸ Salah Alhammadi, Khaled O. Alotaibi, dan Dzikri F. Hakam, "Analysing Islamic banking ethical performance from Maqāsid al-Sharī'ah perspective: evidence from Indonesia," *Journal of Sustainable Finance & Investment* 12, no. 4 (2 Oktober 2022).

¹⁹ Hosaini Hosaini dan Saeful Kurniawan, "Manajemen Pesantren dalam Pembinaan Umat," *Edukais : Jurnal Pemikiran Keislaman* 3, no. 2 (9 Desember 2019): h. 82–98.

²⁰ Departemen Pendidikan Nasional, *KAMUS BAHASA INDONESIA* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008).

Secara terminologi, suatu aktivitas ekonomi yang dijalankan oleh individu maupun kolektif guna menjual barang atau jasa demi memperoleh keuntungan. Fokus utama bisnis adalah untuk meraih keuntungan dari penjualannya kepada konsumen.²¹

Etika bisnis Islam adalah nilai dan aturan yang mengatur aktivitas bisnis berdasarkan ajaran Islam, bertujuan mencapai keadilan, integritas, kejujuran, keseimbangan, dan kemakmuran bagi semua pihak. Berlandaskan al-Qur'an dan Hadis, etika ini menghindari riba, penipuan, dan barang haram dalam transaksi. Penerapan nilai kejujuran dan keadilan bukan semata-mata berorientasi pada keuntungan bisnis secara jangka panjang, tetapi juga membawa manfaat dalam kehidupan bermasyarakat dan lingkungan, sehingga menjadi landasan penting dalam bisnis berkelanjutan dan terciptanya keadilan sosial.²²

Etika bisnis Islam juga merupakan perwujudan konsep dasar kewirausahaan yang dilandasi oleh norma-norma Islam yang merujuk kepada sumber ajaran utama, yakni al-Qur'an dan as-Sunnah. Dalam praktiknya, etika bisnis Islam menetapkan bahwa berbisnis tidak hanya sebatas bertujuan meraih kemakmuran di dunia semata, akan tetapi juga untuk mendapatkan kesejahteraan ukhrawi dalam rangka mencari ridha Allah SWT. Prinsip-prinsip seperti; *At-Tauhid*, *Al-Amanah*, *Aş-Sidq*, *Al-'Adalah*, *At-Ta'awun*, *Al-Maslahah*, *At-Taradi*, dan *Al-Akhlaq Al-Karimah* menjadi landasan dalam menjalankan bisnis secara etis menurut ajaran Islam.²³ Selain itu, etika bisnis Islam sangat menekankan pentingnya karakteristik seperti *shiddiq* (kejujuran), *amanah* (kepercayaan), *tablig* (penyampaian kebenaran), dan *fathanah* (kecerdasan). sebagai teladan dalam seluruh aspek aktivitas bisnis. Penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya memastikan keuntungan, tetapi juga keberkahan dan kelangsungan bisnis.²⁴

Dalam dunia bisnis modern, problematika etika muncul karena adanya ketegangan antara tujuan utama bisnis untuk memperoleh keuntungan dan tuntutan moral yang harus dipenuhi oleh pelaku bisnis. Seringkali, kegiatan ekonomi dan nilai-nilai moral sering dilihat sebagai dua aspek yang berdiri secara independent, bahkan saling bertentangan, di mana praktik bisnis dianggap hanya berorientasi pada maksimalisasi keuntungan dalam kondisi persaingan bebas, sementara penerapan etika dipandang dapat menghambat pencapaian tujuan

²¹ Tati Herlia, "Model Sistem Peran Teknologi Dan Informasi Terhadap Pertahanan Bisnis Di Indonesia," *Majalah Ilmiah Bijak* 16, no. 1 (31 Maret 2019): 38-47.

²² Mutiara Manalu, Nazwa Alpuja Elsa, dan Gymnasti Febriani, "Etika Bisnis Islam," *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 4, no. 1 (7 Januari 2025): h. 01-10.

²³ Arief Dwi Saputra dkk., "Online Business Practices: A Study of Islamic Business Ethics Perspective in Indonesia," *JURNAL PENELITIAN*, 25 Juli 2022, h. 97-108.

²⁴ Mohammad Ghazali dkk., "Halal Business Practice: An Islamic Business Ethics Perspective," *AL-IKTISAB: Journal of Islamic Economic Law* 8, no. 2 (16 November 2024): h. 89-100.

tersebut.²⁵ Namun, perkembangan isu-isu kontemporer seperti keadilan sosial, tanggung jawab lingkungan, dan hak-hak konsumen menuntut agar etika menjadi bagian integral dalam pengambilan keputusan bisnis.²⁶

Permasalahan etika dalam bisnis juga semakin kompleks dengan munculnya tantangan global seperti perubahan iklim, krisis keuangan, dan kemajuan teknologi, yang menuntut perusahaan untuk tidak hanya mematuhi hukum, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas mereka.²⁷ Selain itu, terdapat perdebatan mengenai apakah show bisnis tertentu secara inheren etis atau tidak, serta bagaimana perusahaan dapat menyeimbangkan antara strategi bisnis dan tanggung jawab etis terhadap para pemangku kepentingan.²⁸ Dengan demikian, problematika etika dan bisnis tidak hanya berkaitan dengan dilema antara laba dan moralitas, akan tetapi juga mencakup isu-isu yang lebih luas seperti; keadilan, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial yang harus dihadapi oleh pebisnis di era globalisasi.²⁹

Menurut Z. Carr, sebagaimana yang dikutip oleh Dawam Rahardjo, bisnis tidak bersifat pribadi dan menyerupai sebuah permainan yang memerlukan strategi serta pemahaman khusus yang telah disepakati oleh semua pemain. Bisnis sering dimiripkan dengan permainan poker yang memerlukan ketidakpercayaan antar pemain. Mengetahui atau menyembunyikan kekuatan diri demi tujuan tertentu diperbolehkan. Seorang pemain poker harus mengesampingkan nilai-nilai kebersamaan, kebaikan hati, dan kejujuran.³⁰

Berdasarkan berbagai pandangan, bisnis dan etika sering dipandang sebagai dua ranah yang terpisah. Unsur moral yang melekat dalam etika bisnis meliputi sikap toleran, loyalitas, dan integritas kepercayaan, biasanya dianggap penting oleh manajer yang kurang berhasil. Sebaliknya, nilai-nilai yang mendukung prinsip bisnis, seperti maksimisasi keuntungan, sikap agresif, individualisme, semangat kompetisi, dan pengelolaan konflik, sangat dihargai oleh manajer yang sukses.³¹

Keadaan ini menciptakan pandangan negatif terhadap bisnis. Di barat maupun timur, bisnis sering dipandang sebagai “dunia yang gelap atau kotor.”

²⁵ Patricia H. Werhane dan R. Edward Freeman, “Business Ethics: The State of the Art,” *International Journal of Management Reviews* 1, no. 1 (21 Maret 1999): h. 1-16.

²⁶ Roman Meinhold, “Ethics and business,” dalam *Business Ethics and Sustainability* (London: Routledge, 2021), h. 13-27.

²⁷ Steffen Böhm dkk., “Ethics at the Centre of Global and Local Challenges: Thoughts on the Future of Business Ethics,” *Journal of Business Ethics* 180, no. 3 (5 Oktober 2022): h. 835-861.

²⁸ M. Tina Dacin dkk., “Business Versus Ethics? Thoughts on the Future of Business Ethics,” *Journal of Business Ethics* 180, no. 3 (4 Oktober 2022): 863-77.

²⁹ Böhm dkk., “Ethics at the Centre of Global and Local Challenges: Thoughts on the Future of Business Ethics.”

³⁰ Dawam Raharjo, “Etika Bisnis Menghadapi Globalisasi Dalam PJP II,” *Majalah Prisma*, 2 Februari 1995.

³¹ Raharjo.

sikap negatif terhadap bisnis muncul dari pemahaman bahwa bisnis pada hakikatnya berasaskan ketamakan dan kerakusan. Bisnis fokus pada pencarian laba. Saat pebisnis mengklaim dirinya memperhatikan kepentingan umum, itu seringkali hanya siasat untuk mendapatkan simpati dan meningkatkan keuntungan. Bisnis cenderung materialistis dan sering bertentangan dengan aspek spiritual dalam kehidupan.³²

Visi bisnis dan visi etika dalam al-Qur'an mencerminkan kemampuan, kekuatan, serta perspektif al-Qur'an dalam memandang masalah bisnis dan etika. Melalui cara pandang ini, diharapkan muncul pemahaman yang menyeluruh mengenai hakikat bisnis dan etika.³³ Al-Qur'an tidak memisahkan antara bisnis dan etika, melainkan menyatukan keduanya dengan menekankan bahwa seluruh aktivitas bisnis harus dijalankan berdasarkan prinsip moral seperti integritas, keadilan, akuntabilitas, dan proporsionalitas.³⁴

Al-Qur'an dikenal dengan berbagai nama seperti *al-Bayān* atau *at-Tibyān*, *al-Furqān*, dan *al-Hudā* sebagaimana disebutkan dalam: (QS. Al-Bāqarah: [2]: 185) dan *adz-Dzikir* seperti pada: (Q.S An-Nahl: [16]: 44). Sebutan-sebutan di atas bisa menjelaskan bahwasanya al-Qur'an berperan sebagai panduan bagi individu dalam menempuh jalan hidup yang selaras dengan ajaran islam. (QS. Al-Isra: [17]: 9). Dalam prinsip dasar kehidupan, al-Qur'an menuntut manusia untuk senantiasa bekerja dan berusaha dengan sungguh-sungguh. (Q.S An-Najm: [53]: 39).

Manusia mempunyai kodrat yaitu berupa *hubb asy-syawahāt* yang menjadikan manusia selalu memiliki hasrat untuk bekerja secara serius, sehingga menghasilkan kelelahan. Istilah *asy-syawahāt* menunjukkan bahwa setiap aktivitas memerlukan daya, termasuk langkah kaki dan gerakan jari. Akan tetapi, penggunaan daya akan menimbulkan kelelahan. Selain hal tersebut, ditemukan ayat dalam al-Qur'an yang menghubungkan aktivitas manusia dengan keimanan. Hal ini mengindikasikan adanya keterkaitan erat antara kegiatan duniawi dengan keimanan. Bahkan hal ini mendapatkan penguatan langsung dari teks Al-Qur'an; (QS. Al-Furqān: [25]: 23), (Q.S Al-Jumu'ah: [62]: 9-10).

Ayat ini menegaskan pentingnya menjalankan bisnis setelah ibadah dengan motivasi utama meraih ridha Allah. Meskipun mendorong kerja keras, al-Qur'an menekankan bahwa tujuan hidup utama adalah beribadah, sehingga usaha bisnis tidak boleh mengabaikan nilai spiritual tersebut. Allah berfirman pada ayat; (QS. Al-Isra: [17]: 18-19). Ayat tersebut menunjukkan bahwa al-Qur'an menyampaikan panduan visi bisnis yang tegas yaitu mencari keuntungan yang baik dan berdampak

³² Raharjo.

³³ Mutiara Manalu, Nazwa Alpuja Elsa, dan Gymnasti Febriani, "*Etika Bisnis Islam*."

³⁴ Sopyan Saori, "Measuring of Islamic Business Ethics in Indonesia Islamic Bank," *Archives of Business Research* 7, no. 1 (31 Januari 2019).

positif, bukan hanya keuntungan sesaat yang bisa merugikan pebisnis di akhirat kelak.

Sementara itu, al-Qur'an mendeskripsikan etika melalui tiga konsep utama; iman,³⁵ Islam, dan takwa,³⁶ yang apabila dipahami secara mendalam akan menunjukkan makna yang serupa. Kata iman tercipta dari akar kata a-m-n, secara dasar berarti "keamanan, terbebas dari bahaya, dan kedamaian." Sementara itu, istilah Islam berakar dari s-l-m juga mengandung makna "aman dan utuh, terlindungi dari perpecahan dan kehancuran." Adapun kata takwa, yang merupakan konsep fundamental dalam al-Qur'an selain dua istilah sebelumnya, berakar dari kata W-Q-Y yang mengandung makna perlindungan dari bahaya, penjagaan terhadap kehancuran, kesia-siaan, maupun perpecahan."³⁷

Maka dari itu, al-Qur'an memiliki visi etika yang mencakup nilai-nilai untuk kehidupan manusia di berbagai bidang; baik pada tingkat individu, komunitas, maupun negara, yang menjunjung kesetaraan, keutuhan, keadilan, keselamatan, kesejahteraan, dan kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat.

R. Lukman Fauroni mengungkapkan bahwa al-Qur'an memuat sejumlah terminologi yang terkait bisnis dan ajaran etika yang termuat dalam al-Qur'an diantaranya; *at-tijārah*, *al-bai'u*, *tadāyantum*, dan *isytarā*.³⁸ Kata *tijārah* berasal dari akar kata t-j-r, yaitu *tajara*, *tajran*, *wa tijāratun* yang berarti berdagang atau berniaga. Istilah *at-tijārah* dan *al-matjār* merujuk pada aktivitas perdagangan atau perniagaan, sedangkan *at-tijāriyy* dan *al-matjāriyy* mengacu pada aspek-aspek yang terkait dengan perdagangan atau perniagaan.³⁹ Menurut Lukman Fauroni yang mengutip perkataan ar-Raghib al-Asfahani dalam karyanya *al-Mufradāt fī Gharib Al-Qur'ān*, kata *at-tijārah* mempunyai arti pengelolaan harta untuk memperoleh keuntungan.⁴⁰

Dalam al-Qur'an, kata *tijārah* muncul sebanyak delapan kali, sedangkan bentuk *tijāratuhum* hanya disebut satu kali. Istilah *tijārah* dapat ditemui dalam Surah al-Baqarah [2]: 282, an-Nisa' [4]: 29, at-Taubah [9]: 24, an-Nūr [24]: 37, Fāthir [35]: 29, as-Shāff [61]: 10, dan al-Jumu'ah [62]: 11 (disebut dua kali). Sementara itu, kata *tijāratuhum* ditemukan dalam Surah al-Baqarah [2]: 16.⁴¹ Kata *tijārah* dalam ayat-ayat

³⁵ Rika Sartika, Rohmah Alif, dan U Nurina Habibah, "Islamic Worldview dan Urgensinya," *Adabuna : Jurnal Pendidikan dan Pemikiran* 1, no. 2 (17 Juni 2022): h. 167-179.

³⁶ Ivan Fahmi Fadillah, "ANALISIS KONSEP TAQWA DALAM AL-QURAN: Studi Terhadap Ayat-Ayat yang Menyebutkan Taqwa," *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis* 3, no. 3 (1 September 2023): h. 110-119.

³⁷ Fazlur Rahman, *Metode dan Alternatif Neomodernisme Islam* Fazlur Rahman, trans. oleh Taufik Adnan Amal (Bandung: Mizan, 1992), h. 66.

³⁸ Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, h. 75.

³⁹ Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, ed. oleh Ali Ma'shum dan Zainal Abidin Munawwir (Yogyakarta: Pustaka Progresif, 1997), h. 129.

⁴⁰ Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, h. 77.

⁴¹ Muhammad Fuad 'Abd Al Baqi, *Al Mu'jam Al Mufahras Li Alfazh Al Qur'an* (Kairo: Dar Al Kutub Al Mishriyyah, 1364), h. 152

tersebut dipahami dalam dua makna; *pertama*, sebagai aktivitas perdagangan, dan *kedua*, sebagai perniagaan dalam arti yang lebih luas. Menariknya, dalam konteks ini, perniagaan tidak hanya berkaitan dengan barang atau kuantitas, akan tetapi lebih banyak berkaitan dengan aspek immaterial/kualitatif.⁴²

Lukman Fauroni mengutip dari *al-Mufradāt fi Gharib Al-Qur’ān*, disebutkan bahwa kata *tijārah* dalam ayat; (QS. ash-Shaff[61]:10) ditafsirkan secara jelas oleh ayat; (QS.ash-Shaf[61]:11).⁴³ Ayat ini memberikan petunjuk tentang *muamalah* yang mendatangkan keuntungan dan bisnis yang membawa manfaat, yang menghasilkan keuntungan besar dan keberhasilan abadi, serta mencakup keimanan, ketulusan dalam beramal, dan jihad dengan jiwa serta harta dalam menyebarkan agama. Iman dan jihad lebih bernilai daripada segala sesuatu di dunia, karena dengan memahami tujuan dan dampaknya, semua urusan menjadi bermakna dan berharga.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa percaya “*Iman*” kepada Allah dan utusan-Nya serta berjuang menggunakan harta serta jiwa merupakan usaha yang memberikan keuntungan sejati. Kegiatan bisnis ini tidak hanya sebatas hubungan antar manusia, tetapi juga mengandung aspek ketuhanan. Sikap rela dan terbuka di antara pihak yang berkepentingan adalah ciri penting dalam bisnis. Tanpa sifat-sifat tersebut, bisnis tidak akan memperoleh keuntungan. Ayat-ayat di atas menunjukkan bahwa bisnis bersifat material dan immaterial.

Istilah *al-bai’u* berarti melakukan penjualan, yang berlawanan dengan *isy tara*⁴⁴ yaitu memberikan sesuatu yang bernilai dan menerima (menetapkan) harga serta keuntungan darinya. Kata *bā’i* yang berasal dari akar kata *bā’a* terdapat dalam al-Qur’an dengan beragam bentuk seperti *bāya’tum*, *yubāyinaka*, *yubāyiūna*, *yubāyiūnaka*, *fabāyi hunna*, *tabāya’tum*, *bai’*, *bibai’ikum*, dan *biya’un*. Dari variasi tersebut, kata *bai’* paling sering disebutkan sebanyak 6 kali, diikuti oleh *yubāyi’unaka* yang muncul 2 kali. Sedangkan kata-kata lainnya hanya disebutkan masing-masing satu kali dalam al-Qur’an.⁴⁵

Lukman Fauroni menyebutkan, istilah *bai’un* yang tercantum dalam al-Qur’an mengandung dua pengertian;

1. Perdagangan yang bermakna tidak ada transaksi kecuali pada hari kiamat, sehingga al-Qur’an memotivasi manusia untuk mengelola harta sesuai dengan prinsip iman.
2. Perdagangan yang halal beserta larangan memperoleh kekayaan melalui riba.⁴⁶

⁴² Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur’an*, h. 78.

⁴³ Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur’an*, h. 80.

⁴⁴ Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, h. 124.

⁴⁵ Muhammad Fuad ‘Abd Al Baqi, *Al Mu’jam Al Mufahras Li Alfazh Al Qur’an*, h. 141.

⁴⁶ Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur’an*, h. 82-83.

Pengertian ini menunjukkan bahwa aktivitas jual beli dalam dunia bisnis merupakan sarana untuk memperoleh penghidupan. Kata-kata seperti *bāya'tum*, *bibai'ikum* serta *tabāya'tum* menunjukkan bahwa jual beli harus dilakukan dengan ketelitian dan disaksikan secara terbuka. Sebagaimana firman Allah; (QS. at-Taubah[9]:111). Lebih dari itu, aktivitas jual beli pun meliputi hubungan manusia dengan Allah, di mana Allah melakukan “pembelian” atas jiwa dan harta orang mukmin yang berjuang di jalan-Nya dengan imbalan surga sebagai janji-Nya. Transaksi ini telah Allah janjikan dengan ganjaran surga dan disebut sebagai keberhasilan yang agung. Sedangkan kata *yubāyi'naka*, *yubāyi'ūna*, dan *yubāyi'ūnaka* memiliki arti janji setia kepada Allah dan Rasul. Kata *bāya'tum* merujuk pada peristiwa *bai'atur ridwan* yang terjadi antara Nabi dan kaum muslimin.

Al-Qur'an menyebutkan istilah *isytarā* dengan variasi bentuk yang muncul sebanyak dua puluh lima kali. Kata *isytarā* muncul satu kali, *isytarū* sebanyak tujuh kali, *yasytarūn* lima kali, *tasytarū* tiga kali, *isytarahu* dua kali, sedangkan bentuk *syarau*, *syarauhu*, *yasyrūna*, *yasyrī*, *yasytarī*, *nasytarī*, dan *yasytarū* masing-masing disebut satu kali.⁴⁷

Kata *isytarā* menunjukkan bahwa Allah membeli jiwa dan harta orang beriman, sedangkan *yasyrī* menggambarkan seseorang yang mengorbankan dirinya demi meraih ridha Allah. Istilah *isytarū*, yang muncul tujuh kali dalam Al-Qur'an, menggambarkan tindakan menukar petunjuk dengan kesesatan, kehidupan akhirat dengan dunia, serta iman dan ayat-ayat Allah dengan nilai yang rendah. Adapun *yasytarūn* merujuk pada perbuatan menjual kitab dan janji Allah demi keuntungan duniawi. Kata *tasytarū* juga berarti menukar ayat-ayat atau janji Allah dengan harga murah. Sementara itu, *isytarāhu* dan *syarau* berkaitan dengan penukaran kitab Allah dengan sihir serta pembelian Nabi Yusuf. Selain itu, *syarauhu* menggambarkan penjualan Nabi Yusuf dengan harga murah, *yasyrūna* menunjukkan pertukaran akhirat dengan dunia, *yasytarī* digunakan untuk penyesatan melalui perkataan sia-sia, dan *liyasytarū* mencerminkan upaya memperoleh keuntungan kecil dengan berdusta atas nama Allah.⁴⁸

Istilah *isytarā* dan turunannya mencerminkan adanya pertukaran antara manusia dengan Allah maupun antarsesama demi Allah. Transaksi ini melibatkan pencarian keuntungan, termasuk penjualan ayat-ayat Allah. Allah menjanjikan balasan berupa kenikmatan dunia dan surga bagi mereka yang berkorban untuk-Nya. Sebaliknya, mereka yang mengutamakan keuntungan pribadi dengan memperjualbelikan ayat-ayat Allah dan mengganti keimanan dengan kekufuran akan tersesat di dunia dan akhirat. Ini menunjukkan bahwa konsep bisnis dalam Al-Qur'an tidak hanya berorientasi pada dunia, tetapi juga pada kebahagiaan dan

⁴⁷ Muhammad Fuad 'Abd Al Baqi, *Al Mu'jam Al Mufahras Li Alfazh Al Qur'an*, h. 381.

⁴⁸ Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, h. 86-87.

keuntungan abadi di akhirat. Istilah *tadāyantum* yang hanya disebutkan sekali, dipakai dalam konteks muamalah seperti jual beli, utang-piutang, sewa-menyewa, dan lain-lain.⁴⁹

Pemaparan di atas menunjukkan bahwa istilah bisnis dalam al-Qur'an, seperti *tijārah*, *al-bai'*, *isyarā*, dan *tadāyan*, tidak hanya bersifat material dan mencari keuntungan duniawi semata, akan tetapi juga mencakup aspek immaterial dan kualitas. Aktivitas bisnis melibatkan interaksi antara manusia dan Allah, yang harus dijalankan dengan cermat dalam hal administrasi dan kesepakatan, tanpa adanya penipuan demi meraih keuntungan. Dalam hal ini, al-Qur'an menjanjikan keuntungan dari pertukaran yang selalu menguntungkan.

Terma yang terhubung secara langsung dalam teks al-Qur'an dengan etika adalah *al-khuluq*, yang berasal dari kata *khaluqa-khulūqan*, berarti tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, dan keprawiraan.⁵⁰ Kata dasar *khuluq* berasal dari *khaluqa*, dekat dengan *khalaqa-khalqan* yang berarti menjadikan, menciptakan.⁵¹ Dari *khalaqa*, terbentuk *al-khāliq* (pencipta) dan *al-makhlūq* (yang diciptakan). Sedangkan perubahan dari *khaluqa-khuluq* menjadi *al-akhlāq* menjadikannya ilmu yang dapat berdiri sendiri.

Ada sebuah kajian menarik, terdapat sebuah kemiripan diantara asal kata *akhlāq-khuluq* dan *khalaqa-khulūqan*. Dari kajian ini ada sebuah hikmah yang bisa kita ambil yaitu akhlak memerlukan kehendak dan niat manusia dalam perbuatannya. Tanpa usaha untuk "menciptakannya," akhlak tidak akan terwujud. Proses ini akan menghasilkan kesadaran dan tingkah laku manusia secara otomatis.

Etika dalam al-Qur'an bersifat humanistik dan rasionalistik. Sifat humanistiknya mendorong manusia mencapai derajat tertinggi sesuai fitrah, sementara sisi rasionalistiknya tampak dalam keselarasan ajaran al-Qur'an dengan akal sehat, sebagaimana tercermin dalam nilai-nilai seperti keadilan, kejujuran, kerja keras, dan cinta ilmu. Etika al-Qur'an belum membentuk struktur terpisah, melainkan menekankan nilai kebaikan dan kebenaran dari niat hingga tindakan. Akhlak Nabi Muhammad yang mulia menjadi bukti nyata etika qur'ani yang universal dan mencakup seluruh aspek kehidupan. Dengan demikian, etika bisnis menurut al-Qur'an tidak berdiri sendiri, tetapi melekat dalam keseluruhan nilai etika, dan perilaku bisnis yang tidak etis dianggap sebagai bentuk kebatilan.⁵²

Prinsip keadilan dan kesucian dalam ekonomi dan bisnis disampaikan oleh al-Qur'an melalui tiga aspek.; *Pertama*, larangan memiliki harta haram, *Kedua*, larangan cara memperoleh atau mengelola harta yang tidak benar, *Ketiga*, larangan

⁴⁹ Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, h. 88.

⁵⁰ Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, h. 293.

⁵¹ Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, h. 293.

⁵² Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, h. 94-95.

pengelolaan yang merugikan diri sendiri dan pihak lain. R. Lukman Fauroni menawarkan beberapa paradigma bisnis yang berspektif terhadap al-Qur'an;⁵³

1. Kesatuan

Konsep kesatuan dalam Islam merefleksikan tauhid yang mengintegrasikan agama, etika, dan ekonomi,⁵⁴ sehingga pebisnis muslim menjauhi diskriminasi, praktik menyimpang, dan keserakahan karena harta adalah amanah dari Allah.

2. Keseimbangan

Keseimbangan dan keadilan adalah prinsip Islam yang tercermin dalam konsep *ummatan wasathan* dan wajib diterapkan dalam bisnis melalui keadilan timbangan, pemerataan kekayaan, serta penghormatan antara kaya dan miskin, demi mendukung peran manusia sebagai *khalifah* tanpa merugikan orang lain.

3. Kehendak Bebas

Islam mengakui kehendak bebas manusia secara relatif dalam kerangka ciptaan Allah. Dalam bisnis, kebebasan ini mencakup menyusun kesepakatan dan memenuhi janji, sebagai bentuk tanggung jawab *khalifah* yang terikat pada prinsip kesatuan dan keseimbangan.

4. Pertanggungjawaban

Kebebasan harus disertai tanggung jawab untuk mewujudkan keadilan dan keseimbangan sosial. Dalam Islam, tanggung jawab bersifat menyeluruh, mencakup individu dan kolektif, serta mencakup kepedulian terhadap kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat.

5. Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Dalam etika bisnis Islam, kebajikan mencakup sikap sukarela, keramahan, dan kejujuran. Transaksi dilakukan atas dasar kesediaan bersama, dengan menjaga keharmonisan dan rasa saling percaya. Keramahan mencerminkan sikap sopan dan toleran, sementara kejujuran, sebagai bentuk amanah, tercermin dalam kewajiban menunaikan perjanjian sesuai ajaran al-Qur'an.

Praktik Bisnis yang tidak Sesuai dengan al-Qur'an

Bisnis ini melibatkan seluruh perilaku yang tidak memenuhi standar etika, terlarang, dan merugikan pihak lain, termasuk aspek hukum (pidana) seperti *business crimes* dan *business tort*. *Business crimes* adalah tindak pidana di bidang bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha atau pegawai demi keuntungan bisnisnya atau menyebabkan kerugian terhadap aktivitas usaha pihak lain. *Business tort* adalah tindakan yang menyimpang dari prinsip etika oleh pelaku usaha yang melanggar

⁵³ Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, h. 95.

⁵⁴ Khaerul Aqbar dan Azwar Iskandar, "Prinsip Tauhid dalam Implementasi Ekonomi Islam," *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam* 1, no. 1 (12 November 2021): h. 34-44.

hak pengusaha lain, dan dalam sistem hukum Indonesia diidentifikasi sebagai bentuk kriminalitas dalam aktivitas usaha.⁵⁵

Upaya mengidentifikasi kerusakan dalam praktik bisnis dianalogikan dengan menelusuri sumber penyakit, di mana al-Qur'an berfungsi sebagai landasan nilai untuk mengenali perilaku yang menyimpang dari ajarannya. R. Lukman Fauroni mengemukakan bahwa istilah *al-bāṭil*, *al-fasād*, dan *aẓ-ẓālim* merupakan konsep dasar dari perilaku yang bertentangan dengan prinsip bisnis dalam al-Qur'an.⁵⁶ Oleh karena itu, tulisan ini memfokuskan kajian terhadap makna ketiga istilah tersebut melalui analisis ayat-ayat al-Qur'an yang relevan dengan etika bisnis, meskipun istilah-istilah itu juga mencakup dimensi lain dalam kehidupan manusia.

Al-bāṭil yang berasal dari akar kata *baṭala* muncul sebanyak 36 kali dalam al-Qur'an dengan berbagai bentuk turunannya. Kata *baṭala* disebutkan satu kali, *tuḃṭilū* disebutkan dua kali, *yubṭila* disebutkan satu kali, *sayubṭiluhū* satu kali. Dari berbagai bentuk turunannya, kata *bāṭilun* merupakan yang paling sering disebut, yakni sebanyak 24 kali dalam Al-Qur'an, sementara *bāṭilan* muncul dua kali dan *al-mubṭilūn* tercantum sebanyak lima kali.⁵⁷ Kata *al-bāṭil* diturunkan dari kata dasar *baṭala* yang memiliki arti fasad, rusak, sia-sia, atau bohong. Makna *al-Bāṭil* menunjuk pada hal-hal yang tidak sah, keliru, tidak bernilai, palsu, dan sia-sia. Adapun *al-fasād*, berasal dari akar kata *fasada*, yang mengandung arti kehancuran, kebusukan, ketidaksahan, dan kebatalan.⁵⁸

Dalam al-Qur'an, istilah *al-bāṭil* dan turunannya mencakup berbagai makna, antara lain sebagai antonim dari *al-ḥaqq*, menggambarkan kesyirikan, jalan yang menyimpang, ketidakadilan, kehancuran, kerugian, kesia-siaan, serta sesuatu yang tidak bernilai dan fana. Selain itu, *al-bāṭil* juga merujuk pada penolakan terhadap kebenaran, perbuatan yang merusak pahala, serta karakteristik orang yang sesat, merugi, atau berdusta. Penggunaan kata *al-bāṭil* dalam konteks bisnis terdapat pada empat ayat. Ayat pertama menegaskan bahwa kebatilan kerap dimanfaatkan secara sengaja sebagai sarana untuk memperoleh harta. Bahkan, kebatilan tersebut didukung hingga ke ranah lembaga hukum. Hal ini ditekankan dalam al-Qur'an; (QS. al-Baqarah [2]: 188).

Selanjutnya, pada ayat kedua ditegaskan larangan menjalankan aktivitas bisnis melalui cara-cara yang *bāṭil*. Ayat ini secara eksplisit ditujukan kepada kaum beriman sebagai bentuk peringatan yang tegas. Allah berfirman dalam QS. An-Nisā:

⁵⁵ Hartini Atikasari, Btari Amira, dan Ridwan Arifin, "Law Enforcement in the Practice of Bribery in Business and Trade in Indonesia: Between Theory and Practice," *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum* 54, no. 2 (25 Agustus 2020): h. 319.

⁵⁶ Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, h. 97.

⁵⁷ Muhammad Fuad 'Abd Al Baqi, *Al Mu'jam Al Mufahras Li Alfazh Al Qur'an*, h. 123-124.

⁵⁸ Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, h. 1055.

[4]: 29-32, bahwa ayat ini menempatkan istilah *al-bāṭil* sebagai lawan dari transaksi yang dilakukan secara sukarela dan adil tanpa merugikan pihak mana pun. Perilaku kebatilan dipandang sebagai pelanggaran hak dan bentuk kezaliman, serta tergolong dosa besar menurut syariat.⁵⁹ Menjauhinya membawa keselamatan dan kehormatan. Ayat selanjutnya menekankan larangan bersikap dengki terhadap harta orang lain, karena kekayaan merupakan hasil dari usaha individu masing-masing.

Dalam ayat ketiga, istilah *al-bāṭil* muncul dalam konteks menggambarkan tindakan zalim yang dilakukan oleh kaum Yahudi, khususnya dalam praktik riba dan perolehan harta milik orang lain melalui cara-cara yang tidak sah secara syariat. Allah berfirman; (QS. An-Nisā: [4]: 160-161). Ayat keempat menyoroti bahwa bentuk kebatilan dalam aktivitas ekonomi tercermin dalam perilaku menghalangi manusia dari jalan Allah, menimbun kekayaan, serta mengabaikan kewajiban infak. Allah berfirman; (QS. at-Taubah[9]:34).

Praktik bisnis yang mengandung unsur kebatilan, baik dalam skala kecil maupun besar, berpotensi menimbulkan kerugian bagi pelaku, pihak lain, dan masyarakat secara luas. Tindakan ini dapat memicu ketimpangan sosial, ketidakadilan, serta menimbulkan persoalan etis dan hukum, baik dalam perspektif agama maupun hukum positif. Dampaknya tidak hanya terbatas pada kehidupan dunia, tetapi juga berdampak negatif terhadap kehidupan akhirat.

Istilah *al-fasād* beserta derivatifnya muncul dalam al-Qur'an sebanyak 48 kali. Bentuk yang paling sering ditemukan adalah *mufsidīn* (18 kali), diikuti oleh *al-fasād* (8 kali), *yufsidūn* (5 kali), dan *tufsidū* (4 kali). Sementara itu, bentuk *lafasadat*, *yufsidū*, dan *al-mufsidūn* masing-masing muncul dua kali, dan beberapa bentuk lain seperti *lafasadatā*, *afsadūha*, *latufsidunna*, *linufsida*, *yufsida*, dan *fasādan* disebutkan satu kali masing-masing.⁶⁰ Secara umum, kata-kata ini mengandung makna kehancuran, kerusakan, dan kekacauan di muka bumi, serta menggambarkan tindakan yang menimbulkan kerusakan tersebut. Allah berfirman; (QS. Hud [11]:85), (QS. Al-Māidah: [6]:32).⁶¹

Dari ayat tersebut, dapat dipahami bahwa perbuatan merugikan, sekecil apa pun, dianggap sebagai kerusakan besar menurut Al-Qur'an, termasuk mengurangi takaran atau timbangan. Menjaga kehidupan satu orang sama artinya menjaga seluruh umat manusia, sehingga tindakan yang berdampak sosial mendapat penilaian serius. Al-Qur'an menekankan pentingnya kesetimbangan sosial-ekonomi

⁵⁹ Eko Zulfikar, "Harta Dalam Perspektif Al-Qur'an: Kajian Tafsir Ayat-ayat tentang Harta Batil", *Dialogia*, 16, no. 1 (2019), 1–20.

⁶⁰ Muhammad Fuad 'Abd Al Baqi, *Al Mu'jam Al Mufahras Li Alfazh Al Qur'an*, h. 518-519.

⁶¹ Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, h. 109.

dan menolak segala bentuk kerusakan “*al-fasād*”, yang menjadi dasar larangan praktik perdagangan yang menyimpang.

Terma *az-zulm* memiliki keterkaitan yang signifikan dalam ranah bisnis dan ekonomi, khususnya yang berkonflik dengan prinsip-prinsip etika bisnis. Kata *az-zulm* berasal dari akar kata *z-l-m*, yang mengandung makna seperti menempatkan sesuatu secara tidak semestinya, ketidakadilan, penganiayaan, penindasan, tindakan sewenang-wenang, serta kegelapan.⁶² Lukman Fauroni menyebutkan Zalim adalah ketiadaan cahaya yang melambangkan kebodohan dan kesyirikan, berlawanan dengan cahaya. Zalim juga dapat diinterpretasikan sebagai penempatan yang tidak semestinya, baik dalam hal waktu maupun tempat.⁶³ Kezaliman pada hakikatnya akan menyebabkan kerugian baik terhadap diri sendiri maupun bagi pihak lain. Al-Qur'an memandang tindakan kezaliman terhadap sesama manusia sebagai bentuk kezaliman kepada Allah.

Penilaian praktik bisnis yang tidak sesuai dengan al-Qur'an ini tidak memerlukan ketiga landasan (kebatilan, kerusakan, dan kezaliman) secara bersamaan, dengan adanya salah satu dari ketiganya, entitas bisnis dapat dikategorikan sebagai bisnis yang tidak sesuai dengan al-Qur'an. Al-Qur'an menilai kebatilan, kerusakan, dan kezaliman tanpa memisahkan dunia dan akhirat. Penilaian terhadap kebaikan, ketidakrusakan, dan keadilan juga berlaku untuk kehidupan di dunia dan akhirat. Beberapa bentuk praktik bisnis yang bertentangan dengan ajaran al-Qur'an meliputi riba, pengurangan timbangan atau takaran, transaksi gharar atau perjudian, penipuan, penimbunan barang, korupsi, kolusi, serta praktik monopoli dan oligopoli.

Relevansi Pemikiran R. Lukman Fauroni terhadap Praktik Bisnis Modern

Relevansi merujuk suatu keadaan di mana terdapat korelasi atau keterhubungan yang substansial antara dua entitas atau variable. Istilah ini berasal dari kata sifat “relevan” yang bermakna saling terkait, berhubungan, dan memiliki kegunaan secara langsung. Berdasarkan definisi yang tercantum dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), relevansi didefinisikan sebagai hubungan, kaitan, atau sesuatu yang bersifat relevan.⁶⁴ Definisi relevansi juga dikemukakan oleh beberapa ahli. Suharto dan Tata Iryanto menyatakan bahwa relevansi merupakan kesesuaian antara sesuatu dengan apa yang diinginkan oleh individu. Sementara itu, Joan M.

⁶² Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, h. 882.

⁶³ Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, h. 112

⁶⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *KAMUS BAHASA INDONESIA*.

Reitz memandang relevansi sebagai informasi yang ditemukan dalam pencarian koleksi perpustakaan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.⁶⁵

Dalam upaya memahami konsep relevansi, penting untuk mengidentifikasi unsur-unsur utama informasi yang dianggap relevan. Berikut ini adalah beberapa karakteristik pokoknya:

1. Relevansi informasi harus sesuai dengan konteks yang ada.
2. Ketetapan Waktu, Sebuah Informasi harus relevan dan terkini. Informasi historis memiliki nilai strategis dalam mengidentifikasi pola jangka panjang, namun cenderung memiliki keterbatasan relevansi dalam pengambilan keputusan yang bersifat aktual atau segera.
3. Keakuratan, Informasi wajib bersifat tepat dan dapat dipercaya. Kredibilitas sumber menjadi faktor utama dalam menentukan tingkat relevansi informasi tersebut.
4. Kelengkapan, Informasi harus komprehensif dan mendalam agar mampu memberikan pemahaman yang jelas mengenai topik yang dibahas. Namun, kelebihan informasi justru dapat menurunkan tingkat relevansi.
5. Dapat Diterapkan, Informasi yang relevan adalah yang dapat diaplikasikan dalam konteks atau situasi tertentu. Teori yang sulit diimplementasikan cenderung dianggap kurang relevan dibandingkan dengan pendekatan yang praktis dan aplikatif.⁶⁶

Pada era modern, isu etika serta tanggung jawab sosial dalam dunia bisnis menjadi perhatian penting dalam berbagai diskusi, termasuk dalam proses perumusan kebijakan dan strategi manajerial. Penerapan etika bisnis diwujudkan melalui integrasi nilai-nilai moral dalam kebijakan dan praktik perusahaan, yang pada gilirannya dapat memperkuat profitabilitas jangka panjang serta membangun citra positif korporasi.

Perkembangan *e-business* dan *e-commerce* mengubah cara memperoleh penghasilan dan pola pikir dalam bisnis, sehingga etika bisnis menjadi pedoman penting bagi individu dan perusahaan. Etika bisnis mengarahkan aktivitas usaha agar selaras dengan nilai kehidupan, tidak hanya memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga makna dan kesejahteraan sosial serta spiritual. Penerapannya menghadapi tantangan seperti kualitas sumber daya manusia, teknologi, persaingan, dan ketahanan usaha. Bisnis tidak bebas nilai karena merupakan bagian dari sistem sosial dan pengelolaan profesional yang harus mempertimbangkan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan. Untuk keberlanjutan,

⁶⁵ Ayu Rifka Sitoresmi, "Relevan Adalah: Memahami Konsep Keterkaitan dalam Berbagai Konteks," liputan 6, 7 Februari 2025, <https://www.liputan6.com/feeds/read/5909482/relevan-adalah-memahami-konsep-keterkaitan-dalam-berbagai-konteks?page=2>.

⁶⁶ Sitoresmi, "Relevan Adalah: Memahami Konsep Keterkaitan dalam Berbagai Konteks."

perusahaan harus membangun hubungan efektif dengan pemangku kepentingan berdasarkan norma etika. Bisnis yang berlandaskan kejujuran dan kepercayaan akan sukses jangka panjang dengan pendekatan yang memperhatikan semua pihak terkait. Oleh karena itu, pebisnis wajib menjalankan usahanya secara etis agar dapat bertahan dan berkembang, karena tanpa etika, bisnis berisiko gagal.

Etika bisnis dalam konteks *e-business* memiliki relevansi mendasar sebagaimana etika bisnis pada umumnya, meskipun implementasinya berada dalam ranah virtual. Nilai-nilai etika tetap dapat diterapkan secara konsisten karena bersifat prinsipil dan universal, baik dalam dunia nyata maupun digital. Namun, perbedaan terletak pada kondisi dan lingkungan yang mengitarinya. Dalam *e-business* diperlukan kesatuan antara aspek ekonomi, sosial, dan politik yang berpijak pada prinsip kepercayaan, konsistensi, dan keteraturan. Oleh karena itu, pelaku bisnis tidak dibenarkan melakukan diskriminasi atau praktik curang seperti manipulasi data, pencurian informasi, maupun tindakan yang merusak sistem, karena semua tindakan tersebut bertentangan dengan prinsip keadilan dan keseimbangan yang dianjurkan dalam Islam.

Al-Qur'an menekankan pentingnya tanggung jawab moral, termasuk dalam transaksi elektronik, dengan menjadikan nilai kejujuran, transparansi, dan keadilan sebagai fondasi utama. Prinsip kebebasan dalam bisnis harus disertai dengan tanggung jawab, sebagaimana disebutkan dalam QS. al-Kahfi [18]:29, yang menegaskan bahwa setiap pilihan memiliki konsekuensi. Oleh sebab itu, pelaku *e-business* wajib menyampaikan informasi secara jujur dan akurat, serta menjaga transparansi dalam setiap proses bisnis, mulai dari akad, perjanjian, hingga distribusi produk.

Landasan nilai seperti kesatuan, keadilan, tanggung jawab, dan kebenaran akan melahirkan praktik bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga memberikan kepuasan spiritual. Hal ini menciptakan iklim bisnis yang dilandasi oleh kepercayaan, pengertian, dan kemitraan yang saling menguntungkan tanpa merugikan pihak lain. Sebaliknya, praktik yang mengandung unsur kebatilan, kerusakan, dan kezaliman termasuk dalam kategori *mal-bisnis*.

Dalam perspektif manajerial, etika bisnis menuntut integritas, kejujuran, kepedulian terhadap orang lain, dan pengambilan keputusan yang berlandaskan pada empati dan pertimbangan moral. Nabi Muhammad SAW telah memberikan teladan dalam menjalankan bisnis yang jujur dan adil, tanpa kecurangan atau penipuan. Nilai-nilai paradigmatis seperti kesatuan, keseimbangan (keadilan), kebebasan, tanggung jawab, dan kebenaran merupakan fondasi utama dalam membangun sistem bisnis yang bermoral dan tidak terjerumus pada kebatilan ataupun kezaliman. Dengan demikian, etika bisnis dalam perspektif al-Qur'an

menjadi syarat utama dalam mewujudkan praktik bisnis yang berkarakter dan bernilai spiritual.

PENUTUP

Etika bisnis dalam al-Qur'an menekankan bahwa aktivitas bisnis harus dilandasi nilai spiritual dan kemanusiaan, bukan sekadar mengejar keuntungan. Prinsip utama dalam paradigma bisnis Qur'ani mencakup tauhid, kehendak bebas, tanggung jawab, keadilan, dan kejujuran, serta larangan terhadap kebatilan, kerusakan, dan kezaliman. Selama tidak melanggar batasan tersebut, praktik bisnis dapat dibenarkan menurut al-Qur'an. Pemikiran R. Lukman Fauroni dinilai relevan dengan praktik bisnis modern karena menekankan pentingnya etika, tanggung jawab sosial, dan niat baik dalam membangun keberhasilan jangka panjang dan hubungan yang sehat dengan pemangku kepentingan.

Kajian ini menawarkan kebaruan melalui analisis mendalam terhadap *Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an* karya Fauroni, dengan merekonstruksi prinsip moral bisnis berbasis nilai-nilai Qur'ani seperti tauhid, keseimbangan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, dan ihsan. Meskipun masih dalam tahap awal dan bersifat filosofis, kajian ini diharapkan relevan dengan praktik nyata dunia bisnis. Agar lebih bermakna dan aplikatif, kajian ini perlu diuji oleh pelaku bisnis profesional serta ditelaah oleh akademisi yang kompeten di bidang ekonomi, bisnis, dan ilmu normatif al-Qur'an, guna menjembatani keyakinan keagamaan dengan kenyataan empiris.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Muh Nashirudin, Diyaurrahman, dan Asiah Wati. "Etika Perniagaan di Dalam Al-Quran (Analisis Tafsir Ayat-Ayat Tijarah)." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (Desember 2022).
- Afrizal, Rahmat. *Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017.
- Ahmad Baidhowi. "Penafsiran Ayat-Ayat Wirausaha Dalam Kitab Tafsir Al-Munir Karya Wahbah Az-Zuhaili." Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2016.
- Al Kausari, M. Arif. "Etika Bisnis Islam (Telaah atas Ayat-Ayat tentang Memenuhi Takaran dalam Timbangan)." *el-Umdah* 4, no. 2 (Desember 2021).
- Al Kausari, M. Arif. "Etika Bisnis Islam (Telaah atas Ayat-Ayat tentang Memenuhi Takaran dalam Timbangan)." Naskah duplikat, tanpa informasi penerbitan.
- Al-Shafii, Mohammed Muneer'deen Olodo, dkk. "Al-Akhlaq (Ethics) Perceptions in Islam: A Textual Interpretation through Imam Muhammad Al-Ghazali."

- International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 8, no. 10 (31 Oktober 2018).
- Atikasari, Hartini, Btari Amira, dan Ridwan Arifin. "Law Enforcement in the Practice of Bribery in Business and Trade in Indonesia: Between Theory and Practice." *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum* 54, no. 2 (25 Agustus 2020).
- Baqi, Muhammad Fuad 'Abd Al. *Al Mu'jam Al Mufahras Li Alfazh Al Qur'an*. Kairo: Dar Al Kutub Al Mishriyyah, 1364.
- Böhm, Steffen, dkk. "Ethics at the Centre of Global and Local Challenges: Thoughts on the Future of Business Ethics." *Journal of Business Ethics* 180, no. 3 (5 Oktober 2022).
- Dacin, M. Tina, dkk. "Business Versus Ethics? Thoughts on the Future of Business Ethics." *Journal of Business Ethics* 180, no. 3 (4 Oktober 2022).
- Darmawan, Kasis. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Al-Qur'an (Studi Tafsir Tematik)." Institut PTIQ Jakarta, 2019.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Fadillah, Ivan Fahmi. "Analisis Konsep Taqwa dalam Al-Qur'an: Studi Terhadap Ayat-Ayat yang Menyebutkan Taqwa." *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis* 3, no. 3 (1 September 2023).
- Fauroni, Lukman R. *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2008.
- Faishal, Muhammad. "Eksplorasi Terbaru Etika Dalam Filsafat Indonesia: Bagaimana Perkembangannya?" *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora* 8, no. 2 (8 Mei 2024).
- Fiantika, Feny Rita, dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Disunting oleh Yuliatris Novita. 1 ed. PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Ghozali, Mohammad, dkk. "Halal Business Practice: An Islamic Business Ethics Perspective." *AL-IKTISAB: Journal of Islamic Economic Law* 8, no. 2 (16 November 2024).
- Herlia, Tati. "Model Sistem Peran Teknologi Dan Informasi Terhadap Pertahanan Bisnis Di Indonesia." *Majalah Ilmiah Bijak* 16, no. 1 (31 Maret 2019).
- Hosaini, Hosaini dan Saeful Kurniawan. "Manajemen Pesantren dalam Pembinaan Umat." *Edukais: Jurnal Pemikiran Keislaman* 3, no. 2 (9 Desember 2019).
- Khaerul Aqbar dan Azwar Iskandar. "Prinsip Tauhid dalam Implementasi Ekonomi Islam." *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam* 1, no. 1 (12 November 2021).
- Khuza', Rodliyah. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam." *MIMBAR* 11 (Maret 2005).

- Manalu, Mutiara, Nazwa Alpuja Elsa, dan Gymnasti Febriani. "Etika Bisnis Islam." *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 4, no. 1 (7 Januari 2025).
- Meinhold, Roman. "Ethics and Business." Dalam *Business Ethics and Sustainability*, 13–27. London: Routledge, 2021.
- Munawwir, Ahmad Warson. *Kamus Al-Munawwir*. Disunting oleh Ali Ma'shum dan Zainal Abidin Munawwir. Yogyakarta: Pustaka Progresif, 1997.
- Olodo, Mohammed Muneer'deen, dkk. Lihat entri: Al-Shafii.
- Raharjo, Dawam. "Etika Bisnis Menghadapi Globalisasi Dalam PJP II." *Majalah Prisma*, 2 Februari 1995.
- Rahman, Fazlur. *Metode dan Alternatif Neomodernisme Islam* Fazlur Rahman. Diterjemahkan oleh Taufik Adnan Amal. Bandung: Mizan, 1992.
- Ridho, Muhammad Mukharom. "Etika Profetik dalam Perspektif Al-Qur'an." *Al Karima: Jurnal Studi Ilmu Al Quran dan Tafsir* 6, no. 2 (1 Agustus 2022).
- Ridho, M. Mukharom, Akhmad Sulthoni, dan Akhmadiyah Saputra. "Relevansi Filsafat Etika Ibnu Taimiyah Dalam Pengembangan Hukum Modern." *Prosiding Seminar Internasional Peluang dan Tantangan Perguruan Tinggi di Era Industri 4.0 dan Society 5.0* 1, no. 1 (3 Februari 2024).
- Rika Sartika, Rohmah Alif, dan U Nurina Habibah. "Islamic Worldview dan Urgensinya." *Adabuna: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran* 1, no. 2 (17 Juni 2022).
- Saputra, Arief Dwi, dkk. "Online Business Practices: A Study of Islamic Business Ethics Perspective in Indonesia." *JURNAL PENELITIAN*, 25 Juli 2022.
- Saori, Sopyan. "Measuring of Islamic Business Ethics in Indonesia Islamic Bank." *Archives of Business Research* 7, no. 1 (31 Januari 2019).
- Sitoresmi, Ayu Rifka. "Relevan Adalah: Memahami Konsep Keterkaitan dalam Berbagai Konteks." *Liputan6*, 7 Februari 2025. <https://www.liputan6.com/feeds/read/5909482/relevan-adalah-memahami-konsep-keterkaitan-dalam-berbagai-konteks?page=2>.
- Solihin, Ihin, Aan Hasanah, dan Hisny Fajrussalam. "Core Ethical Values of Character Education Based on Islamic Values in Islamic Boarding Schools." *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion* 3, no. 2 (20 Juli 2020).
- Ulul Albab, Hasbi, Akhmad Sulthoni, dan Arif Firdausi Nur Romadlon. "Etika Keluarga dalam QS. At-Tahrim Perspektif Hasby Ash-Shiddieqy dalam Tafsir An-Nur." *El-Wasathy: Journal of Islamic Studies* 2, no. 1 (26 Mei 2024).
- Werhane, Patricia H., dan R. Edward Freeman. "Business Ethics: The State of the Art." *International Journal of Management Reviews* 1, no. 1 (21 Maret 1999).
- Zulfikar, Eko. "Harta Dalam Perspektif Al-Qur'an: Kajian Tafsir Ayat-ayat tentang Harta Batil." *Dialogia* 16, no. 1 (2019): 1–20.