



Anggota IKAPI
Nomor: 458/JTI/2025



BRANDED
TECH
PUBLISHER

ETIKA BISNIS ISLAM DI ERA DIGITAL

ANTARA KEUNTUNGAN DAN KEBERKAHAN



Fitria Ramadhani,
Dr. M. Syukri Ismail, M.A.,
Sopriyanto, S. Sy. , M. H.

FITRIA RAMADHANI
DR. M. SYUKRI ISMAIL, M.A.
SOPRIYANTO, S.SY., MH.

ETIKA BISNIS ISLAM DI ERA DIGITAL

ANTARA KEUNTUNGAN DAN KEBERKAHAN

Diterbitkan oleh:



BRANDED
TECH
PUBLISHER

Etika Bisnis Islam di Era Digital: Antara Keuntungan dan Keberkahan

Ditulis Oleh: **Fitria Ramadhani**
Dr. M. Syukri Ismail, M.A.
Sopriyanto, S.Sy., MH.

ISBN : Proses Pengajuan
Halaman : viii, 208, Uk: 15.5 x23 cm
Cetakan Pertama : Juni 2026

Editor : Moch Mahsun, Azy Athoillah Yazid
Layouter : Cindy Charisma Satriyo
Desain Cover : Abd Qohar

Diterbitkan Pertama Kali Oleh :
Branded Tech Publisher
(Grup Penerbitan CV Branded Tech Indonesia)

Alamat: Dusun Krajan RT 02 RW 01 Tempuran Bantaran
Probolinggo Jawa Timur 67261| Hp : 0811101665
Website: www.brandedtechpublisher.biz.id
E-mail: brandedtechIndonesia@gmail.com

Anggota IKAPI Nomor: 458/JTI/2025
Tanggal: 1 November 2025

Hak Cipta pada penulis, Isi diluar tanggung jawab percetakan
Copyright © 2026 by Branded Tech Publisher | All Right Reserved
Hak cipta dilindungi undang-undang, dilarang keras
menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan anugerah, petunjuk, dan kesempatan sehingga buku ini dapat dibuat dengan judul Etika Bisnis Islam di Era Digital: Antara Keuntungan dan Keberkahan. Kehadiran buku ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih nyata dalam menghadapi tantangan dan kesempatan yang muncul di tengah kemajuan teknologi informasi dan transformasi digital yang sangat pesat.

Era digital telah membawa perubahan besar dalam cara orang berinteraksi, bertransaksi, dan menjalankan bisnis. Namun, di balik kemudahan dan keuntungan yang ada, ada juga risiko etis yang perlu diperhatikan. Islam sebagai agama yang sempurna menyediakan pedoman jelas tentang prinsip kejujuran, keadilan, dan keberkahan dalam setiap kegiatan ekonomi. Oleh karena itu, buku ini berupaya menyajikan analisis menyeluruh mengenai bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam dapat diterapkan dengan relevan dalam konteks digital, sehingga keuntungan yang didapat tidak hanya materi, tetapi juga membawa berkah.

Buku ini ditulis dengan pendekatan ilmiah dan praktis, mengombinasikan teori etika bisnis Islam dengan contoh kasus dan strategi penerapan di era digital. Diharapkan, pembaca dari kalangan akademisi, pelaku bisnis, maupun masyarakat umum dapat memahami lebih dalam tentang pentingnya menjaga integritas, transparansi, dan tanggung jawab sosial dalam setiap aktivitas pemasaran dan transaksi digital.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada bapak Dr. M.Syukri Ismail, M.A dan bapak Sopriyanto, S.Sy M.H. (dosen pembimbing) yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang sangat berharga selama penulisan buku ini. Penghargaan yang mendalam juga ditujukan kepada orang tua tercinta atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti, serta kepada keluarga besar yang selalu memberikan motivasi. Semoga semua kebaikan yang telah diberikan menjadi amal jariyah di sisi Allah SWT.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk memperbaiki karya ini di masa yang akan datang. Penulis juga memohon maaf apabila terdapat kekeliruan dan kesalahan dalam penulisan maupun isi buku ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan keberkahan atas setiap usaha yang dilakukan untuk menegakkan nilai-nilai Islam dalam dunia bisnis yang modern.

Muara Bungo ,12 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VII
BAB I	1
ETIKA BISNIS ISLAM DI ERA DIGITAL: ANTARA	
KEUNTUNGAN DAN KEBERKAHAN	1
A. PENGERTIAN ETIKA BISNIS	1
B. ETIKA BISNIS ISLAM.....	2
1. <i>Sejarah etika bisnis islam</i>	<i>3</i>
2. <i>Etika bisnis dalam islam.....</i>	<i>7</i>
C. LANDASAN HUKUM ETIKA BISNIS ISLAM	8
1. <i>Landasan Al-Qur'an.....</i>	<i>9</i>
2. <i>Landasan Sunnah</i>	<i>10</i>
3. <i>Landasan Maqosid Syari'ah.....</i>	<i>15</i>
BAB II	19
KONSEP DASAR ETIKA BISNIS ISLAM	19
A. DEFINISI ETIKA BISNIS ISLAM.....	22
1. <i>Definisi Etika Bisnis</i>	<i>23</i>
2. <i>Definisi Etika Bisnis Islam</i>	<i>25</i>
3. <i>Definisi Etika Bisnis Islam Di Era Digital</i>	<i>26</i>
B. PERBEDAAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN ETIKA BISNIS	
KONVENSIONAL	28
1. <i>Sumber Etika</i>	<i>29</i>
2. <i>Tujuan Bisnis</i>	<i>30</i>
3. <i>Nilai Moral Etika Bisnis</i>	<i>30</i>
4. <i>Pengelolaan Risiko Dan Keuntungan.....</i>	<i>31</i>
5. <i>Larangan-Larangan</i>	<i>33</i>
6. <i>Motivasi</i>	<i>34</i>
C. PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM.....	34
1. <i>Kesatuan (tauhid)</i>	<i>38</i>
2. <i>Keseimbangan (keadilan)</i>	<i>38</i>
3. <i>Kebebasan Berkehendak.....</i>	<i>38</i>
4. <i>Kewajiban (tanggung jawab)</i>	<i>39</i>
5. <i>Kebenaran (ihsan)</i>	<i>39</i>
BAB III.....	41
ETIKA DALAM TRANSAKSI DIGITAL.....	41
A. DEFINISI TRANSAKSI DIGITAL.....	42

B. JENIS JENIS TRANSAKSI DIGITAL	46
C. PRINSIP PRINSIP TRANSAKSI DIGITAL DALAM ISLAM	52
BAB IV	63
ETIKA PEMASARAN DIGITAL DALAM ISLAM	63
A. ETIKA PEMASARAN DIGITAL	66
B. PRINSIP ETIKA PEMASARAN DIGITAL DALAM ISLAM	70
C. STRATEGI PEMASARAN DIGITAL SESUAI SYARI'AH	76
ETIKA DALAM PENGELOLAAN DATA DAN PRIVASI.....	85
A. DEFINISI DATA DAN PRIVASI	88
B. PERLINDUNGAN DATA PRIVASI DALAM ISLAM	94
C. TANTANGAN PERLINDUNGAN DATA DAN PRIVASI DI ERA DIGITAL	102
BAB VI.....	111
AREA BISNIS HALAL DAN HARAM	111
A. DEFINISI HALAL DAN HARAM DALAM BISNIS.....	114
B. JENIS JENIS BISNIS YANG HALAL DAN HARAM.....	117
C. KRITERIA PRODUK DAN JASA YANG HALAL.....	121
D. PENTINGNYA BISNIS HALAL BAGI UMAT ISLAM	125
BAB VII	131
DEFINISI KEUNTUNGAN DAN KEBERKAHAN DALAM BISNIS ISLAM	131
A. DEFINISI KEUNTUNGAN DALAM BISNIS	132
B. DEFINISI KEBERKAHAN DALAM BISNIS ISLAM.....	135
C. PERBEDAAN KEUNTUNGAN DAN KEBERKAHAN	138
D. CARA MENCAPAI KEBERKAHAN DALAM BISNIS ISLAM.....	142
BAB VIII.....	149
TANTANGAN DAN SOLUSI ETIKA BISNIS ISLAM	149
A. TANTANGAN ETIKA BISNIS ISLAM DI ERA DIGITAL	152
B. SOLUSI MENGATASI TANTANGAN ETIKA BISNIS ISLAM DI ERA DIGITAL.....	156
C. PENTINGNYA PEMAHAMAN ETIKA BISNIS ISLAM.....	160
PESAN BUKU	167
GLOSARIUM.....	169
DAFTAR PUSTAKA	177
BIOGRAFI PENULIS	195

BAB I

ETIKA BISNIS ISLAM DI ERA DIGITAL: ANTARA KEUNTUNGAN DAN KEBERKAHAN

A. Pengertian Etika Bisnis

Etika ini berasal dari kata dalam bahasa Yunani yaitu "Ethos," yang berarti kebiasaan. Oleh karena itu, etika yang dimaksud berhubungan dengan nilai-nilai dan ketentuan hidup yang baik, perilaku yang baik, serta semua hal yang berhubungan dengan kehidupan baik yang diturunkan dari generasi ke generasi oleh leluhur mereka.¹

Istilah "bisnis" dalam bahasa Indonesia berasal dari kata "business" dalam bahasa Inggris yang berarti aktivitas. Pengertian bisnis mencakup aktivitas yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan melalui pengelolaan barang atau layanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis sering kali diartikan sebagai suatu organisasi yang mengelola barang dan layanan yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan manusia. Secara umum, bisnis berarti sekelompok individu atau satu orang yang aktif melakukan kegiatan untuk mencari keuntungan bersama.²

¹ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis: Cara Cerdas Dalam Memahami Konsep Dan Faktor-Faktor Etika Bisnis Dengan Beberapa Contoh Praktis*, 4th ed. (Depok: RajaGrafindo Persada, 2017), 5–6, <https://karyailmiah1.mercubuana.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/buku-etika-bisnis-bagi-pelaku-bisnis.pdf>.

² Azizah Rahmawati and Shintya Terisna Sari, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Masyarakat Modern," *Manajemen Bisnis Syariah* 3 (2023): 7.

Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menawarkan barang dan layanan dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan. Mereka yang menghabiskan waktu dan menghadapi risiko dalam menjalankan bisnis biasanya disebut sebagai wirausahawan.

Etika berfungsi sebagai panduan bagi pelaku bisnis, terutama terkait dengan karakter, perilaku, dan tindakan mereka. Etika berfungsi sebagai pedoman dalam masyarakat untuk mengarahkan dan memperingatkan anggotanya tentang tindakan baik yang perlu diikuti dan dilaksanakan. Dalam dunia bisnis, etika telah disepakati oleh orang-orang dalam komunitas bisnis dan pihak-pihak terkait lainnya. Hal ini kemudian menjadi dasar untuk mencapai tujuan dalam bisnis, termasuk meningkatkan kesadaran bahwa ada aspek etis dalam melakukan bisnis.³

B. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam berfungsi sebagai panduan moral untuk menciptakan ekonomi yang adil dan sesuai hukum syariah. Dengan menerapkannya, para pelaku usaha dapat mencapai keberkahan, membantu kesejahteraan masyarakat, dan membangun sistem ekonomi yang seimbang. Contoh nyata dari penerapannya dapat dilihat pada bisnis syariah seperti bank yang bebas riba dan pedagang yang bersikap jujur serta adil. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam dapat diimplementasikan secara praktis, bukan hanya sekadar teori.⁴

³ H Fakhry Zamzam and Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA, 2020), 1, <https://repository.deepublish.com/media/publications/593520-etika-bisnis-islam-seni-berbisnis-keberk-d70704e6.pdf>.

⁴ Said Safri Ibrahim and Achmad Syamsul Huda, "Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an Dan Hadits: Relevansinya Terhadap UMKM Di Kota Bogor," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 6, no. 8 (2025): 2609–29, <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i8.8056>.

Islam mengutamakan nilai etika pada tingkatan tertinggi. Secara mendasar, ajaran Islam diturunkan sebagai panduan moral dan etika bagi kehidupan manusia, sebagaimana disebutkan dalam hadits: “Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”. Istilah yang paling sesuai dengan makna etika dalam Islam adalah akhlak. Di dalam Islam, etika (akhlak) menjadi pancaran dari keyakinan Islam (iman). Etika Islam memberikan sanksi internal yang tegas beserta otoritas penegak untuk menerapkan standar etika. Konsep etika Islam bersifat mutlak dan kekal, bukan utilitarian atau relatif.⁵

1. Sejarah etika bisnis islam

Apakah Anda tahu bahwa Nabi Muhammad SAW merupakan seorang wirausahawan yang sangat berhasil dan tulus? Cerita keberhasilan beliau menjadi motivasi bagi umat Islam untuk melakukan usaha yang berdasarkan pada prinsip etika yang tinggi.

Istilah etika dalam dunia bisnis pertama kali diketahui pada tahun 1970-an di Amerika, kemudian di Eropa pada tahun 1980-an, dan di Asia pada tahun 1990-an. Namun, penting untuk dicatat bahwa jauh sebelum itu, yakni pada abad ke-14, Nabi Muhammad SAW sudah memperkenalkan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis. Yang menarik, konsep etika ini telah diterapkan melalui kegiatan bisnis yang beliau lakukan.⁶

Sejarah etika bisnis Islam dimulai pada era Nabi Muhammad SAW, yang dikenal sebagai seorang pedagang sebelum diangkat menjadi nabi. Nabi Muhammad SAW sangat menekankan pentingnya aktivitas perdagangan dan

⁵ Desi Efilianti, “Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam : Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil,” *ESA Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2018): 171–203, file:///E:/BUKU/BAB II REFERENSI/ETIKA BISNIS DALAM PANDANGAN ISLAM.pdf.

⁶ Rozi, Zikri Rahmani, and Dini Oktariani, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Sunnah Nabi,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 96–104, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7322>.

usaha bagi umatnya dengan landasan etika yang mulia. Terdapat banyak tokoh Muslim yang telah menciptakan sejarah sebagai pengusaha sukses, seperti Abu Bakar As-Siddiq, Umar bin Khattab, dan Uthman bin Affan, yang semuanya menjabat sebagai khalifah setelah wafatnya Nabi.

Pada usia 12 tahun, Nabi Muhammad SAW mulai mengembangkan semangat bisnisnya saat melakukan perjalanan berdagang ke Syam (sekarang dikenal sebagai Syria) bersama pamannya, Abu Thalib. Setelah pengalaman tersebut, beliau semakin serius dalam bidang perdagangan dengan menjunjung tinggi prinsip-prinsip Islam. Di usia 17 tahun, beliau mendapatkan tanggung jawab untuk mengelola semua usaha pamannya, termasuk berdagang di berbagai tempat seperti Syam, Bahrain, Irak, Yaman, dan Yordania.

Puncak dari kesuksesannya dalam berdagang terjadi antara usia 20 hingga 25 tahun. Kesuksesan Nabi Muhammad SAW dalam perdagangan didukung oleh sifat-sifat luhur yang dimilikinya, seperti shidiq, tabligh, fatanah, dan amanah. Beliau juga dikenal memiliki karakter adil, sederhana, dermawan, giat, profesional, dan ramah saat berdagang. Prinsip-prinsip perdagangan yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW seharusnya dijadikan pedoman bagi setiap Muslim dalam menjalani etika bisnis Islam di mana pun dan bila pun kita berada.⁷

Karakter Nabi Muhammad SAW yang terbentuk melalui interaksinya dengan kondisi sosial pada masa Jahiliyyah memainkan peran penting dalam keberhasilan finansialnya. Ia menunjukkan bakat kewirausahaannya dengan keberanian dalam membawa barang-barang milik Khadijah dengan bantuan seorang asisten, yaitu Maisarah. Tanpa keterampilan dan kapabilitas dalam berdagang, hubungan persahabatannya

⁷ Hana Farhana et al., "Perkembangan Sejarah Kewirausahaan Dari Zaman Kuno Ke Era Digital," *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 3, no. 6 (2025): 76–84, <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.18093424> Perkembangan.

dengan Maisarah mungkin tidak akan terjalin. Ia adalah pemilik dari seluruh barang dagangan yang dimiliki Khadijah. Di samping itu, ia bertugas mengangkut barang dari satu pasar ke pasar lainnya maupun ke tempat pameran dagang.

Di antara pendekatan bisnis yang dia terapkan, Muhammad menegaskan beberapa prinsip etika bisnis:

1. Memperdaya atau menyesatkan pembeli terkait barang yang dijual adalah tindakan yang melanggar prinsip hukum.
2. Dalam kegiatan bisnis, penjual sebaiknya tidak menggunakan bahasa yang kasar atau berlebihan dalam promosi produk. Nabi Muhammad SAW mengingatkan untuk tidak membuat pernyataan yang berlebihan saat menjual, meskipun dapat meningkatkan penjualan, hal ini justru bisa mengurangi keberkahan yang ada.
3. Transaksi penjualan harus didasari oleh kesepakatan yang melibatkan tawaran dan penerimaan dari kedua belah pihak, penjual maupun pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa setiap transaksi harus berlangsung dengan saling pengertian dan tanpa paksaan atau penipuan.
4. Penjual harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan saat menimbang atau mengukur barang adalah akurat.

Nabi Muhammad SAW sangat menghargai hak dan posisi pembeli dalam setiap kegiatan perdagangan. Ia mendorong orang lain untuk menunjukkan perhatian yang sama dengan memberikan pelayanan yang tulus kepada pelanggan. Nabi pernah berpesan kepada Jabir, “Mereka yang memiliki rasa kasih akan diberkahi oleh Allah saat melakukan transaksi, menjual, dan membuat keputusan.” Salah satu kunci

keberhasilan adalah membangun hubungan yang kuat antara penjual dan pembeli.⁸

Keadaan masyarakat dan ekonomi setelah masa modernitas industri yang ditandai oleh keberagaman nilai, pembagian kekuasaan, pecahnya identitas, kecepatan perubahan teknologi, dan pasar yang semakin mudah beradaptasi serta terhubung secara global. Perubahan ini mengubah cara kita melihat etika bisnis dari sosok pengusaha tunggal yang heroik di era modern menjadi ekosistem yang dinamis, jaringan kolaboratif, dan praktik etika bisnis yang berbasis proyek, dorongan dari platform, serta seringkali berfokus pada pengetahuan. Hal ini menjadi penting untuk studi etika bisnis Islam karena prinsip etika, alat keuangan syariah, dan permintaan pasar halal harus beradaptasi dengan kondisi ekonomi yang sangat berbeda dari sebelumnya. Etika bisnis selalu mengalami perubahan seiring dengan berjalannya waktu.

Etika bisnis telah berubah dari kegiatan dagang sederhana di masa lalu menjadi industri dan produksi massal saat ini. Memasuki era post modern, dari akhir abad ke-20 hingga sekarang, etika bisnis mengalami perubahan yang sangat berarti terutama dalam aspek teknologi, sosial, dan budaya. Dipengaruhi oleh kemajuan dalam teknologi digital, globalisasi pasar, dan meningkatnya perhatian masyarakat terhadap isu sosial dan lingkungan, etika bisnis sekarang lebih menekankan inovasi, kreativitas, kemampuan beradaptasi, dan penciptaan nilai tambah.

Seorang pelaku bisnis di era post modern harus mampu dengan cepat mengidentifikasi peluang, beradaptasi terhadap perubahan, dan menciptakan produk serta layanan yang unik

⁸ Ahmad Wahyudi Zein et al., "Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam (Etika Bisnis Islam Pada Masa Rasulullah)," *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2025): 76–88, <https://doi.org/https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i1.1796>.

dengan memberikan pengalaman, identitas, dan makna kepada konsumen selain hanya sekedar keuntungan.⁹

2. Etika bisnis dalam islam

Etika berbisnis dalam Islam didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan umat (masalahah). Islam memandang perdagangan sebagai ibadah yang mulia jika dilakukan dengan niat ikhlas karena Allah SWT, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Jumu'ah ayat 10:

﴿فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝ ١٠﴾

Artinya: Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.¹⁰

Prinsip utama meliputi larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian berlebih), dan maisir (judi), serta kewajiban zakat dari keuntungan usaha. Bisnis harus menghindari penipuan, monopoli, dan eksploitasi, karena Nabi Muhammad SAW bersabda: "Penjual dan pembeli memiliki hak khiyar (pilihan untuk membatalkan transaksi) selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan (kekurangan barang), maka transaksi mereka diberkahi. Tetapi jika mereka berbohong dan menyembunyikan (kekurangan barang), maka dicabut berkah dari transaksi mereka

Salah satu pilar etika berbisnis Islam adalah transparansi dan amanah (kepercayaan). Pengusaha Muslim wajib menjaga integritas dalam setiap transaksi, termasuk memberikan informasi lengkap tentang barang dagangan agar pembeli tidak

⁹ Farhana et al., "Perkembangan Sejarah Kewirausahaan Dari Zaman Kuno Ke Era Digital."

¹⁰ republik indonesia kementerian Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya* (jakarta: Qur'an Kemenag, 2012), <https://lajnah.kemenag.go.id/>.

dirugikan. Islam mendorong kerjasama mudharabah (bagi hasil) atau musyarakah (kemitraan), di mana risiko dan keuntungan dibagi secara adil, bukan eksploitasi satu pihak. Selain itu, etika ini mencakup tanggung jawab sosial, seperti memprioritaskan kepentingan masyarakat, membayar upah pekerja tepat waktu, dan menghindari barang haram seperti alkohol atau daging babi. Rasulullah SAW mencontohkan hal ini dengan praktik dagangnya yang jujur di Mekah, yang membuatnya dijuluki Al-Amin (yang terpercaya), sehingga menjadi teladan bagi umatnya.

Dalam konteks modern, etika berbisnis Islam relevan untuk mengatasi isu seperti korupsi dan ketidakadilan ekonomi global. Prinsip ini selaras dengan tujuan syariah (maqasid syariah), yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Pengusaha harus memastikan bisnisnya berkontribusi pada falah (kesuksesan dunia-akhirat), bukan hanya profit semata. Contohnya, lembaga keuangan Islam seperti bank syariah menerapkan prinsip ini melalui produk bebas riba.¹¹

C. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam dapat dipahami sebagai praktik bisnis yang berpegang pada nilai-nilai Islami. Istilah Islami merujuk pada tuntunan yang diberikan oleh Allah melalui Al-Qur'an dan Al Hadits. Relevansi etika bisnis Islam semakin meningkat dalam era modern ini, terutama dengan kemajuan teknologi digital yang mengubah metode transaksi. Prinsip-prinsip seperti transparansi, tanggung jawab, dan keadilan bukan hanya menjadi panduan moral, tetapi juga merupakan solusi untuk menghadapi berbagai tantangan dalam dunia bisnis digital, seperti ketidakpastian dalam transaksi,

¹¹ Yaqeen Faez Khalil et al., "Between Flexibility and Firmness: Imam Al-Hishni's Fiqh Methodology in Responding to Contemporary Islamic Economic Dilemmas," *NALAR FIQH: Jurnal Hukum Islam* 17, no. 01 (2025): 1–23, <https://doi.org/https://doi.org/10.30631/nf.v1i19169>.

penyalahgunaan informasi, dan praktik perdagangan yang tidak adil.¹²

1. Landasan Al-Qur'an

Dalam Al-Qur'an, kegiatan bisnis digambarkan sebagai aktivitas yang mencakup aspek material maupun immaterial. Oleh karena itu, sebuah bisnis dianggap bernilai jika mampu mencapai keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan material dan spiritual. Melalui perspektif integrasi antara bisnis dan etika, prinsip-prinsip etika bisnis yang bernilai tercapai ketika kebutuhan material serta spiritual terpenuhi secara proporsional, tanpa unsur kebohongan, kerusakan, atau ketidakadilan, melainkan sarat dengan nilai kesatuan, keseimbangan, kebebasan kehendak, pertanggungjawaban, kebenaran, kebajikan, serta kejujuran.

Dengan begitu, etika bisnis ini bisa diterapkan oleh siapa saja. Selain itu, untuk mewujudkan etika bisnis guna membentuk tatanan bisnis Islami, perlu ada pendekatan baru dalam studi ilmu bisnis dan ekonomi, yang lebih menekankan paradigma normatif-etik sekaligus empirik-induktif. Pendekatan ini mengutamakan penggalan serta pengembangan nilai-nilai Al-Qur'an agar mampu menangkal perubahan dan pergeseran cepat di akhir zaman, atau dalam konteks pengembangan ilmu pengetahuan modern, harus dibangun melalui pola pikir abduktif pluralistik.¹³ Allah SWT berfirman (Qs. Al-mutaffifin:1-3):

¹² Arum Indiharwati, S St, and M Sei, *PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR DIGITAL*, ed. M.T Anisah Nurul Izzah, S.T., 1st ed. (Jawa Timur: Thalibul Ilmi Publishing & Education, 2025), 18, <https://thalibulilmi.com/>.

¹³ Hj. Darmawati, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur'an Dan Sunnah," *Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2017): 58–68, <https://media.neliti.com/media/publications/58054-ID-etika-bisnis-dalam-perspektif-islam-eksp.pdf>.

﴿وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝١ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝٢ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝٣﴾

1. Celakalah orang-orang yang *eurang* (dalam menakar dan menimbang)!
2. (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi.
3. (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.¹⁴

Surah Al-Mutaffifin ayat 1-3 memberikan fondasi etika dalam bisnis Islam yang kuat melalui peringatan yang tegas tentang "kecelakaan bagi mereka yang menipu dalam timbangan" (mutaffifiin), yang mengancam perilaku yang mengambil banyak saat menerima (yastawfûn) tetapi kurang saat memberikan (yukhsirûn). Ini menegaskan pentingnya prinsip keadilan ('adl), integritas (shiddiq), dan kepercayaan sebagai bentuk ibadah yang wajib; dari sudut pandang teologis, penipuan dianggap sebagai dosa besar yang bisa menghilangkan barakah baik di dunia maupun akhirat (ditunjang oleh hadis Nabi SAW mengenai berkah dari transaksi yang jujur), secara praktis mewajibkan transparansi dalam takaran, harga, dan kualitas baik di e-commerce maupun dalam keuangan syariah.

Selain itu, secara sosial, hal ini berkontribusi pada pembentukan masyarakat yang adil dan bebas dari eksploitasi sehingga bisnis yang dijalankan oleh Muslim harus menjadi contoh sifat Al-Amin seperti Rasulullah, meraih ridha Ilahi melalui keadilan yang mutlak demi pencapaian keberhasilan yang berkelanjutan.

2. Landasan Sunnah

Dasar sunnah dalam melakukan bisnis menekankan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

¹⁴ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

Nabi Muhammad SAW merupakan contoh terbaik dalam menjalankan praktik bisnis yang mengutamakan keridhaan Allah SWT, sehingga setiap kegiatan ekonomi harus terhindar dari riba, penipuan, dan ketidakadilan.

a. Perinsip kejujuran dalam bisnis

Islam menekankan bahwa kejujuran merupakan dasar utama dalam berbisnis. Nabi Muhammad SAW bersabda: “Para pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan bersama dengan para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada.”

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Artinya: “Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi).¹⁵ Dan Allah berfirman pada QS. Al-Baqarah: 42

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : ”Janganlah kamu campuradukkan kebenaran dengan kebatilan²¹ dan (jangan pula) kamu sembunyikan kebenaran, sedangkan kamu mengetahu(-nya).”¹⁶

Hadis dan ayat ini mengisyaratkan bahwa kejujuran lebih dari sekadar norma, melainkan juga dianggap sebagai ibadah dan berpengaruh pada status yang tinggi di kehidupan setelah mati.

b. Larangan Riba dan Penipuan

Dalam ajaran sunnah, Nabi Muhammad SAW melarang kegiatan riba, penipuan, dan semua jenis ketidakadilan dalam jual beli. Hadis yang diriwayatkan oleh Muslim menyatakan:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

¹⁵ HR. Tirmidzi, *Kitab Al-Buyu'*, Bab Tentang Kejujuran Pedagang (Bogor: QURAN TAZKIA, 2022), <https://quran.tazkia.ac.id/ayat-hadist-ekonomi/40>.

¹⁶ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

Artinya: “*Rasulullah SAW* melarang jual beli dengan cara tipuan (gharar)”.¹⁷ Dan Allah berfirman pada QS. Al-Baqarah: 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِيِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ
الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”¹⁸

Hal ini menekankan bahwa usaha perlu dijalankan dengan keterbukaan dan kejelasan perjanjian, agar tidak merugikan salah satu pihak.

c. Keadilan dan Tanggung Jawab Sosial

Bisnis dalam agama Islam bukan hanya tentang mencari uang, tetapi juga tentang memastikan kesejahteraan orang-orang di sekitar. Nabi Muhammad SAW mengingatkan kita

¹⁷ HR. Muslim, *Kitab Al-Buyu'*, Bab Larangan Gharar (Bogor: QURAN TAZKIA, 2022), <https://quran.tazkia.ac.id/ayat-hadist-ekonomi/40>.

¹⁸ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

akan pentingnya memberikan hak kepada pekerja sebelum mereka berhenti bekerja

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَقُهُ

Artinya: “Berikanlah upah pekerja sebelum keringatnya kering” (HR. Ibnu Majah).¹⁹ Prinsip ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu memikirkan keadilan dalam memberikan gaji dan tanggung jawab sosial kepada lingkungan di sekitarnya.

d. Fokus pada Keridhaan Allah

Pengelolaan bisnis Rasulullah SAW selalu berpedoman pada keridhaan Allah SWT. Beliau menegaskan bahwa tujuan utama dari bisnis tidak hanya sekadar keuntungan, tetapi juga keberkahan.²⁰ Allah berfirman pada S. Al-Qashas: 77

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”²¹

e. Distribusi Kekayaan yang Adil

¹⁹ HR. Ibnu Majah, *Kitab Ar-Ruhun, Bab Hak Pekerja*. (Bogor: QURAN TAZKIA, 2022), <https://quran.tazkia.ac.id/ayat-hadist-ekonomi/40>.

²⁰ Maulena Maulena, Teuku Zulkarnain, and Mariana Mariana, “Transformasi Bisnis Dengan Etika Bisnis Islam: Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah,” *Jurnal Sosial Humaniora Sigli (JSH)* 7, no. 2 (2024): 49–61, <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740>.

²¹ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

Ajaran Nabi juga menekankan betapa pentingnya membagi kekayaan dengan cara yang adil. Nabi Muhammad SAW menganjurkan zakat, infak, dan sedekah sebagai cara untuk mengurangi perbedaan sosial.²² Dan Allah berfirman pada surah At-Taubah: 103

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan³³²) dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”²³

Dengan demikian, usaha tidak seharusnya hanya fokus pada pengumpulan kekayaan, tetapi juga harus memberikan sumbangan untuk kesejahteraan masyarakat secara umum.

Dasar ajaran Nabi Muhammad SAW membangun sebuah pola bisnis yang tidak hanya fokus pada meraih laba, tetapi juga mengutamakan nilai-nilai mulia: kejujuran yang mengangkat martabat pedagang, pelarangan praktik riba dan penipuan yang memastikan transaksi yang bersih, keadilan untuk masyarakat yang mewajibkan pemenuhan hak-hak pekerja tanpa penundaan, orientasi kepada keridaan Allah yang menyeimbangkan kehidupan dunia dan akhirat, serta penyebaran harta melalui zakat dan sedekah yang memperkuat rasa solidaritas; dengan prinsip-prinsip ini, bisnis dalam Islam berfungsi sebagai sarana ibadah yang membawa berkah, menegakkan keadilan, dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

²² Abdullah Arif Mukhlas, “Manajemen Bisnis Rasulullah,” *Jurnal Al-Iqtishod* 8, no. 1 (2020), <https://doi.org/https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v8i1.87>.

²³ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

3. Landasan Maqosid Syari'ah

Landasan tujuan syariah dalam dunia usaha menekankan sasaran utama syariah yakni menjaga agama, jiwa, pikiran, keturunan, dan kekayaan. Prinsip ini menjadi dasar moral agar aktivitas bisnis tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga membangun keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan bagi masyarakat.

Maqasid syariah, dalam istilah, merujuk pada tujuan yang ditentukan oleh Allah SWT melalui syariat untuk kebaikan umat manusia. Dalam dunia usaha, maqasid syariah mendorong agar aktivitas ekonomi tidak merugikan orang lain, menghindari praktik riba, ketidakjelasan, dan spekulasi. Prinsip ini memastikan bahwa bisnis dilakukan sesuai dengan nilai-nilai moral dan keadilan sosial.

Di dalam maqasid syariah terdapat tujuan Utama dalam Bisnis di antaranya yaitu:

- a. Hifz al-Din (Menjaga agama): Usaha perlu berpatokan pada aturan syariah, serta tidak boleh melanggar prinsip halal dan haram.
- b. Hifz al-Nafs (Menjaga jiwa): Barang dan layanan yang disediakan tidak diperkenankan membahayakan kesehatan atau keselamatan individu.
- c. Hifz al-'Aql (Menjaga akal): Menghindari barang yang merusak pikiran, seperti alkohol atau obat-obatan terlarang.
- d. Hifz al-Nasl (Menjaga keturunan): Usaha harus berkontribusi pada keberlangsungan generasi, contohnya melalui praktik yang ramah lingkungan.
- e. Hifz al-Mal (Menjaga harta): Memastikan keadilan dalam setiap transaksi, melindungi hak kepemilikan, dan menghindari tindakan penipuan.²⁴

²⁴ Muhammad Alvin Algifari and Rozi Andriani, "Maqasid Syariah Dalam Pengembangan Ekonomi Islam (Analisis Komprehensif Dan Implementasi),"

Pelaksanaan maqasid syariah dalam dunia usaha berarti cara prinsip-prinsip maqasid (tujuan syariah) diterapkan secara nyata dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, bukan sekadar sebagai teori. Beberapa contoh pelaksanaan yang nyata meliputi:

a. Etika Bisnis Islam

Perusahaan menjalankan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan kesetaraan dalam perjanjian serta interaksi dengan karyawan. Contohnya, tidak menipu pelanggan dengan data yang tidak benar atau memaksa karyawan dengan gaji yang tidak wajar. Hal ini sesuai dengan hifz al-mal (melindungi harta) dan hifz al-nafs (melindungi jiwa).

b. Produk Keuangan Syariah

Bank syariah memanfaatkan perjanjian seperti murabahah (transaksi jual beli dengan keuntungan yang jelas), mudharabah (pembagian hasil), dan musyarakah (kerjasama modal) untuk menghindari bunga. Ini bertujuan untuk menegakkan keadilan dalam transaksi dan melindungi hak milik sesuai dengan tujuan syariah.

c. Bisnis Halal

Industri makanan, kecantikan, dan obat-obatan memastikan bahwa produk yang mereka jual halal dan baik. Ini merupakan penerapan dari hifz al-din (menjaga agama) dan hifz al-nafs (menjaga jiwa) karena produk halal mendukung kesehatan dan juga menjalankan aturan agama.

d. Keberlanjutan dan Lingkungan

Perusahaan menerapkan cara-cara yang baik untuk lingkungan, seperti mengurangi sampah dan menggunakan energi yang bisa diperbaharui. Ini berkaitan dengan hifz al-nasl (menjaga keturunan) agar generasi yang akan datang tetap bisa hidup di lingkungan yang bersih dan sehat.

e. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar 2, no. 3 (2024): 95–100,
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.14522804>.

Bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berkontribusi kepada masyarakat, misalnya melalui program pemberdayaan masyarakat atau zakat dari perusahaan. Ini merefleksikan maqasid syariah yang menekankan pentingnya kesejahteraan bersama.²⁵

Secara singkat, penerapan dalam praktik bisnis adalah manifestasi nyata dari maqasid syariah dalam kegiatan ekonomi agar bisnis tidak hanya berfokus pada laba, tetapi juga memperhatikan agama, jiwa, akal, keturunan, dan kekayaan.

Relevansi dengan Dunia Modern di zaman globalisasi, dunia usaha sering kali dipenuhi oleh masalah moral, pemanfaatan sumber daya secara berlebihan, dan ketidaksetaraan ekonomi. Maqasid syariah muncul sebagai jawaban dengan menekankan keadilan dalam distribusi, keberlanjutan, serta tanggung jawab sosial yang dimiliki oleh perusahaan. Prinsip-prinsip ini membuat usaha menjadi lebih beradab dan fokus pada kesejahteraan yang berlangsung lama.²⁶

Sebagai kesimpulan, Maqasid syariah adalah dasar penting dalam sistem hukum Islam yang bertujuan untuk melindungi manfaat manusia melalui lima aspek utama: agama, jiwa, pikiran, keturunan, dan kekayaan. Dalam dunia bisnis, maqasid syariah berperan sebagai pedoman moral agar kegiatan ekonomi tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga memastikan keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan sosial. Prinsip ini mengajak para pelaku usaha untuk menjauhi praktik merugikan, seperti riba, penipuan, dan eksploitasi,

²⁵ Dedi Sugari and Hilalludin Hilalludin, "Peran Maqashid Syariah Dalam Pengembangan Produk Perbankan Islam Yang Berkelanjutan," *AL-HILALI Perbankan Dan Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2025): 1–15.

²⁶ Jamaludin Acmad Kholik and Imron Muzakki, "Implementasi Maqashid Syari'ah Dalam Ekonomi Islam Dan Psikologi Islam Jamaludin Acmad Kholik, Imron Muzakki," *Jurnal Of Psychology and Islamic Science* 5, no. 2 (2022): 1–27, <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/happiness.v5i2.381>.

serta mendorong terciptanya transaksi yang adil dan transparan.

Penerapan maqasid syariah dalam bisnis saat ini sangat relevan sebagai solusi untuk berbagai masalah moral dan ketidakadilan ekonomi. Dengan menjadikan maqasid syariah sebagai dasar, bisnis dapat berubah menjadi alat ibadah dan juga sarana pembangunan sosial. Ini menegaskan bahwa keberhasilan bisnis dalam pandangan Islam tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dari sumbangannya terhadap kesejahteraan masyarakat, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan generasi yang akan datang.

BAB II

KONSEP DASAR ETIKA BISNIS ISLAM

Etika bisnis Islam adalah fondasi utama dalam semua aktivitas ekonomi umat. Dalam pandangan Islam, bisnis bukan hanya cara untuk mendapatkan keuntungan finansial, tetapi juga merupakan ibadah yang harus dilakukan sesuai dengan aturan syariah. Oleh karena itu, prinsip dasar etika bisnis Islam berasal dari nilai-nilai yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah, yang menekankan pentingnya tauhid, keadilan, kejujuran, dan amanah. Prinsip-prinsip tersebut berfungsi sebagai pedoman agar setiap transaksi terhindar dari praktik yang merugikan, seperti riba, gharar, dan maysir, sekaligus mengarahkan ekonomi untuk kebaikan bersama.

Jadi, etika bisnis Islam tidak hanya membentuk perilaku individu saat bertransaksi, tetapi juga menciptakan sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan membawa keberkahan.

Etika bisnis dalam Islam adalah dasar yang sangat penting untuk menjalankan usaha dengan baik, bertanggung jawab, dan bermanfaat bagi semua orang. Di Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, etika bisnis Islam memberikan nilai-nilai yang didasarkan pada ajaran agama, yang kemudian disesuaikan dengan perubahan di zaman digital. Allah SWT berfirman (Q.S Al-baqarah:188)

﴿وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْأَثَمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ۝ ١٨٨﴾

Artinya: “Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan)

harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”²⁷

Dalam Q.S Al-Baqarah:188 menjelaskan larangan tegas untuk mengambil harta orang lain dengan cara yang tidak benar, termasuk melalui penipuan, suap, atau pengaturan hukum demi keuntungan pribadi. Ayat ini menjadi dasar penting dalam membangun prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam, karena menekankan pentingnya menjaga keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab dalam setiap transaksi. Dalam dunia usaha, pesan dari ayat tersebut mengingatkan bahwa tindakan yang merugikan orang lain atau mengabaikan hak-hak masyarakat bertentangan dengan nilai-nilai syariah.

Oleh karena itu, Al-Baqarah:188 tidak hanya melarang praktik yang merusak integritas ekonomi, tetapi juga mengarahkan pelaku usaha untuk menjadikan aktivitas ekonomi sebagai bentuk ibadah yang bertujuan untuk kebaikan dan kesejahteraan bersama.

Islam memberikan pedoman, seperti norma moral atau cara kerja, untuk mendukung keberhasilan bisnis di dunia dan di akhirat. Lima pilar ekonomi Islam yang dikenal sebagai etika bisnis Islam meliputi tauhid (keseatuan), keseimbangan atau keadilan, kehendak bebas, akuntabilitas atau tanggung jawab, dan kebenaran. Semua pilar ini harus diterapkan dalam menjalankan praktek syariah. Oleh karena itu, sangat krusial bagi para pengusaha untuk memahami prinsip-prinsip etika bisnis Islam agar dapat menerapkannya dan mengembangkan usaha mereka.²⁸

Seorang pebisnis yang beragama Islam adalah orang yang dapat diandalkan, sehingga ia menjaga kepercayaan yang

²⁷ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

²⁸ Putri Sri Lestari and Dedah Jubaedah, “PRINSIP-PRINSIP UMUM ETIKA BISNIS ISLAM,” *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam* 8, no. 2 (2023): 220–32, <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4514>.

diberikan kepadanya. Dalam menjalankan bisnis, pengusaha Muslim perlu memperhatikan tiga hal berikut ini:

1. Tidak melakukan diskriminasi terhadap karyawan, penjual, pembeli, atau rekan kerja berdasarkan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama.
2. Hanya takut dan mencintai Allah.
3. Tidak menyimpan harta dengan serakah, karena sebenarnya kekayaan adalah amanah dari Allah.

Dalam al-Qur'an, ada penjelasan bahwa penggunaan harta harus dilakukan untuk kebaikan atau jalan Allah dan tidak untuk hal-hal yang merugikan diri sendiri. Penting untuk selalu menggunakan ukuran dan timbangan yang tepat. Selain itu, disebutkan bahwa orang yang dihargai di hadapan Allah adalah mereka yang mengeluarkan harta dengan wajar, tidak berlebihan, dan tidak pelit, tidak melakukan kesyirikan, tidak membunuh orang yang dilarang, tidak berzina, tidak memberikan kesaksian yang tidak benar, serta tidak acuh terhadap ayat-ayat Allah. Agar ekonomi seimbang, syarat-syarat berikut harus terpenuhi:

1. Produksi, konsumsi, dan distribusi harus berhenti pada titik tertentu demi mencegah penumpukan kekuasaan ekonomi dan bisnis di tangan segelintir orang.
2. Kebahagiaan setiap individu harus memiliki nilai yang sama menurut pandangan sosial, karena manusia adalah makhluk yang harus memenuhi keseimbangan nilai sosial dan individu dalam masyarakat.
3. Tidak mengakui hak milik yang berlebihan dan pasar bebas yang tidak teratur.

Kita harus memahami bahwa inti dari konsep etika bisnis Islam adalah melaksanakan kegiatan usaha yang didasari oleh nilai-nilai moral dan spiritual dalam Islam, yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadist. Tujuannya bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan uang, tetapi juga untuk mewujudkan keadilan, kejujuran, dan amanah, serta memberikan manfaat

bagi semua orang. Hal ini dilakukan agar kita dapat menghindari praktik riba, gharar, dan masyir, sehingga bisnis yang kita jalankan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, serta mendapatkan berkah dari Allah SWT.

A. Definisi Etika Bisnis Islam

Dalam studi ekonomi dan bisnis, istilah etika sangat penting sebagai pedoman moral untuk mengatur perilaku para pelaku usaha. Namun, dari sudut pandang Islam, etika dalam bisnis tidak hanya dianggap sebagai norma sosial atau aturan profesional, tetapi juga menjadi bagian dari ajaran syariah yang mengintegrasikan aspek duniawi dan akhirat. Etika bisnis dalam Islam bisa diartikan sebagai kumpulan nilai dan prinsip yang berasal dari Al-Qur'an, hadis, dan ijtihad para ulama, yang mengarahkan kegiatan bisnis agar berlangsung dengan adil, jujur, bertanggung jawab, dan penuh berkah.

Oleh karena itu, memahami apa itu etika bisnis dalam Islam merupakan langkah awal untuk melihat bisnis bukan hanya sebagai cara untuk meraih keuntungan, tetapi juga sebagai bentuk ibadah dan tanggung jawab sosial.

Bisnis Islam adalah jenis usaha yang beretika, mengutamakan kebersamaan, dan menghargai hak semua pihak. etika dalam bisnis Islam mencakup nilai-nilai etika yang berasal dari ajaran Islam, yang dijelaskan melalui pandangan Al-Qur'an dan hadist. Hal ini berdasarkan enam prinsip utama yaitu kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan. Di sisi lain, etika bisnis dalam Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits harus menjadi pedoman bagi setiap orang dalam menjalankan kegiatan bisnis.

Dengan kata lain, meskipun etika bisnis yang berakar dari kitab suci dan ajaran Rasulullah SAW, seperti halnya etika bisnis modern, tidak bisa dipandang secara terpisah, tetapi harus dipahami dalam konteks yang menyeluruh. Ini berarti

etika bisnis Islam harus ditempatkan sebagai area studi yang dapat menciptakan disiplin ilmu baru dan sekaligus sebagai panduan bagi praktisi bisnis dalam aktivitas sehari-hari mereka.²⁹

1. Definisi Etika Bisnis

Definisi Etika Bisnis adalah penelitian dan penerapan norma-norma serta nilai-nilai yang berkaitan dengan tindakan dan pengambilan keputusan dalam lingkungan bisnis. Etika bisnis mencakup evaluasi mengenai apa yang dianggap baik atau buruk dalam kegiatan bisnis, serta cara perusahaan dan individu yang terlibat dalam aktivitas bisnis mengikuti nilai-nilai moral, keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Dengan kata lain, etika bisnis membahas bagaimana perusahaan dapat beroperasi dengan kejujuran, keterbukaan, dan perhatian terhadap dampak sosialnya, tidak hanya fokus pada keuntungan finansial semata.³⁰

Etika dalam dunia bisnis berperan penting dalam membentuk nilai, norma, dan perilaku baik karyawan maupun pimpinan, guna menciptakan hubungan yang adil serta saling mendukung dengan para pelanggan, mitra kerja, pemegang saham, dan masyarakat. Dalam ranah bisnis, etika menjadi aspek krusial dalam perjalanan sebuah organisasi. Setiap tindakan, keputusan, dan perilaku para pemangku kepentingan akan diukur dengan menggunakan standar etika yang ada. Etika bisnis dapat dianggap sebagai evaluasi terhadap moralitas tindakan-tindakan yang terjadi di lingkungan bisnis.³¹

²⁹ Mulia Ardi, "Diskursus Etika Bisnis Islam Dalam Dinamika Bisnis Kontemporer," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2015), <https://doi.org/10.21274/an.2015.1.2.47-68>.

³⁰ CRMP. Tyagita Dianingtyas Sudibyo, M.M. et al., *Etika Bisnis*, ed. Arip Febrianto, 1st ed. (yogyakarta: UPY Press Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, 2023), 1, upypress.upy.ac.id.

³¹ Surajiyo and Harry Dhika, "Teori-Teori Etika Dan Peranan Prinsip Etika Bisnis Dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis," *Jurnal Manajemen* 11, no. 1 (2024): 78, <https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v11i1>.

Dalam kompetisi antar perusahaan, adalah krusial untuk memastikan keberlangsungan usaha dengan mematuhi beragam aturan dan norma yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, sangat penting untuk meningkatkan kesadaran mengenai moralitas dan etika sesuai dengan kaidah-kaidah yang ada. Terdapat keterkaitan yang sangat kuat antara etika bisnis dan persaingan usaha, terutama dari perspektif hukum serta etika bisnis itu sendiri, yang memberikan panduan dan gambaran mengenai persaingan yang sehat di dunia usaha.

Ketidakberdayaan hukum dan etika dalam konteks persaingan dapat mengarah pada praktik persaingan yang tidak sehat. Dengan adanya peraturan dan sanksi yang berlaku sesuai dengan kaidah hukum dan etika, diharapkan pelanggaran etika dapat dihindari.

Etika bisnis sangat penting dalam membangun perusahaan yang kuat, kompetitif, serta mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi, dengan meletakkan dasar yang solid untuk mencapai tujuan tersebut. Secara etimologis, istilah etika berasal dari bahasa Yunani “ethos”, yang diasosiasikan dengan moral atau moralitas. Dalam konteks ini, moral atau moralitas berfungsi untuk memberikan penilaian baik dan buruk, serta benar dan salah terkait tindakan yang telah dilakukan atau akan dilakukan.

Etika dapat dipahami sebagai prinsip yang menentukan apa yang benar atau salah, di mana individu berfungsi sebagai agen moral yang mempunyai kebebasan dalam membuat keputusan dan mengarahkan aktivitas mereka. Di sisi lain, etika bisnis berhubungan dengan prinsip-prinsip moral serta nilai-nilai yang berlaku dalam ranah bisnis, yang berpengaruh pada proses pengambilan keputusan dalam praktik bisnis. Etika bisnis juga melibatkan penilaian terhadap perilaku yang dianggap selaras atau tidak selaras dengan standar etis yang berlaku. Adalah penting bagi perusahaan untuk beroperasi

dengan mengikuti etika bisnis agar kelangsungan perusahaan itu dapat terjamin.³²

Etika bisnis bisa diterapkan di setiap bidang bisnis. Menjaga kepercayaan dalam kolaborasi sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan, baik yang berskala kecil maupun besar. Meskipun tidak memberikan hasil yang cepat, hal ini merupakan investasi jangka panjang bagi semua pihak dalam dunia usaha.³³

2. Definisi Etika Bisnis Islam

Islam menempatkan etika di puncak nilai-nilai. Pada intinya, Islam hadir sebagai pedoman moral dan etika untuk kehidupan manusia, sebagaimana terdapat dalam hadis yang menyatakan: “Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia.” Istilah yang paling sejalan dengan pemahaman etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam konteks Islam, etika (akhlak) menjadi cerminan dari keimanan. Etika Islam menghadirkan sanksi internal yang kuat serta memberikan otoritas dalam penerapan standar etika. Konsep etika yang terdapat dalam Islam bersifat mutlak dan abadi, bukan utilitarian atau relatif.³⁴

Etika bisnis Islam sangat penting dan memberikan perilaku usaha kemampuan kode etik seperti berikut:

a. Penyusunan kode etik Islam

Kode etik ini berfungsi untuk mengatur, merancang, dan mengajarkan cara berbisnis sesuai dengan prinsip agama.

³² Jupensius Rudi and Imam Mukhlis, “Implementasi Etika Bisnis Dalam Perusahaan Di Indonesia Pada Era Modern : Literatur Review,” *Business and Investment Review* 1, no. 6 (2023): 97–102, <https://lgdpublishing.org/index.php/birev>.

³³ Nayli Amirah Firdaus, Ilham Takbir Al Azhiim, and Veda Ardellia, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perusahaan : Studi Literatur,” *Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer* 3, no. 2 (2023): 132–42, <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.495>.

³⁴ Efilianti, “ETIKA BISNIS DALAM PANDANGAN ISLAM : KONSEP DAN IMPLEMENTASI PADA PELAKU USAHA KECIL,” 1.

Kode ini berisi aturan yang bertujuan melindungi pengusaha dari risiko.

b. Landasan hukum

Kode ini berperan sebagai landasan hukum sehingga kewajiban pengusaha bisa dipastikan, terutama kewajiban terhadap diri mereka sendiri, antara satu perusahaan dengan lainnya, dan yang terpenting adalah kewajiban kepada Allah SWT.

c. Penyelesaian konflik

Kode etik ini dianggap sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan masalah tanpa harus mengandalkan pengadilan.

d. Peningkatan hubungan persaudaraan

Kode etik ini dapat membantu mengatasi berbagai masalah yang muncul antara bisnis dan komunitas di mana mereka berada. Hal ini dapat menciptakan persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama di antara semua pihak.

Secara keseluruhan, etika bisnis Islam meliputi aspek moral serta memberikan dampak besar dalam bidang hukum, penyelesaian sengketa, dan solidaritas komunitas. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ini, para pelaku bisnis dapat menciptakan lingkungan usaha yang adil, beretika, serta berkontribusi pada pembangunan masyarakat yang lebih baik.³⁵

3. Definisi Etika Bisnis Islam Di Era Digital

Etika bisnis dalam konteks Islam semakin dianggap penting di era modern, terutama karena kemajuan teknologi digital yang mempengaruhi cara orang bertransaksi. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi tidak hanya berfungsi sebagai nilai-nilai moral, tetapi juga sebagai solusi untuk berbagai masalah dalam bisnis digital,

³⁵ Lestari and Jubaedah, "PRINSIP-PRINSIP UMUM ETIKA BISNIS ISLAM," 223.

seperti ketidakpastian dalam transaksi, penyalahgunaan data, dan praktik perdagangan yang tidak adil.

Menerapkan nilai-nilai Islam, seperti kontrak yang sah, amanah, dan kejujuran, menjadi sangat penting untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta membangun ekosistem bisnis yang lebih berkelanjutan. Dalam bisnis digital, kita mulai melihat lebih banyak penerapan etika bisnis Islam melalui berbagai platform yang berdedikasi pada prinsip-prinsip syariah.

Contoh nyatanya adalah sebuah platform investasi syariah yang menghubungkan para investor dengan proyek-proyek yang memenuhi syarat halal. Dengan sistem semacam ini, para pengguna bisa berinvestasi tanpa merasa khawatir terlibat dalam transaksi yang mengandung unsur riba atau gharar.³⁶

Kasus yang berkaitan dengan etika bisnis Islam dalam sektor digital melibatkan berbagai elemen seperti kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam setiap transaksi. Salah satu contoh yang menggambarkan hal ini adalah situasi e-commerce yang melibatkan penjualan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau spesifikasi yang telah diberikan kepada pembeli. E-commerce, atau perdagangan melalui internet, adalah proses membeli dan menjual produk atau layanan secara online. Ini mencakup berbagai jenis transaksi bisnis, termasuk penjualan barang fisik, produk digital, layanan berlangganan, dan transaksi keuangan melalui internet.

E-commerce memberikan kesempatan bagi konsumen untuk berbelanja dari lokasi mana saja dan di waktu kapan

³⁶ Indiharwati, St, and Sei, *PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR DIGITAL*, 25.

saja, menawarkan kemudahan dan fleksibilitas yang jauh lebih besar dibandingkan dengan metode tradisional.³⁷

Dari penjelasan yang ada, terlihat bahwa etika bisnis dalam Islam mencakup lebih banyak aspek daripada hanya sekadar kaidah profesional, karena hal ini menekankan penggabungan antara nilai spiritual dan kegiatan ekonomi, Menjadikan dunia usaha sebagai sarana untuk mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan, adil, dan mendapatkan ridha Allah SWT. Oleh karena itu, pemahaman yang benar mengenai etika bisnis dalam Islam akan membantu para pelaku usaha untuk melaksanakan aktivitas ekonomi dengan fokus pada keuntungan yang halal dan berkah. Sehingga bisnis akan memberikan manfaat tidak hanya bagi perorangan, tetapi juga untuk masyarakat dan umat secara keseluruhan.

B. Perbedaan Etika Bisnis Islam Dan Etika Bisnis Konvensional

Dalam dunia usaha saat ini, etika menjadi dasar yang sangat penting untuk menentukan tujuan dan kualitas suatu bisnis. Namun, ada perbedaan dasar antara etika bisnis menurut Islam dan etika bisnis konvensional. Etika bisnis Islam didasarkan pada nilai-nilai syariah yang menekankan pada kejujuran, keadilan, amanah, serta fokus pada berkah dan kebaikan bagi umat. Sementara itu, etika bisnis konvensional lebih mengandalkan norma-norma sosial, hukum yang berlaku, dan keuntungan saja. Perbedaan ini sangat penting untuk dianalisis sehingga para pelaku usaha dapat memahami bahwa bisnis bukan hanya kegiatan ekonomi, tetapi juga merupakan bentuk ibadah dan tanggung jawab moral.

Ekonomi Islam memberikan prioritas pada keadilan dalam distribusi, menciptakan keseimbangan, dan menjaga transparansi dalam setiap transaksi, berbeda dengan sistem

³⁷ Hanief Monady et al., *Etika Bisnis Syariah Dalam Era Digital* (Palangka raya: Yayasan Zawiyah Miftahus Shudu, 2024), 27, <https://digilib.uin-palangkaraya.ac.id/5544/>.

kapitalis yang lebih fokus pada keuntungan pribadi. Di sisi lain, ekonomi Islam juga menjauh dari pendekatan sosialis yang lebih menekankan pada kepemilikan bersama tanpa memperhatikan kebebasan individu dalam menjalankan bisnis.³⁸

Untuk lebih memahami perbedaan etika bisnis islam dan konvensional berikut akan di jabarkan point-poin penting yang menjadi komponen utamanya:

1. Sumber Etika

Dari sumber etika dalam bisnis islam, Etika Islam menyoroti betapa pentingnya nilai-nilai moral yang berasal dari petunjuk Al-Quran dan Sunnah. Ini menunjukkan bahwa etika Islam bersifat menyeluruh, meliputi seluruh bidang kehidupan manusia, mulai dari hubungan pribadi hingga kewajiban sosial. Tujuan utama etika Islam adalah untuk mendekatkan diri kepada Allah dan meraih kebahagiaan yang abadi di akhirat nanti.³⁹

Sementara itu, etika bisnis konvensional menggunakan metode biasa untuk berinteraksi dengan konsumen, melakukan penjualan, dan strategi pemasaran, termasuk transaksi langsung di toko antara penjual dan pembeli. Dalam dunia bisnis konvensional, perilaku individu dianggap logis jika hanya dipicu oleh kepentingan pribadi, yang menjadi tujuan utama setiap usaha. Dalam praktik bisnis yang biasa, perilaku yang dianggap logis diartikan sebagai usaha untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Ekonomi konvensional cenderung mengabaikan aspek moral dan etika saat membuat

³⁸ Nawaf Yusuf and Irdan Nurdiansyah, "Integrasi Etika Bisnis Islam Dalam Ekonomi Global: Tantangan Dan Strategi Implementasi," *Jurnal Agama Dan Sosial Humaniora* 1, no. 2 (2025): 1–7, <https://doi.org/3063-5349>.

³⁹ Monady et al., *Etika Bisnis Syariah Dalam Era Digital*, 7.

keputusan belanja, serta hanya memfokuskan waktu pada realitas saat ini tanpa memikirkan kehidupan setelah mati.⁴⁰

2. Tujuan Bisnis

Bisnis dalam pandangan Islam tidak hanya mengejar keuntungan material, tetapi juga bertujuan mendapatkan berkah dan keuntungan di akhirat. Secara umum, bisnis dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu: bisnis kecil, bisnis besar, dan bisnis yang berkontribusi pada ekonomi suatu negara. Dalam praktiknya, bisnis yang sesuai syariah mengajarkan bahwa tujuan utama dalam menjalankan usaha bukan hanya untuk mendapatkan laba maksimal, tetapi juga harus dilakukan secara seimbang tanpa merugikan orang lain.

Oleh karena itu, etika dalam bisnis syariah sangat penting sebagai pedoman agar para pengusaha tetap berada dalam jalur yang adil dan tidak terjebak dalam keserakahan.⁴¹ Pada dasarnya, tujuan dari kegiatan bisnis konvensional adalah untuk menciptakan manfaat bagi pelanggan, dan seharusnya tidak ada perbedaan antara pandangan etika pribadi dan perilaku seseorang saat menjalankan usaha di bidang keuangan. Namun, dalam kenyataannya, seringkali tujuan utama para pelaku usaha hanya untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya, sehingga mereka sering melakukan pelanggaran norma etika.⁴²

3. Nilai Moral Etika Bisnis

Pandangan Islam memberikan perspektif yang khas dan dapat memberikan dasar moral serta etis yang kuat bagi aktivitas bisnis saat ini. Dalam hal ini, etika bisnis Islam

⁴⁰ Nurul Pratiwi et al., “Kajian Komparatif Syariah Enterprise Tehory Dengan Paradigma Bisnis Konvensional,” *EL-Iqtishady: JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH* 6, no. 1 (2024): 26–37.

⁴¹ Indiharwati, St, and Sei, *PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR DIGITAL*, 15.

⁴² Afrida Putritama, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah,” *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 7, no. 1 (2018): 4–5, <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19356>.

memiliki perbedaan yang jelas dibandingkan dengan etika yang bersifat konvensional. Etika bisnis Islam tidak hanya menekankan pada peningkatan laba, tetapi juga menyoroti pencapaian falah atau kesejahteraan yang menyeluruh, mencakup aspek fisik dan spiritual.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dapat membawa efek positif terhadap kinerja sebuah perusahaan dan keberlanjutan dalam jangka panjang. Namun, ada berbagai hambatan yang dihadapi dalam menerapkan etika bisnis Islam dalam dunia modern, terutama ketika berhadapan dengan praktik global yang terkadang bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Perbedaan etika bisnis Islam dengan etika konvensional sangat mencolok. Berdasarkan konsep moral pada nilai yang diciptakan manusia, sistem konvensional mengacu pada satu set norma moral tertentu. Sistem ini mengajukan ide untuk memisahkan etika dari agama. Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah pandangan mereka mengenai penerapan etika bisnis yang menekankan tiga dimensi penting, yaitu keadilan (al' adl), kejujuran (Sidq), dan kepercayaan (amanah).⁴³

4. Pengelolaan Risiko Dan Keuntungan

Menurut perspektif bisnis Islam, pengelolaan risiko dan keuntungan harus mengikuti prinsip keadilan dan tidak boleh merugikan salah satu pihak. Ada beberapa poin penting dalam manajemen risiko dan keuntungan sesuai dengan etika bisnis Islam, seperti larangan terhadap riba, maisir, dan gharar.

- a. Riba: Larangan mengambil keuntungan berupa bunga tanpa risiko, agar transaksi adil dan tidak merugikan.

⁴³ Dian Puji Kristiani et al., "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Implikasi Untuk Praktek Kontemporer," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis* 3, no. 2 (2024): 68, <https://doi.org/10.55904/cocreation.v3i2.1239>.

- b. Maisir: Larangan perjudian atau spekulasi yang mengandalkan untung-untungan, agar bisnis berdasarkan usaha nyata.
- c. Gharar: Larangan ketidakpastian atau ketidakjelasan dalam kontrak, agar transaksi transparan dan tidak merugikan pihak manapun.⁴⁴

Namun dalam praktik bisnis konvensional, pengelolaan risiko dan keuntungan biasanya lebih fokus pada hal-hal berikut:

- a. Praktik Bunga dan Riba: Banyak lembaga keuangan tradisional menggunakan bunga sebagai motivasi, yang bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi dalam Islam.
- b. Spekulasi dan Risiko Tinggi: Aktivitas spekulatif, derivatif, dan berbagai jenis pengambilan risiko yang tinggi sering dilakukan untuk memperoleh keuntungan besar dengan cepat, meskipun ini sangat berisiko dan tidak selalu adil.
- c. Fokus pada Maksimalisasi Keuntungan: Mencari keuntungan menjadi tujuan utama tanpa mempertimbangkan keadilan dan keberkahan. Risiko sering kali dialihkan kepada pihak lain lewat asuransi, derivatif, dan struktur keuangan yang rumit.
- d. Keterbukaan yang Kurang: Dalam sejumlah situasi, risiko tidak dijelaskan atau disembunyikan dari semua pihak yang terlibat.
- e. Pengelolaan Risiko yang Diatur oleh Hukum dan Pasar: Pengelolaan risiko dikendalikan oleh hukum dan mekanisme pasar, tanpa selalu memperhatikan aspek moral dan keberlanjutan sosial.

⁴⁴ Nur Aina et al., "DIFFERENCES BETWEEN SYARIAH AND CONVENTIONAL BUSINESS FEASIBILITY STUDIES," *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2025, 8325, <https://jicenusantara.com/index.php/jiic>.

5. Larangan-Larangan

Dalam hal perlindungan konsumen, etika bisnis memiliki peran penting sebagai bagian dari penegakan hukum yang lebih luas. Di Indonesia, misalnya, terdapat Undang-Undang No. 8/1999 yang berupaya untuk melindungi konsumen dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis yang sejalan dengan etika bisnis Islam. Namun, ada beberapa aturan dan larangan dalam etika bisnis Islam yang belum diakomodasi, seperti larangan untuk menjual barang atau jasa yang haram dan larangan riba.

Akibatnya, konsumen Muslim merasa bahwa perlindungan yang mereka terima belum menyeluruh. Oleh sebab itu, sangat penting untuk menyusun peraturan etika bisnis di Indonesia yang memadukan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, didukung oleh fasilitas dan infrastruktur yang memadai, pendidikan bagi semua pihak termasuk aparat hukum, serta dukungan dari pemerintah untuk memperkuat komitmen ini.⁴⁵

Syariah mengintegrasikan elemen finansial dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk larangan riba dan gharar. Sebaliknya, pendekatan konvensional lebih terfokus pada keuntungan dan risiko yang berkaitan dengan ekonomi. Perbedaan yang paling signifikan terletak pada dasar nilai dan kepatuhan syariah. Memahami hal ini sangat penting bagi para investor untuk memilih analisis yang tepat.⁴⁶

Dari penjelasan perbedaan tersebut, tampak bahwa etika bisnis Islam memberikan pandangan yang lebih menyeluruh dengan menggabungkan antara keuntungan di dunia dan berkah di akhirat. Prinsip-prinsip dalam syariah yang mengutamakan kejujuran, keadilan, dan kepercayaan

⁴⁵ M.Si. Dr. Drs. Suprayitno, *Buku Ajar: KEWIRAUSAHAAN*, 2025, 131, https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_KEWIRAUSAHAAN/pOSDEQAQBAJ?hl=id&gbpv=0&kptab=overview.

⁴⁶ Aina et al., "DIFFERENCES BETWEEN SYARIAH AND CONVENTIONAL BUSINESS FEASIBILITY STUDIES," 8323.

menjadikan bisnis sebagai jalan untuk mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan dan disetujui oleh Allah SWT. Sementara itu, etika bisnis konvensional, meskipun tetap penting untuk menjaga profesionalisme dan mematuhi hukum, sering kali hanya berfokus pada aspek material saja.

Oleh karena itu, memahami perbedaan ini akan membantu para pelaku usaha untuk memilih cara yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan nilai spiritual dan sosial yang lebih luas.

6. Motivasi

Bisnis yang berlandaskan Islam didirikan atas prinsip-prinsip nilai yang lebih tinggi seperti tauhid, yang menghubungkan aspek spiritual dan juga materi. Di sisi lain, bisnis yang tidak berbasis Islam lebih mengutamakan hal-hal yang bersifat materi atau sekuler. Mengenai motivasinya, bisnis Islam berusaha untuk mencapai kesuksesan di dunia ini serta di kehidupan setelah mati, sedangkan bisnis non-Islam hanya berfokus pada keuntungan yang didapat di dunia saja.⁴⁷

Motivasi dalam etika bisnis Islam tidak sekadar berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga mencakup nilai-nilai moral, tanggung jawab terhadap masyarakat, serta akuntabilitas kepada Allah. Oleh karena itu, kegiatan bisnis dianggap sebagai salah satu bentuk ibadah kepada Allah. Di sisi lain, etika bisnis konvensional lebih menitik beratkan pada efisiensi, profit, dan keuntungan perusahaan dalam konteks pasar.

C. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam agama Islam, menjalankan usaha tidak hanya sebatas kegiatan ekonomi, tetapi juga merupakan bentuk ibadah yang harus dilakukan sesuai dengan aturan syariah. Oleh karena itu, penting untuk memahami prinsip-prinsip etika dalam bisnis Islam. Prinsip-prinsip ini berasal dari Al-Qur'an

⁴⁷ Indiharwati, St, and Sei, *PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR DIGITAL*, 21.

dan hadis yang menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, kepercayaan, dan melarang praktik riba, gharar, dan maysir.

Dengan mengetahui prinsip-prinsip ini, para pelaku bisnis bisa menjalankan usaha yang tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga mendatangkan berkah, melindungi hak-hak masyarakat, dan mencapai kesejahteraan bersama.

Etika bisnis berpengaruh pada nilai, norma, dan tingkah laku baik karyawan maupun pemimpin dalam menciptakan hubungan yang adil serta saling mendukung dengan pelanggan, mitra, pemegang saham, dan masyarakat. Dalam konteks bisnis, etika memiliki peranan penting dalam perjalanan sebuah organisasi. Setiap tindakan, keputusan, serta perilaku dari para pemangku kepentingan akan dinilai berdasarkan prinsip-prinsip etis.

Etika bisnis merupakan suatu penilaian terhadap moralitas dari berbagai tindakan yang terjadi dalam ranah bisnis. Saat mengembangkan bisnis, norma-norma atau prinsip dasar etika bisnis menjadi landasan penting agar kegiatan operasional dapat dilaksanakan dengan efektif.⁴⁸

Agama Islam mengajarkan kepada umatnya untuk selalu menghargai nilai-nilai serta prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek kehidupan mereka. Oleh sebab itu, ketika kita membahas etika dalam konteks bisnis, kita dapat mengatakan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat norma yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits, yang seharusnya menjadi panduan hidup bagi para pelaku bisnis.

Dalam etika bisnis Islam, terdapat penekanan pada kebebasan individu untuk bertindak, disertai dengan tanggung jawab yang muncul dari keyakinan akan kekuatan Allah SWT. Namun, istilah bebas tidak berarti tanpa tanggung jawab sama

⁴⁸ Surajiyo and Dhika, "Teori-Teori Etika Dan Peranan Prinsip Etika Bisnis Dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis," 72.

sekali. Allah SWT tetap memberikan batasan kepada manusia mengenai apa yang baik dan apa yang tidak.

Dalam pandangan etika Islam, setiap individu seharusnya berusaha untuk berbuat baik, tidak hanya kepada diri sendiri tetapi juga kepada alam dan lingkungan sosial, serta kepada sesama manusia, sambil tetap beriman kepada Allah SWT. Dalam konteks kehidupan secara keseluruhan, etika bisnis Islam hanyalah salah satu dari banyak parameter yang dapat digunakan, karena masih terdapat banyak norma lainnya yang diciptakan oleh manusia di dunia ini.⁴⁹ Allah SWT berfirman pada QS. Al-Mutaffifin. 1-3:

﴿وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ١ ٱلَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ ٢ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝ ٣﴾

Artinya: “Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang). (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.”⁵⁰

QS. Al-Mutaffifin: 1-3 memberikan dasar yang kuat untuk prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam, terutama dalam dunia pemasaran digital. Ayat ini sangat mengutuk tindakan curang dalam transaksi, yaitu saat seseorang mengambil haknya secara penuh namun mengurangi hak orang lain. Dari sudut pandang etika bisnis Islam, ayat ini menekankan betapa pentingnya kejujuran sebagai prinsip utama, di mana para pelaku usaha harus menyampaikan informasi mengenai produk atau layanan dengan benar tanpa menipu konsumen.

⁴⁹ Lamtiur Mayogi Rohana Pasaribu, “Analisis Prinsip Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri),” *Chemical Reviews* (UNIVERSITAS AGAMA ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, 2019).

⁵⁰ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

Selain itu, ayat ini juga menyoroti pentingnya keadilan, yaitu memberikan hak kepada konsumen sesuai dengan janji atau kesepakatan, baik dari segi kualitas maupun harga. Prinsip amanah juga terlihat di sini, karena setiap pelaku bisnis wajib menjaga kepercayaan yang diberikan oleh konsumen, termasuk dalam hal menjaga data pribadi dan keterbukaan mengenai biaya. Dalam pemasaran digital, ayat ini mengingatkan agar tidak melakukan praktik-praktik seperti iklan yang menipu, manipulasi algoritma, atau menyembunyikan biaya tambahan, karena semua itu adalah bentuk "berkurangnya ukuran" di zaman modern ini.

Dengan demikian, QS. Al-Mutaffifin: 1-3 menegaskan bahwa etika bisnis dalam Islam harus didasarkan pada kejujuran, keadilan, amanah, dan transparansi, sehingga keuntungan yang didapat tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga mendatangkan keberkahan.

Prinsip-prinsip bisnis yang sejalan dengan ajaran Islam dikenal dengan istilah etika Islam. Para pelaku usaha tidak perlu merasa cemas saat melakukan transaksi, karena mereka berkeyakinan bahwa segala sesuatu yang dilakukan adalah baik dan benar. Etika bisnis yang berbasis pada Islam sangat menekankan pada nilai-nilai yang terdapat dalam Alquran. Beberapa prinsip seperti kesatuan (tauhid), keseimbangan (keadilan), kebebasan berkehendak, kewajiban (tanggung jawab), dan kebenaran (ihsan), yang diambil dari ajaran Islam, menjadi elemen-elemen kunci dalam etika bisnis Islam.

Dalam prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam, terdapat sejumlah poin penting yang menggambarkan nilai-nilai dan prinsip yang mendasarinya: 1) Kode Etik sebagai Acuan; 2) Landasan Hukum yang Kuat; 3) Penyelesaian Pertikaian yang Adil; serta 4) Peningkatan.⁵¹

⁵¹ Lestari and Jubaedah, "PRINSIP-PRINSIP UMUM ETIKA BISNIS ISLAM," 230.

Berikut beberapa prinsip utama etika bisnis islam dari ajaran Islam, yang meliputi:

1. Kesatuan (tauhid)

Dalam konteks ini, terdapat suatu kesatuan yang tergambar melalui konsep tauhid. Konsep ini mengintegrasikan semua aspek kehidupan seorang muslim, mencakup bidang ekonomi, politik, dan sosial, sehingga tercipta sebuah kesatuan yang utuh, dengan penekanan pada konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Berdasarkan pemikiran ini, Islam menghadirkan integrasi antara agama, ekonomi, dan sosial untuk membentuk suatu kesatuan. Selain itu, dari sudut pandang ini, etika dan bisnis berfungsi secara terintegrasi, baik secara vertikal maupun horizontal, sehingga menghasilkan kesamaan yang sangat signifikan dalam sistem Islam.

2. Keseimbangan (keadilan)

Agama Islam sangat mendorong umatnya untuk berperilaku adil dalam kegiatan bisnis dan melarang segala bentuk kecurangan serta tindakan yang zalim. Allah mengutus Rasulullah untuk menegakkan keadilan di antara manusia. Bencana besar menanti mereka yang melakukan kecurangan, yaitu orang-orang yang menuntut pihak lain untuk memenuhi ukuran yang tepat, tetapi saat mereka menjadi bagian yang memberikan ukuran atau timbangan, mereka selalu mengurangi jumlahnya. Kecurangan dalam dunia bisnis adalah cerminan dari keruntuhan usaha tersebut, karena percaya adalah kunci utama dalam meraih keberhasilan bisnis.

3. Kebebasan Berkehendak

Kebebasan adalah elemen yang krusial dalam prinsip etika bisnis Islam, namun kebebasan tersebut tidak boleh merugikan kepentingan bersama. Ruang untuk kepentingan pribadi sangat luas. Tanpa adanya batasan atas pendapatan, individu didorong untuk berpartisipasi secara aktif dalam berkarya dan bekerja dengan seluruh potensi yang mereka

miliki. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhannya yang tak terbatas diatur melalui kewajiban yang dimiliki setiap individu terhadap masyarakat, seperti zakat, infak, dan sedekah.

4. Kewajiban (tanggung jawab)

Kebebasan yang tidak terbatas merupakan sesuatu yang tidak mungkin dicapai oleh manusia, karena hal ini tidak menuntut adanya akuntabilitas dan pertanggungjawaban. Untuk memenuhi kebutuhan akan keadilan dan persatuan, manusia harus dapat menjelaskan tindakan mereka secara rasional. Prinsip ini sangat berkaitan dengan kehendak bebas. Ia mengatur batasan mengenai tindakan yang dapat dilakukan manusia sambil tetap bertanggung jawab atas segala sesuatu yang mereka lakukan.

5. Kebenaran (ihsan)

Dalam konteks ini, kebenaran tidak hanya berarti lawan dari kesalahan, tetapi juga mencakup dua elemen penting, yaitu kejujuran dan kebajikan. Dalam dunia bisnis, kebenaran lebih merujuk pada niat, sikap, serta tindakan yang benar, yang mencakup proses transaksi, cara memperoleh atau mencari komoditas, dan usaha untuk mencapai atau menentukan keuntungan. Dengan mengedepankan prinsip kebenaran ini, etika bisnis Islam berperan dalam menjaga dan mencegah potensi kerugian bagi salah satu pihak yang terlibat dalam transaksi, kerja sama, atau perjanjian bisnis.⁵²

Dasar dasar etika bisnis Islam termasuk tauhid, keadilan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, dan kebenaran berfungsi sebagai pijakan yang kuat dalam menciptakan sistem bisnis yang etis dan bermoral. Tauhid menegaskan bahwa semua aktivitas bisnis harus didasari oleh keesaan Allah SWT sebagai sumber nilai dan aturan, mendorong para

⁵² Kristiani et al., “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Implikasi Untuk Praktek Kontemporer.”

pelaku bisnis untuk memandang usaha mereka sebagai suatu bentuk ibadah.

Keadilan dan keseimbangan memastikan bahwa hak dan kewajiban dari setiap pihak dihormati dengan adil, yang menciptakan harmoni dalam transaksi dan hubungan bisnis. Kebebasan berkehendak memberikan pelaku bisnis kesempatan untuk membuat pilihan dan bertanggung jawab atas tindakan mereka, sedangkan tanggung jawab meminta setiap individu untuk menjelaskan keputusan serta dampak bisnis mereka baik kepada Allah maupun masyarakat.

Terakhir, prinsip kebenaran menyoroti pentingnya kejujuran dan transparansi sebagai landasan utama untuk mempertahankan kepercayaan serta integritas bisnis. Dengan melaksanakan lima prinsip ini secara konsisten, bisnis tidak hanya meraih kesuksesan di dunia tetapi juga mendapatkan keberkahan serta keberlanjutan secara spiritual dan sosial.

Dari penjelasan mengenai prinsip etika dalam bisnis Islam, terlihat bahwa nilai-nilai syariah memberikan panduan yang lengkap untuk mengatur sikap bisnis agar selalu sesuai dengan keadilan dan keberkahan. Kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial menjadi dasar yang membedakan bisnis Islami dari praktik bisnis yang hanya mencari keuntungan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, setiap kegiatan ekonomi bisa menjadi wadah ibadah yang memberikan manfaat bagi individu, masyarakat, dan umat secara luas.

Oleh karena itu, memahami dan menjalankan etika bisnis Islam tidak hanya penting secara akademis, tapi juga sebagai panduan praktis bagi pelaku usaha di zaman modern agar keuntungan yang diperoleh selalu halal dan diridhai oleh Allah SWT.

BAB III

ETIKA DALAM TRANSAKSI DIGITAL

Dalam zaman yang berubah serba digital, etika dalam bertransaksi jadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan dalam kegiatan ekonomi saat ini. Transaksi secara digital tidak hanya melibatkan aspek teknis seperti keamanan data dan cepatnya layanan, tetapi juga berhubungan dengan nilai-nilai moral, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan yang mendasari interaksi antara berbagai pihak.

Saat teknologi mempermudah proses jual beli tanpa batas waktu dan tempat, masalah baru muncul terkait perlindungan konsumen, integritas informasi, serta tanggung jawab sosial dari pelaku usaha. Jadi, pembahasan mengenai etika dalam transaksi digital sangat penting untuk memastikan bahwa perkembangan teknologi tetap sesuai dengan prinsip keadilan, kelestarian, dan kebaikan bersama.

Kesepakatan dalam transaksi digital terjadi antara dua pihak yang terikat melalui suatu perikatan atau perjanjian. Dalam transaksi digital, biasanya ada pihak ketiga yang berfungsi sebagai penyedia layanan di bidang elektronik atau digital, yaitu QRIS. Kesepakatan muncul dari perikatan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu, dengan adanya jaminan yang telah disetujui oleh kedua belah pihak.

Dalam transaksi digital, kesepakatan ini dilengkapi dengan beberapa jaminan yang diatur dalam Buku Ketiga perikatan KUHP, seperti penggantian biaya, kerugian, dan bunga jika terjadi wanprestasi. Untuk mencapai sebuah kesepakatan, ada beberapa syarat dan kriteria yang perlu dipenuhi, terutama untuk kesepakatan yang melibatkan perjanjian hukum (Buku Ketiga KUHP).

Sebetulnya, sebuah kesepakatan harus mengikuti norma atau aturan yang ada. Ketentuan mengenai syarat-syarat dalam sebuah perjanjian telah diatur dalam Pasal 1320 KUHperdata. Lalu, jika ada perjanjian yang dilakukan melalui internet, apakah perjanjian itu bisa dianggap tidak sah? Pertama-tama, kita perlu memahami bahwa menurut Pasal 1320 KUHperdata, jenis perjanjian tersebut tergolong dalam kategori perjanjian umum.

Artinya, tidak ada masalah dengan jenis transaksi apapun, selama memenuhi syarat perjanjian. Selain itu, penting untuk dicatat bahwa transaksi dalam kegiatan jual beli yang bersifat digital terbagi menjadi dua kategori, yaitu langsung dan tidak langsung. Dalam hal ini, pembeli tidak perlu bertemu muka dengan penjualnya, karena bisa menggunakan perangkat digital atau platform online sebagai layanan. Ada juga opsi untuk bertemu langsung dan melakukan pembayaran secara digital. Dengan demikian, budaya dan etika tawar-menawar konsumen dapat berubah tergantung pada bagaimana proses transaksi dilakukan.⁵³

A. Definisi Transaksi Digital

Transaksi Digital atau yang di kenal dengan E-commerce. Istilah E-commerce terdiri dari dua bagian, yaitu e-, yang berarti elektronik, dan perdagangan. Dalam bahasa, elektronik merujuk pada pelajaran mengenai alat-alat elektronik atau hal-hal yang berhubungan dengan teknologi elektronik, sementara perdagangan berarti aktivitas jual beli. Transaksi elektronik, yang kadang-kadang disebut e-commerce, melibatkan penggunaan teknologi informasi.

Dalam aktivitas ini, konsumen, produsen, penyedia layanan, dan perantara terlibat dalam bisnis yang dikenal sebagai perdagangan elektronik (E-commerce) dengan

⁵³ Imelda Martinelli et al., “Dampak Digitalisasi Pada Perubahan Etika Dan Budaya Dalam Pembayaran Qris Pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara,” *Jurnal Serina Abdimas* 1, no. 1 (2023): 48–55, <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i1.23970>.

memanfaatkan jaringan komputer. E-commerce sering diartikan sebagai aktivitas membeli, menjual, mempromosikan, dan memberikan layanan barang serta jasa yang dapat ditemui melalui jaringan komputer.

E-commerce adalah serangkaian alat, aplikasi, dan proses bisnis yang aktif, yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, jasa, serta informasi secara daring. Dengan transaksi elektronik serta perniagaan barang, jasa, dan informasi, e-commerce mengaitkan bisnis dengan konsumen dan kelompok tertentu. E-commerce merupakan sekumpulan alat, aplikasi, dan proses bisnis yang dinamis.⁵⁴

Transaksi digital adalah metode pembayaran yang dilakukan secara online dengan menggunakan perangkat seperti aplikasi atau situs web penyedia layanan. Transaksi digital dapat diartikan sebagai proses melakukan transaksi dengan cara elektronik melalui perangkat yang terhubung ke internet. Proses ini bisa melibatkan pembelian barang atau layanan, membayar tagihan, dan kegiatan keuangan lainnya melalui berbagai platform digital seperti perbankan internet, perbankan mobile, e-commerce, dan dompet digital.

Ciri khas transaksi digital yang membedakannya dari transaksi tradisional adalah penggunaan uang non-tunai yang biasanya dilengkapi dengan fitur keamanan untuk melindungi data dan transaksi pengguna. Proses ini dapat dilakukan dengan cepat dan mudah, serta dapat dilakukan di mana saja selama ada koneksi internet. Transaksi digital didukung oleh pemerintah dan lembaga keuangan resmi. Sekarang, transaksi digital semakin diminati karena memberikan banyak

⁵⁴ Uswatun Nafi'ah, "Transaksi Digital (e-Commerce) Pada @ghanie_lee.Shop Kediri Dalam Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000," *At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2024): 1–15, <https://doi.org/https://doi.org/10.33367/at.v6i1.1487>.

keuntungan bagi penggunanya, seperti lebih efisien dan lebih aman, serta dilengkapi dengan berbagai fitur.⁵⁵

Transaksi tanpa uang tunai tidak hanya memberikan kenyamanan, mengurangi waktu transaksi, dan memberikan potongan harga lewat promosi dari perusahaan layanan terkait untuk pelanggan, tetapi juga dapat memberikan dampak untuk ekonomi Indonesia, di antaranya:

1. Dapat Menyebabkan Inflasi. Inflasi dapat terjadi karena berbagai faktor seperti permintaan yang meningkat, jumlah uang beredar yang bertambah, naiknya biaya produksi, inflasi gabungan, dan struktur ekonomi yang tidak fleksibel. Meskipun penggunaan uang elektronik tidak secara langsung menimbulkan inflasi, jika tidak seimbang dengan jumlah uang tunai yang ada, inflasi bisa saja terjadi.
2. Mempercepat Aliran Uang. Uang digital dapat mempercepat aliran uang karena transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah, sehingga jumlah transaksi dapat meningkat drastis dalam waktu yang singkat.
3. Mengurangi Kebutuhan Uang Tunai. Banyaknya transaksi digital dapat membuat permintaan akan uang tunai menjadi berkurang. Meskipun ada penurunan kebutuhan uang tunai, aktivitas ekonomi tetap berlangsung, bahkan dengan kecepatan yang lebih tinggi.

Ketika orang mulai menggunakan metode pembayaran tanpa uang tunai dan menyimpan uang mereka di perusahaan teknologi finansial yang menawarkan layanan ini, biaya pinjaman dari bank menjadi lebih kompetitif dan menarik karena adanya persaingan antara berbagai lembaga dan layanan yang tersedia. Hal ini mendorong lebih banyak

⁵⁵ Mega Diva and Mochamad Isa Anshori, "Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review," *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary* 2, no. 6 (2024): 1991–2002, <https://journal.institiercom-edu.org/index.php/multiple>.

investasi dan dapat meningkatkan produksi barang serta jasa di dalam negeri, yang pada akhirnya membantu mengurangi tingkat inflasi karena adanya peningkatan pasokan barang.⁵⁶

Era digital yang terus berkembang cepat telah menghasilkan perubahan signifikan dalam berbagai bagian kehidupan manusia, termasuk dalam dunia keuangan. Transaksi keuangan yang awalnya dilakukan secara langsung kini telah beralih ke bentuk digital berkat hadirnya inovasi dalam teknologi keuangan yang disebut financial technology (Fintech).

Financial technology (fintech) adalah inovasi dalam transaksi digital di sektor keuangan yang muncul dari kombinasi antara teknologi dan layanan finansial serta beralih dari layanan tradisional menjadi layanan berbasis aplikasi yang dapat diakses oleh pengguna di berbagai lokasi dengan memanfaatkan teknologi internet. Beragam jenis fintech telah muncul dan memberikan peluang baru untuk inklusi keuangan serta mendorong perkembangan digital dalam sistem finansial. E-wallet (dompet digital) adalah salah satu bentuk fintech yang paling terkenal di Indonesia.⁵⁷

Secara bertahap, cara kita bertransaksi yang sebelumnya didominasi oleh uang tunai mulai digantikan oleh metode yang lebih sederhana dan praktis, yaitu pembayaran digital. Situasi ini sesuai dengan temuan penulis dalam wawancara, di mana banyak narasumber menyatakan bahwa mereka lebih memilih pembayaran digital karena lebih mudah dan praktis.

Karena di era digital ini, yang selanjutnya disebut sebagai narasumber, secara perlahan mengubah budaya mereka menjadi lebih praktis dan etika mereka menjadi lebih sederhana. Perubahan ini mempengaruhi pola pikir dan

⁵⁶ Chika Putri Astari et al., "Pengaruh Penggunaan Transaksi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Akibat Dari Pandemi Covid-19," *Journal of Business and Halal Industry* 1, no. 3 (2024): 1–10, <https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i3.224>.

⁵⁷ Diva and Anshori, "Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review," 1991–92.

kebiasaan narasumber, yang semakin cenderung menginginkan cara yang lebih praktis dan mudah.⁵⁸

B. Jenis Jenis Transaksi Digital

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah secara signifikan cara orang melakukan kegiatan ekonomi. Transaksi yang sebelumnya membutuhkan pertemuan langsung dan uang tunai sekarang beralih ke sistem digital yang lebih cepat, efektif, dan mudah dijangkau. Bagian ini akan menjelaskan berbagai jenis transaksi digital yang berkembang dengan cepat di masyarakat, mulai dari perdagangan elektronik, dompet digital, hingga layanan pemerintah elektronik.

Dengan memahami sifat dan etika dari masing-masing jenis transaksi, kita dapat melihat bagaimana inovasi digital tidak hanya mempermudah kehidupan sehari-hari, tetapi juga menuntut tanggung jawab untuk menjaga keamanan, keterbukaan, dan keadilan dalam praktik bisnis.

E-Money atau uang digital merupakan bentuk uang yang disimpan dalam bentuk digital dan dipakai untuk transaksi secara elektronik. E-Money memberi kemudahan kepada pengguna untuk menyimpan nilai uang di perangkat elektronik seperti kartu pintar atau aplikasi di ponsel dan dapat digunakan untuk beragam transaksi tanpa harus menggunakan uang tunai secara fisik.⁵⁹

Kemunculan dompet digital menunjukkan perubahan besar dalam cara orang melakukan pembayaran, menggantikan metode lama seperti uang tunai dan kartu kredit dengan solusi digital yang lebih modern. Gagasan mengenai dompet digital mulai dikenalkan pada akhir 1990-an dan awal

⁵⁸ Martinelli et al., “Dampak Digitalisasi Pada Perubahan Etika Dan Budaya Dalam Pembayaran Qris Pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara,” 52.

⁵⁹ Nabilla Ishika Rahmawati, “PENGARUH EFISIENSI TRANSAKSI, PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI, DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN E-MONEY” (SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA, 2024).

2000-an, memanfaatkan peluang yang muncul dari kemajuan pesat internet dan gadget mobile.

Di Indonesia, hadirnya dompet digital lokal seperti GoPay, OVO, DANA, LinkAja, dan ShopeePay pada pertengahan hingga akhir 2010-an menjadi saat penting bagi perluasan penggunaan dompet digital yang sebelumnya masih rendah. Pada tahun 2014, Bank Indonesia telah berupaya untuk menciptakan masyarakat yang tidak bergantung pada uang tunai dengan mendukung penggunaan uang elektronik melalui GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) yang bertujuan untuk menghadirkan sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar, sehingga dapat membantu sistem keuangan nasional berjalan dengan lebih efektif dan efisien.

GNNT ini menjadi langkah awal untuk mencapai masyarakat tanpa uang tunai di Indonesia. Berbagai langkah diambil untuk memastikan keberhasilan GNNT, mulai dari menerapkan pembayaran tol tanpa uang tunai menggunakan Uang Elektronik hingga meluncurkan QRIS (QR Code Indonesian Standard) sebagai standar QR Code untuk pembayaran digital melalui aplikasi Uang Elektronik (UE) berbasis server, dompet digital, atau mobile banking.⁶⁰

berbagai jenis transaksi jual beli secara digital yang dilakukan secara online terdiri dari:

1. E-Commerce

E-commerce merupakan kegiatan jual beli produk atau layanan lewat platform digital. Marketplace seperti Tokopedia dan Shopee menjadi contoh utama dalam negeri. E-commerce mempermudah pelanggan untuk memperoleh barang tanpa harus datang ke toko fisik dan juga memberi kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperbesar pangsa pasar. Prinsip yang

⁶⁰ Diva and Anshori, "Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review," 1996.

harus dipegang adalah kejelasan informasi produk, harga yang jujur, dan perlindungan terhadap data konsumen.⁶¹

2. E-Wallet

E-Wallet atau dompet digital adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna menyimpan uang secara elektronik dan melakukan pembayaran dengan cepat. Contoh layanan e-wallet di Indonesia adalah OVO, GoPay, dan DANA. Kelebihannya adalah kemudahan transaksi tanpa menggunakan uang tunai, cashback, dan kemudahan integrasi dengan banyak layanan. Namun, keamanan data dan perlindungan dari penyalahgunaan sangat penting.⁶²

3. Mobile Banking

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses lewat aplikasi di ponsel. Nasabah dapat melakukan transfer, membayar tagihan, hingga membeli produk finansial dengan digital. Beberapa contoh layanan ini adalah BCA Mobile dan BRImo. Mobile banking meningkatkan efisiensi dalam transaksi, tetapi harus dilakukan dengan sistem keamanan yang baik untuk menghindari kejahatan siber.⁶³

4. Fintech Lending

Fintech lending merupakan layanan pinjaman yang berbasis teknologi finansial, di mana pengguna dapat meminjam atau memberikan pinjaman secara online. Contoh platform di Indonesia termasuk Amartha dan Investree.

⁶¹ Kenneth C Laudon and Carol G Traver, *E -Commerce Business. Technology. Society*, ed. Steven Jackson, 12th ed. (Inggris: Pearson Education Limited, 2016), 47,

https://materikuliahhamdan.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/09/kenneth-c.-laudon-carol-traver-e-commerce-2016_-business-technology-society-2016-pearson.pdf.

⁶² Alaa Mahdi Sahi et al., "The Research Trend of Security and Privacy in Digital Payment," *Informatics* 32, no. 9 (2022): 23, <https://www.mdpi.com/journal/informatics>.

⁶³ Nur; Wardhani, Dyah Febria Aziza, "Evaluasi Keamanan Aplikasi Mobile Banking Ancaman Perlindungan Dan Studi Kasus Pada Sistem Perbankan Digital," *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Dan Robotika* 7, no. 1 (2025): 11–22, <https://doi.org/10.33005/jifti.v7i1.184>.

Layanan ini memberikan kesempatan untuk mendapatkan akses finansial lebih baik, khususnya bagi UMKM, tetapi perlu pengawasan yang ketat agar tidak ada praktik riba atau eksploitasi.⁶⁴

5. Investasi Online

Investasi online mencakup transaksi pembelian saham, reksa dana, atau instrumen keuangan lain melalui aplikasi digital. Beberapa contoh platformnya adalah Bibit dan Bareksa. Investasi online menawarkan kemudahan bagi masyarakat untuk berinvestasi, tetapi perlu adanya edukasi agar tidak terjun ke spekulasi yang berlebihan.⁶⁵

6. Pembayaran Tagihan Digital

Pembayaran tagihan digital memungkinkan masyarakat membayar listrik, air, telepon, dan layanan lainnya melalui aplikasi. Beberapa contoh layanan ini adalah PLN Mobile dan MyTelkomsel. Transaksi ini memudahkan masyarakat memenuhi kewajiban pembayaran dengan cara yang cepat dan efisien.⁶⁶

7. E-Government

E-Government adalah layanan publik berbasis digital yang disediakan oleh pemerintah, misalnya pembayaran pajak secara online atau e-Samsat. Tujuannya adalah meningkatkan transparansi, efisiensi, dan akuntabilitas dalam pelayanan

⁶⁴ Putri Nandi Pinta Agusria, "Economic Impact of Ultra Micro Financing on Poverty Alleviation Among Woman in Rural Communities: Case Study Amarta," *JURNAL LOCUS: Penelitian & Pengabdian* 4, no. 9 (2025): 8366–82, <https://locus.rivierapublishing.id/index.php/jl%0AEconomic>.

⁶⁵ Aufa Tazkiyah and Fitri Ella Fauziah, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investor Dalam Berinvestasi Reksa Dana Melalui Aplikasi Bibit," *JURNAL REKOGNISI AKUNTANSI* 8, no. 1 (2024): 61–74, <https://doi.org/10.34001/jra.v8i1.905>.

⁶⁶ Reima Sulistyowati Ahzahro, "Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management Strategi Peningkatan Penggunaan Inovasi Digital PLN Mobile Oleh Konsumen Unit Layanan Pelanggan Tulung Kabupaten Klaten Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)," *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management* 01, no. 06 (2023): 116–36, <https://doi.org/2988-0211>.

publik. Namun, keberhasilan e-government sangat bergantung pada infrastruktur digital dan kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi.⁶⁷

Dalam zaman yang serba digital, kegiatan transaksi tidak lagi bergantung pada uang fisik. Orang-orang sekarang bisa memilih beragam jenis uang elektronik yang tersedia untuk mempermudah semua aktivitas pembayaran. Di bawah ini adalah berbagai jenis uang elektronik yang dapat digunakan dalam transaksi digital.

1. Berdasarkan Media Penyimpanan Uang Elektronik.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), saat ini terdapat dua kategori uang elektronik yang ada yaitu:

- a. Uang elektronik yang disimpan dalam sebuah chip pada kartu seringkali memungkinkan transaksi dikerjakan secara langsung tanpa membutuhkan koneksi internet (offline).
 - b. Uang elektronik yang dananya disimpan pada server dan transaksi dilaksanakan secara online biasanya tersedia dalam bentuk aplikasi di ponsel.
2. Berdasarkan Pencatatan Data Identitas Pengguna Uang Elektronik

Menurut Bank Indonesia (BI), terdapat dua tipe e-money yang dipisahkan berdasarkan tercatat atau tidaknya identitas pemegang pada penerbit kartu e-money, yaitu:

- a. Uang elektronik terdaftar, yaitu kartu e-money yang identitas pemegangnya tercatat pada penerbit uang elektronik, dengan batas maksimum e-money hingga Rp 5.000.000.
- b. Uang elektronik tidak terdaftar, yaitu kartu e-money yang identitas pemegangnya tidak tercatat pada penerbit uang

⁶⁷ Alexander Kennedy, William Hartato Surya, and Franciscus Xaverius Wartoyo, "Tantangan Dan Solusi Penerapan E-Government Di Indonesia Penulis:," *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau* 4, no. 2 (2024): 134–47, <https://doi.org/2798-9380>.

elektronik, dengan batas maksimum e-money mencapai Rp 1. 000. 000.

3. Berdasarkan Masa Berlaku Media Uang Elektronik

Berdasarkan masa berlakunya, e-money dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Reloadable, adalah jenis e-money yang bisa diisi ulang apabila masa berlakunya telah berakhir atau nilainya sudah digunakan habis.
- b. Disposable, adalah jenis e-money yang tidak bisa diisi ulang setelah masa berlakunya telah habis atau nilainya sudah habis terpakai

4. Berdasarkan Jangkauan Penggunaanya

Berdasarkan jangkauan pengguna, e-money dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Single-Purpose, yaitu jenis e-money yang hanya dapat dipakai untuk satu jenis transaksi, seperti pembayaran tol.
- b. Multi-Purpose, jenis e-money yang bisa digunakan untuk berbagai transaksi, seperti pembayaran tol, transportasi umum, dan belanja.

5. Berdasarkan Lingkup Penyelenggaranya

Menurut Bank Indonesia (BI), ada dua kategori e-money yang dibedakan berdasarkan lingkup penyelenggaranya, yaitu:

- a. Close Loop, adalah jenis e-money yang hanya bisa digunakan sebagai alat pembayaran kepada Penyedia Barang dan/atau Jasa yang merupakan Penerbit Uang Elektronik tersebut.
- b. Open Loop, adalah jenis e-money yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran kepada Penyedia Barang dan/atau Jasa yang bukan merupakan Penerbit Uang Elektronik tersebut.⁶⁸

⁶⁸ Rahmawati, "PENGARUH EFISIENSI TRANSAKSI, PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI, DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN E-MONEY," 14–16.

Dengan mengetahui berbagai tipe transaksi digital, seperti belanja online, dompet elektronik, mobile banking, pinjaman fintech, investasi lewat internet, pembayaran tagihan secara digital, sampai layanan pemerintahan elektronik, kita dapat memahami bagaimana teknologi telah mengubah cara orang berinteraksi secara ekonomi. Inovasi ini tidak hanya menawarkan kemudahan dan efisiensi, tetapi juga mengharuskan adanya kesadaran etis untuk menjaga aspek keamanan, keterbukaan, dan keadilan.

Oleh karena itu, penggunaan transaksi digital harus selalu disertai dengan pemahaman yang cukup dan penerapan prinsip etika bisnis agar kemajuan teknologi dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi semua lapisan masyarakat.

C. Prinsip Prinsip Transaksi Digital Dalam Islam

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan perubahan besar dalam praktik muamalah modern, sehingga prinsip-prinsip transaksi dalam Islam perlu dipahami dan diterapkan secara kontekstual agar tetap menjaga nilai keadilan, kejujuran, amanah, serta kerelaan (ridha) antara pihak-pihak yang bertransaksi, oleh karena itu, bab ini akan menguraikan landasan etika syariah yang menjadi pedoman dalam setiap bentuk transaksi digital, sehingga aktivitas ekonomi berbasis teknologi tetap selaras dengan maqasid syariah dan membawa kemaslahatan bagi masyarakat.

Ekonomi digital syariah adalah pengembangan dari sistem ekonomi syariah yang beradaptasi dengan teknologi digital yang semakin canggih. Inti dari ekonomi digital adalah aktivitas jual beli dan pasar yang terjadi di internet. Perubahan digital dalam ekonomi syariah telah mempengaruhi banyak aspek, baik di tingkat kecil maupun besar. Kemajuan ini menghasilkan berbagai jenis transaksi dan produk keuangan modern, seperti belanja online, dompet elektronik, program cashback, dan layanan lainnya.

Oleh sebab itu, pelaku dalam ekonomi syariah perlu memahami dengan baik perkembangan ekonomi digital yang tidak hanya menciptakan peluang baru, tetapi juga memberikan tantangan untuk kemajuan ekonomi syariah di Indonesia. Dalam menciptakan ekonomi digital yang berbasis syariah, sangat penting untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap transaksi dan produk keuangan. Salah satu cara untuk memperkuat ekonomi syariah adalah dengan mendukung kegiatan ekonomi yang sesuai dengan hukum syariah.

Prinsip-prinsip utama yang harus dipegang dalam ekonomi digital syariah meliputi keadilan, keterbukaan, kehati-hatian, dan keberlanjutan. Selain itu, diperlukan regulasi yang jelas dan tegas dari pemerintah agar pertumbuhan ekonomi digital syariah di Indonesia dapat sejalan dengan nilai-nilai dan hukum Islam.⁶⁹

Allah berfirman pada QS. Al-Baqarah ayat 275:

﴿الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِيِّ ذَٰلِكَ بَاثِمٌ ۚ لَأُمَّا إِلَيْهِمْ مِثْلُ الرِّبَا وَإِلَى اللَّهِ الْبَيْعُ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥﴾

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba.

⁶⁹ Zahwah Aulia Nafisyah and Nasrullah Sapa, “Implikasi Hukum Islam Terhadap Transaksi Ekonomi Digital,” *Media Hukum Indonesia (MHI)* 3, no. 4 (2025): 602–8, <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.17685974>.

Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”⁷⁰

Dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 mengungkapkan bahwa Allah memperbolehkan perdagangan dan melarang riba. Dalam hal transaksi secara digital, ayat ini menjadi panduan penting agar semua bentuk kegiatan ekonomi berbasis teknologi tetap sesuai dengan prinsip syariah. Transaksi menggunakan dompet digital, pasar online, pinjaman fintech, maupun investasi melalui internet diperbolehkan, asalkan dilakukan dalam bentuk jual beli yang jelas, terbuka, dan saling menguntungkan.

Namun, kegiatan yang mengandung bunga, biaya tersembunyi yang merugikan, atau spekulasi yang berlebihan termasuk dalam kategori riba, gharar, dan maysir yang dilarang. Dengan demikian, ayat ini mengingatkan bahwa perkembangan teknologi keuangan harus diarahkan untuk mendukung keadilan, kerelaan, dan kepercayaan, sehingga transaksi digital tidak hanya modern tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai Islam.

Hadis mengenai akad atau perjanjian dalam transaksi digital menunjukkan betapa pentingnya kejelasan dalam setiap kegiatan jual beli. Hadis yang diriwayatkan oleh Al-Hakim menyatakan:

⁷⁰ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا

Rasulullah SAW bersabda: “Dua orang yang melakukan jual beli memiliki hak khiyar (hak memilih untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi) selama mereka belum berpisah.”⁷¹

Hadis Rasulullah SAW mengenai hak khiyar dalam pembelian menekankan bahwa etika dalam bertransaksi di Islam harus berdasarkan pada prinsip kesepakatan, keadilan, dan kejujuran. Di mana kedua pihak diberi peluang untuk mempertimbangkan kembali keputusan sebelum akad dianggap tetap, sehingga tidak ada unsur paksa atau penipuan. Ini mencerminkan tanggung jawab dalam menjaga kepercayaan dan memastikan kebaikan bersama. Oleh karena itu, setiap transaksi dilakukan dengan jelas, saling setuju, dan melindungi hak-hak semua pihak yang terlibat.

Berikut adalah prinsip-prinsip syariah yang masih penting untuk mengembangkan ekonomi digital di zaman modern ini:

1. Larangan Riba (Bunga, Interest). Salah satu dasar fundamental dalam ekonomi syariah adalah melarang riba, yaitu tambahan nilai yang diterapkan dalam transaksi pinjaman, atau bunga yang sudah pasti, tanpa adanya risiko yang dibagi antara pihak-pihak. Dalam konteks digital, metode seperti *paylater* yang menambahkan biaya meskipun pembayaran dilakukan di kemudian hari bisa mengandung elemen riba jika tidak sesuai dengan akad syariah yang tepat.
2. Larangan Gharar (Ketidakpastian / Risiko yang Tidak Diketahui). Gharar merujuk pada unsur ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam suatu transaksi yang dapat merugikan salah satu pihak. Di dunia digital, masalah

⁷¹ Al Bukhari, *Sahih Al Bukhari* (sunnah.com, 2012), <https://sunnah.com/search?q=khiyar>.

gharar muncul ketika ada deskripsi produk yang tidak jelas, syarat pengiriman yang tidak pasti, kebijakan pengembalian yang tidak transparan, serta promosi yang menipu.

3. Larangan Maisir (Spekulasi / Judi). Maisir berarti mendapatkan atau kehilangan sesuatu berdasarkan keberuntungan atau kebetulan, bukan dari usaha yang jelas. Dalam ekonomi digital, praktik spekulasi, perdagangan aset digital yang sangat fluktuatif, atau instrumen keuangan yang menjanjikan keuntungan besar tanpa usaha jelas bisa dianggap sebagai maisir.
4. Keadilan ('Adl) dan Kesetaraan. Setiap transaksi digital harus mengutamakan keadilan; tidak boleh ada pihak yang dirugikan karena ketidakseimbangan informasi atau kekuasaan. Ini mencakup kejelasan harga, biaya tambahan, transparansi pada syarat dan ketentuan, perlindungan konsumen, hak pengembalian, dan kejelasan dalam akad.
5. Transparansi dan Kejujuran (Sidq / Amanah). Informasi yang diberikan dalam transaksi digital harus jujur dan lengkap: spesifikasi produk, harga, kondisi barang, biaya pengiriman, dan syarat pengembalian. Para pelaku bisnis harus amanah dalam menawarkan dan melaksanakan. Platform harus menyediakan kontrak yang jelas agar konsumen mengerti.
1. Akad yang Sah dan Kepatuhan terhadap Fiqh Muamalah. Semua transaksi digital perlu berdasarkan akad syariah yang diakui dalam fikih muamalah, seperti akad jual beli, murabahah, ijarah, musyarakah, mudharabah, dan qardh. Akad ini harus memenuhi unsur-unsur tertentu seperti ijab dan kabul, objek akad yang jelas, pihak-pihak yang terlibat, serta barang yang diperjualbelikan harus halal.
2. Pentingnya Regulasi dan Fatwa Syariah. Untuk menjalankan ekonomi digital berbasis syariah dengan baik, diperlukan regulasi yang jelas dan fatwa dari badan

syariah. Fatwa berfungsi untuk menetapkan batasan, menentukan akad yang diperbolehkan, serta bagaimana fintech atau marketplace digital harus operasional sesuai dengan syariah. Peran DSN-MUI dan lembaga syariah lainnya sangat penting.⁷²

Validitas Transaksi Digital dalam Fikih Muamalah, transaksi digital seperti dompet elektronik dan pasaran online bisa dianggap sah menurut fikih muamalah jika memenuhi syarat dan rukun dari akad, serta tidak mengandung unsur riba, gharar, dan maysir. Pendapat ini sejalan dengan pandangan yang mengatakan bahwa transaksi digital pada dasarnya diperbolehkan dalam fikih muamalah asalkan memenuhi prinsip-prinsip utama seperti keadilan, kejelasan akad, dan terbebas dari unsur riba, gharar, serta maysir. Berikut adalah Analisis Akad dalam Dompet Digital:

1. Akad Sharf

Pengisian saldo dompet digital adalah bentuk pertukaran antara uang tunai dan uang digital, yang termasuk dalam jenis akad sharf. Dalam Islam, akad sharf diperbolehkan dengan ketentuan dilakukan secara langsung tanpa keterlambatan.

2. Akad Wadi'ah Yad Amanah

Saldo dompet digital yang disimpan oleh penyedia layanan dianggap sebagai titipan (wadi'ah yad amanah). Penyedia dompet digital harus menjaga amanah tersebut dan tidak boleh menggunakannya untuk kepentingan pribadi kecuali dengan izin dari pengguna.

3. Akad Ijarah

Keterkaitan antara penyedia dompet digital dan pedagang dapat digolongkan sebagai akad ijarah, yaitu penyediaan layanan sistem pembayaran dengan imbalan

⁷² Nafisyah and Sapa, "Implikasi Hukum Islam Terhadap Transaksi Ekonomi Digital."

tertentu. Akad ini sah selama imbalan dan layanan yang diberikan jelas dan disetujui.

4. Akad Ju'alah

Pemberian insentif berupa cashback kepada pengguna adalah jenis akad ju'alah, yaitu pemberian imbalan untuk pencapaian tertentu, seperti transaksi dalam jumlah tertentu atau penggunaan rutin layanan.

5. Analisis Akad dalam Marketplace

Marketplace berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli, dalam fikih dikenal sebagai akad wakalah. Transaksi jual beli di marketplace sering menggunakan akad salam, di mana pembayaran dilakukan di muka untuk barang yang akan dikirim kemudian. Selama spesifikasi barang jelas dan disetujui oleh kedua pihak, transaksi ini dianggap sah. Ini sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa marketplace berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli.

Peran ini sesuai dengan akad wakalah, yaitu akad perwakilan yang diperbolehkan dalam Islam. Syaratnya adalah kejelasan tentang tugas, tanggung jawab, dan imbalan bagi wakil. Penggunaan akad wakalah, sharf, wadi'ah, ijarah, dan ju'alah dalam transaksi digital menunjukkan bahwa praktik ini dapat disesuaikan dengan prinsip-prinsip fikih muamalah, asalkan dilakukan dengan memperhatikan syarat dan ketentuan yang berlaku.⁷³

Uang elektronik yang ada di Indonesia harus sesuai dengan prinsip syariah dan bisa digunakan selama memenuhi syarat-syarat yang terdapat dalam fatwa DSN-MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 mengenai Uang Elektronik Syariah. Hal ini berarti antara penerbit dan pengguna uang elektronik harus menggunakan akad qard atau wadi'ah. Sementara itu,

⁷³ Maksum, "Transaksi Digital Dalam Perspektif Fikih Muamalah Telaah Terhadap E-Wallet Dan Marketplace," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024): 306–12.

akad yang bisa digunakan antara penerbit dan pihak-pihak lain yang terlibat dalam penyelenggaraan uang elektronik (seperti prinsipal, acquirer, pedagang, penyelenggara kliring, dan penyelenggara penyelesaian akhir) dapat menggunakan akad ijarah dan akad sharf.

Penerapan maqhasid syariah dalam uang elektronik dapat terwujud bila memberikan manfaat bagi pengguna dan penyelenggara. Manfaat tersebut bisa berupa rasa aman bagi pengguna dengan menyediakan sistem keamanan yang baik, memberikan jaminan berkaitan dengan kehalalan uang elektronik, serta memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan efisiensi.

Saran dalam artikel ini ditujukan kepada semua penyelenggara uang elektronik di Indonesia untuk selalu mengikuti fatwa DSN-MUI tentang uang elektronik, agar masyarakat pengguna tetap dalam batasan hukum syariah, mengingat banyaknya masyarakat Indonesia yang merupakan muslim.⁷⁴

Perdagangan digital adalah kegiatan membeli dan menjual yang dilakukan di internet. Dalam praktiknya, meskipun ungkapan yang menunjukkan persetujuan tidak dilakukan secara langsung atau tertulis, transaksi tetap diakui sah karena ada kesepakatan bahwa pembeli telah membaca dan setuju dengan kontrak yang diberikan secara daring. Istilah atau ketentuan yang ada dalam kontrak tersebut harus dimengerti dengan baik oleh penjual dan pembeli agar tidak terjadi kesalahpahaman selama transaksi.

Banyak ulama percaya bahwa bentuk ungkapan persetujuan tidak hanya terbatas pada ucapan, tetapi juga bisa dibuat dalam bentuk tulisan atau tindakan, di mana penjual dan pembeli tidak mengucapkan penawaran atau penerimaan

⁷⁴ Qaidul Muttaqin and Umrotul Khasanah, "Analisis Kepatuhan Prinsip Syariah Dalam Layanan E-Money Perspektif Maqashid Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 1806, <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8972>.

secara jelas. Namun, transaksi online melalui perdagangan elektronik masih menimbulkan beberapa masalah bagi umat Islam, terutama karena banyak yang belum benar-benar memahami cara melakukan ekonomi digital sesuai dengan prinsip syariah.

Oleh karena itu, untuk menjalankan ilmu ekonomi agar terhindar dari berbagai masalah, beberapa hal berikut harus diperhatikan:

- a. Masalah merek, konsep merek yang dikembangkan harus berdasarkan prinsip dan pedoman syariah, sehingga citra dan nilai yang dibuat harus sesuai dengan ajaran Islam.
- b. Masalah produk halal. Produk dinilai dari berbagai aspek, seperti kualitas, desain, fitur, merek, kemasan, dan ukuran, tetapi menurut standar Islam, produk tersebut juga harus tayyib, yaitu baik, berkualitas, sehat, dan bermanfaat. Selain itu, penting untuk memperhatikan aspek digital, khususnya bagi konsumen Muslim, agar produk yang ditawarkan benar-benar halal dan tidak bertentangan dengan ketentuan syariah.

Dengan demikian, semua tahap produksi hingga distribusi produk harus memperhatikan prinsip ramah lingkungan dan etika syariah, termasuk proses input, pembuatan, serta pengiriman, agar kegiatan ekonomi berjalan sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁷⁵

Mengenai prinsip transaksi digital menurut Islam, dapat dinyatakan bahwa kemajuan teknologi tidak mengubah inti dari nilai-nilai syariah yang menjadi pedoman utama dalam interaksi sosial. Islam menekankan pada asas keadilan, kejujuran, amanah, serta pelarangan terhadap riba, gharar, dan maysir sebagai landasan dasar untuk semua jenis transaksi, termasuk yang berbasis digital.

⁷⁵ Nafisyah and Sapa, "Implikasi Hukum Islam Terhadap Transaksi Ekonomi Digital."

Oleh sebab itu, pemakaian e-wallet, marketplace, fintech, dan investasi online harus selalu diarahkan agar sesuai dengan tujuan syariah, yakni untuk memberikan manfaat dan menghindarkan bahaya bagi masyarakat. Dengan penerapan prinsip-prinsip ini, transaksi digital tidak hanya berfungsi sebagai cara modern untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, tetapi juga sebagai sarana yang menjaga nilai-nilai etika Islam dan memperkuat kepercayaan serta berkah dalam kegiatan bisnis.

BAB IV

ETIKA PEMASARAN DIGITAL DALAM ISLAM

Etika dalam pemasaran digital menurut Islam muncul dari pemahaman bahwa usaha di dunia maya tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan uang, tetapi harus juga mencerminkan nilai-nilai moral yang menjaga hubungan baik antara pengusaha dan pembeli. Di tengah banyaknya informasi, persaingan yang semakin kuat, dan perkembangan teknologi yang terus maju, etika menjadi dasar penting supaya setiap rencana promosi, iklan, dan komunikasi online tetap memprioritaskan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Pemasaran digital yang mengikuti etika Islami tidak hanya menciptakan citra positif untuk perusahaan, tetapi juga membantu membangun kepercayaan konsumen, menciptakan keberkahan dalam transaksi, dan memastikan bisnis dapat bertahan dengan tujuan untuk kebaikan masyarakat. Oleh karena itu, etika pemasaran digital dalam Islam bukan hanya sebagai pedoman yang normatif, tetapi juga sebagai rencana cerdas untuk memberikan manfaat sosial, meningkatkan reputasi, dan menjaga integritas bisnis di zaman modern.⁷⁶

Etika dalam pemasaran digital menurut Islam menegaskan bahwa semua kegiatan promosi dan hubungan di dunia maya harus didasari oleh nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Prinsip ini menjamin bahwa pemasaran tidak hanya fokus pada meraih keuntungan, tetapi juga

⁷⁶ Mona Novita et al., *UMKM BERTUMBUH MELALUI PENTAHILIX COLABORATION* (Ponorogo: Wade Group National Publising, 2023), 25.

berperan dalam menciptakan kepercayaan dan keberkahan di antara pelaku bisnis dan pelanggan.⁷⁷

UMKM yang menggunakan prinsip etika pemasaran Islam dalam pemasaran digital terbukti lebih efektif dalam mempertahankan kesetiaan konsumen. Tindakan seperti memberikan informasi yang jujur tentang produk dan dapat dipercaya dalam pengiriman menjadi faktor penting untuk sukses di zaman digital.⁷⁸ Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa. 29 :

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ﴾
٢٩

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁷⁹

Etika dalam pemasaran digital menurut Islam yang berdasarkan QS. An-Nisa: 29 menekankan bahwa semua transaksi harus dilakukan secara halal, jujur, dan adil, tanpa ada elemen negatif seperti penipuan, manipulasi, riba, atau eksploitasi. ayat ini melarang mengambil harta dengan cara yang tidak benar dan mengharuskan adanya prinsip saling setuju, yang dalam konteks digital berarti adanya transparansi

⁷⁷ Syafrudin Hanafi Siregar, Saifullah, and Yusrizal, “Islamic Marketing in the Digital Age: Balancing Ethical Values and Market Competitiveness,” *JHSS (Journal of Humanities and Social Studies)* 10, no. 1 (2026): 006–013, <https://doi.org/https://doi.org/10.33751/jhss.v10i1.4>.

⁷⁸ Hendra Zairina, “Penerapan Etika Pemasaran Islam Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada UMKM Di Kabupaten Belitung,” *Jurnal of Islamic Economics and Social* 2, no. 1 (2024): 123–28, <https://doi.org/10.32923/ejesh.v2i1.4197>.

⁷⁹ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

dalam kontrak online, kebijakan privasi, dan informasi produk yang jelas agar konsumen tidak merasa ditipu.

Selain itu, larangan untuk tidak merugikan diri sendiri juga mengingatkan agar praktik pemasaran tidak menyebabkan kerugian bagi penjual maupun pembeli, baik dalam bentuk kerugian uang, reputasi, atau dorongan untuk berbelanja secara berlebihan. Dengan demikian, QS. An-Nisa: 29 menjadi acuan bahwa pemasaran digital yang sesuai dengan prinsip Islam harus berfokus pada kejujuran, keberlanjutan, dan berkah, bukan hanya mencari keuntungan materi.

Etika pemasaran digital menurut Islam juga penting untuk menjaga kelangsungan usaha dan kebaikan sosial. Dengan menjadikan prinsip syariah sebagai dasar, pemasaran digital mampu menciptakan lingkungan yang adil, jujur, dan fokus pada keuntungan bersama.⁸⁰

Etika pemasaran digital dalam Islam menegaskan bahwa setiap aktivitas bisnis di ruang digital harus berlandaskan nilai kejujuran, keadilan, dan amanah, sehingga promosi tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga membangun kepercayaan dan keberkahan. Prinsip ini berfungsi sebagai benteng moral untuk mencegah praktik manipulatif, misleading advertising, maupun eksploitasi data konsumen, sekaligus memastikan tercapainya kemaslahatan sosial dan keberlanjutan bisnis.

Dengan menjadikan etika sebagai fondasi, pemasaran digital mampu menghadirkan ekosistem yang adil, transparan, dan berorientasi pada manfaat bersama, sehingga keberhasilan sejati tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, melainkan

⁸⁰ Alda 'Arifatul Fuadah Alya Maharani Mahrani, "Build Ethical Digital Marketing According to Islamic Business Ethics Perspective: Beyond Profit," *Annual International Conference on Islamic Economics (AICIE)* 4 (2025): 294–301, <https://doi.org/https://prosiding.iainponorogo.ac.id/index.php/aicie>.

dari kontribusi nyata terhadap masyarakat dan reputasi usaha yang berintegritas.⁸¹

A. Etika pemasaran digital

Di tengah kemajuan teknologi yang cepat, pemasaran digital kini telah menjadi salah satu unsur utama dalam bisnis saat ini. Ini bukan hanya sekadar cara untuk memperluas pasar, tetapi juga sarana yang membentuk cara pandang, membangun kepercayaan, dan menciptakan pengalaman yang berarti bagi pembeli. Namun, di balik semua inovasi dan strategi kreatif yang ada, penting untuk memastikan bahwa setiap tindakan pemasaran tetap sesuai dengan nilai-nilai etika.

Etika dalam pemasaran digital berfungsi sebagai pedoman moral yang memandu pelaku bisnis agar tidak terjerumus ke dalam praktik yang manipulatif, penyalahgunaan informasi, atau eksploitasi konsumen, tetapi lebih mengutamakan keterbukaan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Dengan menempatkan etika sebagai dasar, pemasaran digital bisa tumbuh menjadi tindakan yang tidak hanya ampuh dalam mencapai tujuan bisnis, tetapi juga berharga dalam membangun hubungan yang langgeng, memberikan manfaat, serta menyumbang secara nyata kepada kesejahteraan masyarakat.

Pemasaran digital adalah cara baru dalam memikirkan bagaimana cara konsumen dapat berinteraksi atau terlibat dengan suatu merek atau barang melalui internet. Dalam pengertian lain, pemasaran digital adalah sebuah bentuk pemasaran yang memanfaatkan alat-alat yang dipakai oleh perangkat digital untuk mempromosikan produk dan layanan dari suatu merek dengan tujuan menghubungkan merek tersebut dengan konsumen. Alat digital yang sering dipakai

⁸¹ Siregar, Saifullah, and Yusrizal, "Islamic Marketing in the Digital Age: Balancing Ethical Values and Market Competitiveness."

oleh usaha kecil dan menengah adalah media sosial, perdagangan elektronik, dan situs web pada umumnya.⁸²

Pemasaran digital adalah aktivitas promosi yang termasuk branding yang memanfaatkan berbagai platform berbasis web seperti blog, situs web, email, iklan online, atau media sosial. Pemasaran digital memanfaatkan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan memperbaiki fungsi pemasaran yang tradisional. Pengertian ini fokus pada semua pemasaran yang dilakukan secara tradisional.

Kita juga bisa mengatakan bahwa istilah seperti "pemasaran interaktif", "pemasaran satu-satu", dan "e-pemasaran" sangat terkait dengan "pemasaran digital". Secara umum, pemasaran digital berkaitan dengan konsep-konsep yang diungkapkan dalam ranah digital, dan ukuran keberhasilannya adalah ketika produk-produk yang ditawarkan menjadi perbincangan di kalangan masyarakat.⁸³

komunikasi pemasaran yang kadang juga disebut Promosi, pada dasarnya adalah aktivitas komunikasi antara berbagai lembaga dan individu. Unsur-unsur dalam bauran promosi tradisional meliputi iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, sponsor, serta pameran dagang dan pertunjukan.

Contoh kasus beberapa praktik etika pemasaran digital:

1. Kasus E-Wallet (GoPay, ShopeePay)

Promosi *cashback* atau potongan harga diizinkan asalkan jumlahnya jelas dan tidak ada bunga cicilan. Cashback yang terlihat adalah jenis potongan harga yang sah, sementara bunga yang tidak terlihat melanggar peraturan tentang riba dalam QS. Al-Baqarah:275.⁸⁴

⁸² Riskun Iqbal, "DIGITAL MARKETING PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM," *Pendidikan Dan Ekonomi* 8, no. 2 (2022): 250–68, <https://journal.an-nur.ac.id/index.php/mubtadiin>.

⁸³ Iqbal, 258.

⁸⁴ Umi Iriani et al., "Islamic Business Ethics in the Digital Age : An Analysis of the Principles of Honesty and Transparency in E-Commerce," *Jurnal Studi*

2. Kasus Marketplace (Tokopedia, Shopee)

Marketplace Islami mengharuskan kejujuran dalam menjelaskan produk dan penilaian. Mengubah gambar atau memberikan ulasan tidak benar adalah bentuk penipuan yang tidak diperbolehkan. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika syariah dalam marketplace dapat meningkatkan rasa percaya konsumen dan kesetiaan jangka panjang.⁸⁵

3. Kasus Pemasaran Influencer

Influencer harus memberikan testimoni yang sebenarnya. Mempromosikan produk yang tidak pernah dicoba atau menyembunyikan efek samping adalah pelanggaran terhadap prinsip kepercayaan. Sebaliknya, testimoni yang jujur dapat meningkatkan keberkahan bisnis dan menciptakan reputasi yang baik.⁸⁶

4. Nilai Tambah Sosial

Agama Islam memberikan perhatian besar pada kewajiban sosial dalam dunia pemasaran. Iklan digital yang mendukung usaha mikro kecil menengah halal atau produk lokal sejalan dengan tujuan syariah: melindungi harta, memastikan keadilan, dan manfaat bagi masyarakat umum.⁸⁷

Selain unsur kejujuran, keterbukaan, perlindungan terhadap konsumen, dan tanggung jawab sosial, etika

Kependidikan Dan Keislaman Vol. 15, no. 1 (2026): 633–44, <https://doi.org/https://doi.org/10.54437/juw>.

⁸⁵ Zairina, “Penerapan Etika Pemasaran Islam Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada UMKM Di Kabupaten Belitung.”

⁸⁶ Muhammad Satar and Astri Cahya Rezky, “Implementasi Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Inovasi Digital Marketing Di Indonesia,” *Vifada Management and Digital Business* 2, no. 1 (2025): 40–47, <https://doi.org/https://doi.org/10.70184/wafz1240>.

⁸⁷ Dio Samudra and Tamamudin Tamamudin, “Sharia-Compliant Digital Marketing : Trends and a in Indonesia s Financial Sector (2024-2025),” *Neo Journal of Economy and Social Humanities (NEJESH)* 4, no. 3 (2025): 358–68, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.56403/nejesh.v4i3.342>.

pemasaran digital dalam Islam juga menekankan pentingnya keberlanjutan dan keberkahan dalam berbisnis. Pemasaran yang sesuai dengan ajaran Islam tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan efek jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan.

Sebagai contoh, kampanye digital yang mendorong pemborosan tanpa keuntungan yang jelas bertentangan dengan prinsip keseimbangan (*mizan*) dalam ajaran Islam. Sebaliknya, strategi pemasaran yang mendukung produk halal, memperhatikan lingkungan, dan memberdayakan usaha kecil menengah akan membawa keberkahan serta sesuai dengan maqasid syariah, yaitu menjaga harta, jiwa, dan kepentingan umum.⁸⁸

Strategi promosi dan fokus pada masing-masing elemen promosi dalam komunikasi pemasaran bisa bervariasi antara satu industri dan industri lain, serta antara individu dan perusahaan yang berbeda. Perbedaan fokus ini dapat terjadi akibat karakteristik internal perusahaan yang berbeda dan lingkungan pemasaran yang dihadapi oleh setiap perusahaan. Faktor-faktor internal yang perlu dipertimbangkan meliputi jenis produk, tahap dalam siklus hidup produk, sejauh mana sumber daya perusahaan, seperti tenaga kerja, pemasaran, produksi, dan pengalaman perusahaan serta rencana strategi perusahaan.

Sedangkan faktor-faktor eksternal mencakup budaya, perkembangan ekonomi yang akan mempengaruhi daya beli masyarakat, dan infrastruktur komunikasi, juga politik dan hukum, yang mencakup peraturan mengenai iklan, media komunikasi, dan promosi penjualan.⁸⁹

⁸⁸ Samudra and Tamamudin.

⁸⁹ Hajar Swara Prihatta, "PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM," *Jurnal Hukum Bisnis Islam* 8, no. 1 (2018): 97–123, <https://media.neliti.com/media/publications/504550-none-03c4b4c6.pdf>.

Dapat dikatakan bahwa etika dalam pemasaran digital tidak hanya sebagai tambahan dalam rencana bisnis, melainkan sebagai elemen penting yang menentukan kualitas dan keberlangsungan suatu bisnis. Di tengah banjir informasi dan persaingan yang semakin keras, etika berfungsi sebagai pelindung moral yang menjaga konsumen dari praktik yang tidak jujur sekaligus mempertahankan reputasi para pelaku bisnis agar tetap dipercaya.

Penerapan nilai-nilai seperti kejujuran, keterbukaan, keadilan, dan tanggung jawab sosial menjadikan pemasaran digital lebih dari sekadar cara untuk mempromosikan; ia menjadi alat untuk membangun hubungan yang sehat, berkelanjutan, dan berarti. Dengan menjadikan etika sebagai dasar, dunia pemasaran digital bisa berkembang bukan hanya untuk mencari keuntungan cepat, tetapi juga untuk menciptakan kebaikan, kepercayaan, dan sumbangan nyata bagi kesejahteraan masyarakat secara luas.

Akhirnya, keberhasilan pemasaran digital yang sejati akan dinilai dari seberapa besar ia dapat memberikan manfaat sosial, memperkuat hubungan antara bisnis dan konsumen, serta menjaga keseimbangan antara kemajuan teknologi dan nilai-nilai kemanusiaan.

B. Prinsip etika pemasaran digital dalam islam

Pemasaran digital dalam pandangan Islam dianggap sebagai kegiatan yang tidak hanya fokus pada mendapatkan uang, tetapi juga pada prinsip-prinsip moral yang menjaga hubungan baik antara penjual dan pembeli. Prinsip etika yang digunakan menekankan pentingnya kejujuran dalam menginformasikan, keadilan dalam harga, serta tanggung jawab sosial dalam semua cara promosi.

Dengan menekankan nilai-nilai ini, pemasaran digital tidak hanya berfungsi untuk memperbesar pasar, tetapi juga untuk membangun kepercayaan, menciptakan berkah, dan memastikan kelangsungan bisnis yang sejalan dengan tujuan

kebaikan bagi masyarakat. Sebagai bangsa dengan jumlah umat Islam terbesar di dunia, masyarakat Indonesia, terutama yang beragama Islam yang terlibat dalam dunia usaha, perlu mengikuti perkembangan teknologi yang cepat.

Ini juga harus disertai dengan evaluasi ulang tentang apakah metode pemasaran untuk meningkatkan penjualan barang atau jasa telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Sesuai dengan prinsip syariah, aktivitas pemasaran harus didasarkan pada niat beribadah kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta berusaha sebaik mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan demi kepentingan kelompok atau pribadi.

Seperti yang dijelaskan dalam (QS. An-Nisaa: 29):

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

﴿ ٢٩ ﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁹⁰

Dalam QS. An-Nisaa ayat 29 menekankan larangan untuk mengambil harta milik orang lain dengan cara yang tidak benar, kecuali melalui jual beli yang dilakukan dengan persetujuan dari kedua belah pihak. Dalam konteks strategi digital marketing yang sesuai dengan syari’ah, ayat ini menjadi dasar supaya setiap kegiatan promosi, tawaran, dan transaksi dilakukan dengan cara yang jujur, terang, dan tidak menipu konsumen.

Digital marketing harus terhindar dari praktik manipulasi informasi, iklan yang menyesatkan, atau

⁹⁰ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

penyalahgunaan data konsumen yang merugikan. Sebaliknya, strategi yang sesuai syaria'ah adalah yang membangun kepercayaan, memberikan informasi produk secara jelas, dan memastikan bahwa kedua belah pihak setuju dalam transaksi. Dengan mengikuti prinsip ini, digital marketing tidak hanya dapat menarik konsumen, tetapi juga mendatangkan keberkahan karena sesuai dengan nilai keadilan dan amanah yang diajarkan dalam Islam.

Pemasaran dalam konteks Islam merupakan bentuk kegiatan ekonomi yang diizinkan, asalkan semua langkah dalam transaksi tersebut mengikuti aturan syariah. Pemasaran syariah merupakan suatu bidang bisnis strategis yang mengarahkan cara menciptakan, menawarkan, dan mengubah nilai dari suatu pihak kepada para pemangku kepentingan, dengan seluruh prosesnya sesuai dengan kesepakatan dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Ada dua tujuan utama dari pemasaran syariah, yaitu:

1. Memasarkan Hal-Hal yang Berbasis Syariah

Memasarkan hal-hal yang berbasis syariah adalah kegiatan untuk menjual produk atau layanan yang sudah memenuhi syarat syariah. Perusahaan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah Islam harus mampu beroperasi dan bertindak secara profesional dalam dunia bisnis. Di samping itu, pemahaman masyarakat mengenai perbedaan yang ditawarkan oleh perusahaan berbasis syariah masih sangat minim, sehingga diperlukan program pemasaran yang menyeluruh. Salah satu fokusnya adalah penjelasan mengenai nilai dari produk-produk syariah yang diharapkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

2. Mensyariahkan Syariah dalam Pemasaran

Pengertian yang salah tentang peran pemasaran memerlukan pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moral. Syariah Islam sebagai aturan yang menyeluruh dan lengkap mengandung nilai-nilai tersebut, sehingga diharapkan

dapat mendukung peran pemasaran dalam menjaga integritas, identitas, dan citra perusahaan.

Selain itu, dengan menerapkan prinsip syariah dalam pemasaran, sebuah perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan pribadi, tetapi pemasar juga akan berupaya untuk menciptakan, menawarkan, dan mengubah nilai-nilai bagi para pihak yang terlibat. Ini menunjukkan bahwa seluruh tahapan dalam pemasaran syariah, termasuk penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai, harus menghindari perjanjian yang keluar dari prinsip-prinsip muamalah. Selama hal ini dapat dijamin, dan tidak ada pelanggaran dalam transaksi ekonomi, maka hal itu diperbolehkan.⁹¹

Saat ini, banyak pelaku bisnis yang masih menjalankan kegiatan pemasaran dengan cara yang tidak etis dan kurang profesional. Pemasaran seharusnya kembali ke ciri-ciri yang sejatinya religius, etis, realistis, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Semua ini tergolong sebagai pemasaran syariah, yang merupakan konsep pemasaran terbaik untuk masa kini dan mendatang.

Digital Marketing yang berdasarkan syariah meyakini bahwa setiap tindakan seseorang akan dimintai pertanggungjawaban di kemudian hari. Selain itu, pemasaran syariah menekankan nilai-nilai akhlak dan etika moral dalam pelaksanaannya. Ada empat karakteristik dalam pemasaran syariah yang bisa menjadi pedoman untuk melaksanakan Digital Marketing, yaitu sebagai berikut:

1. Teistis (*Rabbaniyyah*), ini adalah salah satu karakteristik unik dari pemasaran syariah yang tidak ditemukan dalam pemasaran konvensional yang sudah dikenal selama ini. Karakteristik ini memiliki sifat religius, di mana hukum-hukum syariat yang berkaitan dengan Tuhan diyakini sebagai hukum yang paling adil, sempurna, sejalan dengan segala bentuk kebaikan, mencegah kerusakan,

⁹¹ Prihatta, "PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM," 102–3.

mewujudkan kebenaran, menumpas kebatilan, dan menyebarkan kebaikan.

2. Etis (*Akhlaqiyyah*), yang berarti mengedepankan masalah akhlak (moral dan etika) dalam semua aspek kegiatan pemasaran, di mana nilai moral dan etika bersifat universal dan diajarkan oleh semua agama.
3. Realistis (*Al-Waqi'iyah*), pemasaran syariah adalah konsep yang luwes, lebih ramah, santun, dan penuh simpati.
4. Humanistis (*Al-Insaniyyah*), yang berarti bahwa syariah diciptakan untuk meningkatkan derajat manusia, menjaga kemanusiaan, serta mengendalikan sifat-sifat hewani dengan pedoman syariah. Ini menghasilkan nilai yang terjaga dan seimbang, bukanlah manusia yang rakus yang menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Untuk menerapkan ciri-ciri pemasaran syariah, terdapat sembilan prinsip etika pemasaran yang akan menjadi pedoman bagi pemasar syariah dalam melaksanakan tugas-tugas pemasaran yang sesuai dan tetap berada dalam batasan syariah, yaitu:

1. Memiliki Kepribadian Spiritual; Seorang muslim dianjurkan untuk terus mengingat Allah meskipun saat mereka sibuk dengan kegiatan sehari-hari. Al Quran menekankan bahwa setiap tindakan dan aktivitas sebaiknya ditujukan untuk tujuan hidup yang lebih baik.
2. Berperilaku Baik dan Ramah; perilaku yang baik dan sopan dalam bersosialisasi adalah dasar utama dari kebaikan perilaku. Sifat ini sangat dihargai dan memiliki nilai tinggi serta mencakup semua aspek manusia. Al Quran juga mengharuskan para penganutnya untuk bersikap sopan dalam segala situasi, termasuk saat berbisnis dengan orang-orang yang kurang berpengetahuan.

3. Berlaku Adil Dalam Bisnis; Dalam Islam, hubungan bisnis yang berisi ketidakadilan dilarang dan setiap transaksi serta kontrak harus memenuhi prinsip keadilan. Oleh karena itu, Islam melarang praktik gharar (transaksi yang tidak jelas mengenai barang yang diperdagangkan) karena mengandung elemen ketidakpastian yang dapat merugikan salah satu pihak yang terlibat dalam transaksi.
4. Bersikap Melayani Dengan Rendah Hati; Pelayanan merupakan sikap utama bagi seorang pemasar. Rasulullah mengajarkan bahwa tanda orang yang beriman adalah kemudahan dalam bergaul dengan orang lain dan sebaliknya, orang lain pun merasa mudah untuk bergaul dengannya.
5. Menepati Janji Dan Tidak Curang; Secara umum, setiap orang diharapkan memiliki sikap amanah, yang nantinya akan dipertanggungjawabkan di kehidupan setelah mati. Sebaliknya, berlaku curang, tamak, dan tidak adil hanya untuk mendapatkan keuntungan lebih besar itu dilarang oleh Allah SWT.
6. Jujur dan Terpercaya; Kejujuran adalah nilai yang paling penting dalam bisnis.
7. Tidak Suka Berburuk Sangka; Sikap saling menghormati adalah ajaran Nabi Muhammad yang diterapkan dalam praktik bisnis saat ini. Tidak seharusnya ada perusahaan atau individu yang merusak nama baik orang lain hanya untuk bersaing dalam bisnis. Islam dengan syariatnya melindungi martabat dan harga diri manusia serta menjaga kesuciannya.
8. Tidak suka menjelek-jelekkan; Tindakan ini tidak ada gunanya dan hanya membuang waktu. Akan lebih baik menggunakan waktu untuk meningkatkan diri atau kualitas perusahaan sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih baik. Di sini, kepercayaan muncul sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis.

9. Tidak suka melakukan sogok; Islam melarang suap dan memberikan peringatan tegas kepada siapa saja yang terlibat dalam praktik suap. Sebab, meluasnya praktik suap di masyarakat dapat menyebabkan kerusakan dan ketidakadilan yang lebih besar.⁹²

Dapat ditekankan bahwa prinsip etika dalam pemasaran digital menurut Islam adalah dasar yang tidak hanya menjaga agar bisnis tetap sesuai dengan syariah, tetapi juga menjadi panduan moral yang relevan dengan tantangan zaman sekarang. Pemasaran digital yang didasarkan pada nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dapat menciptakan ekosistem bisnis yang sehat, di mana konsumen merasa dihargai dan pelaku usaha mendapatkan kepercayaan yang berkelanjutan.

Lebih dari sekadar taktik promosi, etika ini mengarahkan setiap aktivitas digital agar tidak terjebak dalam praktik manipulatif, penyalahgunaan data, atau penyalahgunaan teknologi yang bisa merugikan masyarakat. Dengan begitu, penerapan etika pemasaran digital dalam Islam tidak hanya mendatangkan berkah bagi individu dan perusahaan, tetapi juga berperan dalam menciptakan sistem ekonomi digital yang lebih adil, transparan, dan berfokus pada kebaikan bersama.

Hal ini menekankan bahwa keberhasilan dalam pemasaran digital yang sejati tidak hanya diukur dari keuntungan besar, tetapi dari seberapa banyak manfaat, kepercayaan, dan nilai moral yang dihadirkan sesuai dengan tujuan syariah dalam kehidupan sosial.

C. Strategi pemasaran digital sesuai syari'ah

Pemasaran syariah bisa dijelaskan sebagai cara dan taktik untuk memenuhi kebutuhan lewat produk dan layanan yang halal dengan kesepakatan dan kesejahteraan bersama. Kesejahteraan ini mencakup keuntungan bagi pembeli dan

⁹² Iqbal, "Digital Marketing Perspektif Etika Bisnis Islam," 262–64.

penjual, dengan tujuan mencapai kesejahteraan baik di dunia maupun di akhirat. Dalam praktiknya, pemasaran Islami mengikuti prinsip-prinsip pemasaran tradisional.

Pemasaran dalam Islam berfokus pada menemukan dan menggunakan strategi untuk meningkatkan nilai yang bermanfaat bagi para pemasar dan masyarakat umum, mengikuti arahan dari Al-Qur'an dan Sunnah.⁹³ Allah berfirman pada QS. Al-Baqarah. 282:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمْلَئَ لَهُ فُلْيَمْلِكْ وَلِيَهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتُنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ ۚ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَقَوْمٌ لِلشَّهَادَةِ وَادْنِ الْأَ تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارُّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَلَّحُوا فَإِنَّهُ ۖ فَسَوْقَ بَكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ وَیَعْلَمُكُمُ اللَّهُ ۖ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ۚ﴾ ٢٨٢

⁹³ Mariyam Ulfa and Muhammad Iqbal Fasa, "Strategi Marketing Bank Syariah Di Era Digital," *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Logistik* 5, no. 3 (2024): 197–206, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6408>.

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”⁹⁴

QS. Al-Baqarah: 282 merupakan ayat terpanjang dalam Al-Qur'an dan menjadi pedoman penting dalam etika bisnis. Ayat ini menekankan pentingnya mencatat, keadilan, dan keterbukaan dalam urusan keuangan, terutama dalam

⁹⁴ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

pinjaman atau jual beli yang tidak menggunakan uang tunai. Setiap transaksi bisnis harus dicatat dengan jelas, transparan, dan adil. Ayat ini berkaitan dengan praktik modern seperti perjanjian tertulis, sistem pembukuan, dan validasi digital. Dengan mengikuti prinsip ini, bisnis dapat terhindar dari masalah hukum dan juga mendapatkan berkah karena dilakukan sesuai dengan aturan syari'ah.

Strategi pemasaran digital yang sesuai dengan syariah dimulai dari prinsip bahwa semua aktivitas bisnis harus dilakukan dengan cara yang halal, jelas, dan adil. Dalam penerapannya, strategi ini mengutamakan pentingnya kejujuran dalam memberikan informasi tentang produk, menghindari unsur penipuan, dan memastikan kedua pihak setuju dalam transaksi. Pemasaran digital yang sesuai dengan syariah juga menolak praktik yang merugikan konsumen, manipulasi data, atau iklan yang tidak jujur, dan sebaliknya mendukung terjalinnya hubungan yang didasarkan pada kepercayaan dan berkah.

Dengan menjadikan nilai-nilai syariah sebagai pedoman, strategi pemasaran digital tidak hanya efektif dalam menjangkau konsumen, tetapi juga berperan dalam menjaga integritas bisnis, membangun kepercayaan konsumen, dan memberikan manfaat sosial yang lebih luas.⁹⁵

Dalam zaman digital yang semakin maju, cara pemasaran tidak lagi hanya melalui media tradisional, tetapi telah berubah ke dunia digital dengan menggunakan teknologi dan situs online. Namun, bagi para pengusaha yang mengikuti prinsip Islam, strategi pemasaran digital tidak hanya harus fokus pada hasil dan profit, tetapi juga harus tetap mengikuti prinsip syariah yang menekankan pada kehalalan, kejujuran, dan keberkahan. Oleh sebab itu, sangat penting untuk

⁹⁵ Marshella Sukma Kirana et al., "Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Produk Bank Syariah Pada Era Digital," *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)* 3, no. 1 (2024): 76–81, <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/v2i12.1251>.

mengetahui bagaimana cara merancang dan melaksanakan strategi pemasaran digital sesuai dengan pedoman Islam sebagai berikut.

1. Menjaga Kehalalan Produk Dan Jasa

Dalam pemasaran digital yang sesuai syariat, semua barang atau layanan yang ditawarkan perlu halal dan tidak mengandung unsur yang dilarang oleh hukum Islam, seperti riba, perjudian, dan ketidakpastian. Keterbukaan informasi sangat penting agar pembeli dapat mengerti dengan baik keuntungan, biaya, dan risiko dari produk. Ini membantu membangun rasa percaya dan mencegah praktik curang yang bisa merugikan pembeli.⁹⁶

2. Pemanfaatan Teknologi Digital

Bank syariah dan bisnis berbasis syari'ah memanfaatkan media sosial, aplikasi mobile, dan website interaktif untuk memperluas jangkauan pasar. Teknologi digital memungkinkan personalisasi layanan, edukasi keuangan syariah, serta kolaborasi dengan fintech halal. Strategi ini tidak hanya meningkatkan penetrasi pasar, tetapi juga memperkuat hubungan dengan nasabah melalui komunikasi yang etis.⁹⁷

3. Etika dan Kejujuran dalam Promosi

Digital marketing syari'ah menolak praktik penipuan, eksploitasi berlebihan, dan iklan menyesatkan. Promosi harus dilakukan dengan menyampaikan informasi secara jujur, menjaga etika komunikasi, dan menghindari manipulasi psikologis konsumen. Dengan pendekatan ini, brand syari'ah tidak hanya dikenal luas, tetapi juga dipercaya oleh konsumen, sehingga membangun loyalitas jangka panjang.⁹⁸

⁹⁶ Kirana et al.

⁹⁷ Mariyam Ulfa and Fasa, "Strategi Marketing Bank Syariah Di Era Digital."

⁹⁸ Jati Mantoro, "Etika Bisnis Dalam Ekonomi Digital: Studi Kasus Penerapan Prinsip Kejujuran Pada Platform E-Commerce UMKM Di Indonesia," *Jurnal*

4. Pembangunan Merek Berdasarkan Prinsip Islam

Strategi pemasaran digital yang sesuai dengan syari'ah sangat penting untuk menciptakan citra merek yang bisa dipercaya dan memiliki integritas. Prinsip-prinsip Islam seperti kepercayaan, keadilan, dan berkah menjadi dasar untuk menciptakan hubungan yang langgeng dengan para konsumen. Ini tidak hanya meningkatkan kesadaran tentang produk halal, tetapi juga memperkuat posisi merek syari'ah di pasar internasional.⁹⁹

Dari penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran digital yang sesuai dengan syari'ah bukan hanya sekadar menggunakan teknologi, tetapi juga merupakan suatu tekad untuk mempertahankan nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitas bisnis. Dengan fokus pada kehalalan produk, keterbukaan informasi, kejujuran dalam pemasaran, dan pengembangan merek berdasarkan nilai-nilai Islam, para pelaku usaha dapat mencapai kesuksesan yang berkelanjutan serta mendapatkan berkah dalam setiap transaksi.

Penerapan strategi ini menunjukkan bahwa etika Islam dapat berjalan seiring dengan kemajuan teknologi modern, sehingga bisnis tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga untuk memberikan manfaat sosial dan spiritual.

Strategi pemasaran digital yang sesuai dengan syari'ah juga dapat ditingkatkan melalui kombinasi pemasaran yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Ini mencakup produk yang halal, harga yang wajar, distribusi yang jelas, promosi yang honest, serta pelayanan yang dapat dipercaya. Dengan kombinasi pemasaran syari'ah, usaha dapat meningkatkan

Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis 5, no. 1 (2025): 203–8, <https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i1.5968>.

⁹⁹ Kirana et al., “Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Produk Bank Syariah Pada Era Digital.”

kemampuan beli konsumen sambil tetap menjaga keberkahan dari bisnis.¹⁰⁰

Strategi pemasaran digital yang sesuai dengan syari'ah perlu didasarkan pada maqasid syari'ah, yang bertujuan untuk melindungi agama, kehidupan, akal, keturunan, dan kekayaan. Dalam pelaksanaannya, ini berarti setiap bentuk iklan dan transaksi secara online harus bebas dari elemen yang dapat merusak moral, membingungkan konsumen, atau merugikan orang lain. Dengan menggabungkan maqasid syari'ah, pemasaran digital dapat berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan dakwah sambil memastikan kelangsungan bisnis.¹⁰¹

Selain promosi, strategi pemasaran digital yang sesuai syariah juga menekankan pentingnya pendidikan bagi konsumen. Usaha syariah harus memberikan informasi digital dan pengetahuan mengenai keuangan Islam supaya konsumen lebih memahami prinsip halal dalam transaksi secara daring. Pendidikan ini bisa dilakukan melalui konten yang interaktif, webinar, atau artikel yang mendidik di platform digital. Dengan cara ini, pemasaran tidak hanya berperan sebagai alat jual beli, tetapi juga sebagai medium penyebaran nilai-nilai Islam.¹⁰²

Strategi pemasaran digital yang sesuai dengan syari'ah tidak hanya fokus pada laba, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan keberlangsungan. Para pelaku bisnis disarankan untuk mendukung produk yang halal, ramah lingkungan, serta membantu UMKM lokal agar manfaatnya

¹⁰⁰ Shazia Mirza Mz, Habriyanto, and Beid Fitrianova Andriani, "Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Di Toko Aufa Pecah Belah Kecamatan Tabir Kabupaten Merangin," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 3 (2026): 2748–57, <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v7i3.67141>.

¹⁰¹ Kirana Et Al., "Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Produk Bank Syariah Pada Era Digital."

¹⁰² Siregar, Saifullah, and Yusrizal, "Islamic Marketing in the Digital Age: Balancing Ethical Values and Market Competitiveness."

dapat dirasakan lebih luas. Ini sejalan dengan tujuan syari'ah yang menekankan kebaikan untuk masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan. Oleh karena itu, pemasaran digital yang syari'ah dapat berfungsi sebagai alat untuk dakwah sekaligus peningkatan ekonomi masyarakat.¹⁰³

Pemasaran digital yang mengikuti prinsip syari'ah bukan sekadar mengikuti teknologi baru, tetapi merupakan sebuah usaha untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam semua kegiatan bisnis. Prinsip-prinsip seperti kehalalan, keterbukaan, kejujuran, dan tanggung jawab menjadi dasar utama yang membedakan pemasaran syari'ah dari metode pemasaran biasa. Dengan menggabungkan tujuan syari'ah, para pelaku usaha tidak hanya fokus pada mendapatkan uang, tetapi juga pada berkat, keberlanjutan, dan manfaat bagi masyarakat secara umum.

Pelaksanaan strategi ini menunjukkan bahwa etika Islam bisa sejalan dengan kemajuan digital, menjadikan pemasaran sebagai alat untuk menyampaikan ajaran sekaligus meningkatkan ekonomi umat. Oleh karena itu, pemasaran digital syari'ah bisa dianggap sebagai solusi yang relevan dan berkelanjutan dalam menghadapi berbagai tantangan global, sekaligus menjaga integritas usaha agar tetap sesuai dengan ajaran agama.

¹⁰³ Nurul Hidayati, "Strategi Pemasaran Produk Halal Di Marketplace Digital," *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2025), <https://oj.mjukn.org/index.php/jei/article/view/712>.

BAB V

ETIKA DALAM PENGELOLAAN DATA DAN PRIVASI

Perkembangan teknologi digital telah membawa manusia pada era di mana data pribadi menjadi aset yang sangat berharga sekaligus rentan terhadap penyalahgunaan. Kemajuan teknologi digital telah mengantarkan kita ke zaman di mana informasi pribadi menjadi sesuatu yang sangat berharga namun juga mudah disalahgunakan. Dalam perspektif Islam, pengelolaan data dan privasi bukan hanya sekadar isu teknis, melainkan bagian dari amanah yang harus dijaga dengan penuh tanggung jawab.

Dalam pandangan Islam, cara kita mengatur data dan privasi bukan hanya masalah teknis, tetapi juga merupakan amanah yang harus dikelola dengan penuh tanggung jawab. Prinsip menjaga kerahasiaan, meminta izin sebelum mengakses informasi, serta menghormati hak-hak individu merupakan nilai etis yang sejalan dengan ajaran syariah. Nilai-nilai etis seperti menjaga kerahasiaan, meminta persetujuan sebelum mengakses data, dan menghargai hak individu adalah hal-hal yang sesuai dengan ajaran syariah.

Oleh karena itu, pembahasan mengenai etika dalam pengelolaan data dan privasi menjadi penting untuk memastikan bahwa praktik digital modern tetap berlandaskan pada nilai moral, kejujuran, dan penghormatan terhadap martabat manusia. Karena itu, diskusi tentang etika dalam mengelola data dan privasi sangat penting agar praktik digital saat ini tetap berlandaskan pada moralitas, kejujuran, dan penghargaan terhadap martabat manusia.

Kepercayaan konsumen tidak hanya terbentuk melalui kualitas barang atau layanan, tetapi juga dari cara perusahaan

menghargai privasi serta hak-hak mereka. Saat konsumen menyadari bahwa informasi mereka diperlakukan dengan hormat dan aman, mereka merasa dihargai sebagai individu, bukan hanya angka dalam sistem. Dalam jangka panjang, ini menciptakan kesetiaan yang lebih kuat dibandingkan hanya dengan tawaran atau potongan harga. Perusahaan yang beretika dalam pengelolaan data akan memiliki reputasi yang lebih tahan lama terhadap masalah, karena mereka telah mengembangkan hubungan yang didasarkan pada kepercayaan alih-alih manipulasi.

Kasus-kasus kebocoran data di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, seperti insiden kebocoran pada platform layanan kesehatan dan pendidikan, semakin menekankan pentingnya pembahasan ini. Masyarakat kini lebih menyadari bahwa data pribadi mereka merupakan aset berharga yang tidak seharusnya diperdagangkan tanpa pengawasan. Dalam situasi ini, perusahaan yang tidak dapat menciptakan sistem pengelolaan data yang etis akan menghadapi penurunan kepercayaan dan, akhirnya, kehilangan pangsa pasar.¹⁰⁴

Informasi pribadi adalah sesuatu yang perlu dijaga dengan baik, karena jika informasi itu terungkap atau disalahgunakan, bisa merusak harga diri dan martabat seseorang. Namun, masyarakat Indonesia yang sebagian besar menganut agama Islam, dianggap kurang memahami pentingnya literasi digital mengenai perlindungan data pribadi.

Sementara itu, ajaran Islam memiliki prinsip etika yang kuat yang menekankan pada pentingnya menjaga data pribadi. Dalam Al Quran surat an-Nur ayat 27, Allah SWT berfirman:

¹⁰⁴ Fitri Handayani Harahap and Muhammad Irwan Padli Nasution, "Etika Pengelolaan Big Data Di Dunia Usaha: Perspektif Literatur Terhadap Privasi Dan Tanggung Jawab Sosial," *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik* 2, no. 3 (2025): 100–107, <https://doi.org/h?ps://doi.org/10.61722/jmia.v2i3.4555>.

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْذِنُوا وَتُسَلِّمُوا عَلَى أَهْلِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ٢٧)

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah memasuki rumah yang bukan rumahmu sebelum meminta izin dan memberi salam kepada penghuninya. Demikian itu lebih baik bagimu agar kamu mengambil pelajaran.”¹⁰⁵

QS. An-Nur ayat 27 memberikan dasar yang sangat penting untuk perlindungan data dan privasi dalam pandangan Islam. Ayat ini menyatakan bahwa seorang muslim tidak boleh memasuki tempat tinggal orang lain tanpa izin dan salam, yang dengan jelas menunjukkan rasa hormat terhadap ruang pribadi masing-masing.

Dalam konteks saat ini, "rumah" bisa diartikan sebagai data pribadi atau ruang digital yang dimiliki individu, sehingga mengakses informasi tanpa izin sama seperti melanggar privasi seseorang. Prinsip isti'dzan (meminta izin) yang ada dalam ayat ini berfungsi sebagai pedoman moral yang mengharuskan setiap akses terhadap data dilakukan dengan persetujuan dari pemilik data, demi menjaga harga diri, martabat, dan kepercayaan. Dengan demikian, QS. An-Nur ayat 27 tidak hanya penting dalam perilaku sosial, tetapi juga menjadi dasar etika syariah dalam pengelolaan data dan privasi di zaman digital.

Pembahasan tentang etika dalam pengelolaan data dan privasi menunjukkan bahwa menjaga kerahasiaan informasi tidak hanya merupakan kewajiban teknis, tetapi juga merupakan tanggung jawab moral yang berlandaskan pada nilai-nilai syariah. Islam menekankan pentingnya mendapatkan izin, berperilaku jujur, dan menghormati hak

¹⁰⁵ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

individu, sehingga setiap cara pengelolaan data harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab.

Di zaman digital yang penuh dengan risiko kebocoran dan penyalahgunaan informasi, penerapan prinsip-prinsip etika ini menjadi pertahanan utama dalam melindungi martabat manusia dan memastikan bahwa kemajuan teknologi tetap selaras dengan nilai-nilai Islam. Dengan cara ini, perlindungan data dan privasi menjadi bagian yang tak terpisahkan dari komitmen etis seorang Muslim dalam menghadapi tantangan dunia digital.

A. Definisi data dan privasi

Dalam zaman digital yang semakin rumit, informasi telah menjadi sumber daya kunci yang mempengaruhi kemajuan teknologi, ekonomi, serta kebijakan publik. Namun, di samping keuntungan signifikan yang diberikan oleh pengelolaan informasi, terdapat pula tantangan serius yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi dan hak privasi individu. Oleh sebab itu, mengetahui makna data dan privasi tidak hanya relevan bagi para akademisi dan profesional hukum, tetapi juga penting bagi masyarakat umum agar dapat melindungi keamanan dan etika dalam pemanfaatan teknologi digital.

Konsep perlindungan data menunjukkan bahwa setiap orang memiliki hak untuk memutuskan apakah mereka ingin berbagi atau menukar informasi pribadi mereka. Selain itu, orang juga berhak menetapkan ketentuan mengenai bagaimana data pribadi tersebut akan dipindahkan. Selanjutnya, privasi yang dilindungi terus berkembang sehingga menjadi landasan untuk mengatur hak atas perlindungan data pribadi.

Hak terhadap privasi yang berkaitan dengan data pribadi harus diakui dan dilindungi karena merupakan bagian dari hak privasi, yang merupakan hak konstitusi bagi setiap warga negara Indonesia. Hak konstitusi mengharuskan negara untuk memberikan perlindungan hukum terhadap aspek kehidupan

masyarakat di Indonesia. Setiap warga negara Indonesia berhak mendapatkan hak konstitusi. Hak konstitusi harus memiliki tujuan hukum, yaitu untuk menjamin kepastian hukum, menciptakan keadilan hukum, dan memberikan manfaat hukum.¹⁰⁶

Hak Privasi merupakan hak dasar yang sangat krusial bagi kebebasan dan penghormatan terhadap manusia. Hak ini berfungsi sebagai landasan bagi banyak hak asasi manusia lainnya. Privasi memberi kita kemampuan untuk menetapkan batasan dan mengatur cara kita melindungi diri dari gangguan yang tidak diinginkan, sehingga kita dapat memilih siapa diri kita dan bagaimana kita ingin berinteraksi dengan orang lain di sekitar kita. Peraturan yang ada untuk melindungi privasi memberikan pengakuan terhadap hak-hak yang kita miliki dan sangat penting untuk menjaga diri kita serta masyarakat.

Privasi adalah hak asasi manusia yang sangat berharga. Suatu informasi dianggap sebagai data pribadi jika informasi tersebut terkait dengan seseorang sehingga dapat digunakan untuk mengenali orang itu, yaitu pemilik informasi. Misalnya, nomor ponsel yang tertulis di selembar kertas kosong adalah data.

Namun, jika di kertas itu terdapat nomor ponsel serta nama pemiliknya, maka informasi tersebut menjadi data pribadi. Nomor ponsel yang ada di selembar kertas kosong bukanlah data pribadi karena informasi itu tidak bisa digunakan untuk mengenali pemiliknya, sedangkan kombinasi antara nomor ponsel dan nama pemiliknya bisa dipakai untuk mengetahui siapa pemilik data tersebut, sehingga bisa disebut sebagai data pribadi. Hak untuk melindungi data pribadi berasal dari hak untuk menghormati kehidupan pribadi.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Sekaring Ayumeida Kusnadi and Andy Usmina Wijaya, "Perlindungan Hukum Data Pribadi Sebagai Hak Privasi," *Jurnal Al-Wasath* 2, no. 1 (2021): 19–32, <https://doi.org/10.47776/alwasath.v2i1.127>.

¹⁰⁷ Ni Putu Noni Suharyanti and Ni Komang Sutrisni, "URGENSI PERLINDUNGAN DATA PRIBADI DALAM MENJAMIN HAK PRIVASI

1. Definisi data

Data merupakan kumpulan fakta, angka, simbol, atau karakter yang digunakan untuk melukiskan suatu situasi atau objek. Di bidang ilmu, data berperan sebagai bahan dasar yang diubah menjadi informasi dan pengetahuan. Data bisa dijadikan representasi yang menjadi landasan untuk membuat keputusan dalam berbagai sektor, termasuk hukum dan teknologi. Selain itu, data dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu data kuantitatif dan kualitatif.

Data kuantitatif terdiri dari angka yang dapat diukur secara objektif, sedangkan data kualitatif berisi deskripsi atau narasi yang menjelaskan fenomena tertentu. Perbedaan ini sangat penting karena mempengaruhi metode analisis yang diterapkan dalam penelitian atau pengambilan keputusan. Dalam dunia digital, data tidak hanya mencakup angka atau teks saja, tetapi juga meliputi rekaman suara, gambar, video, dan metadata. Ini menunjukkan bahwa lingkup data semakin meluas seiring dengan kemajuan teknologi, sehingga pengelolaannya memerlukan pedoman etika dan hukum yang jelas.¹⁰⁸

2. Definisi data pribadi

Data pribadi adalah informasi tentang orang yang bisa mengenali seseorang, baik secara langsung maupun tidak. GDPR (Regulasi Perlindungan Data Umum) menjelaskan bahwa data pribadi adalah informasi yang berhubungan dengan tanda pengenal seperti nama, nomor identifikasi, lokasi, atau identitas digital.

MASYARAKAT,” *PROSIDING SEMINAR NASIONAL FH UNMAS DENPASAR* 1, no. 1 (2021): 119–34, <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/psnfh/article/view/2395>.

¹⁰⁸ Kadek Rima, Anggen Suari, and I Made Sarjana, “Menjaga Privasi Di Era Digital: Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia,” *Jurnal Analisis Hukum* 6, no. 1 (2023): 132–46, <https://doi.org/10.38043/jah.v6i1.4484>.

Data pribadi mencakup informasi yang sensitif serta informasi yang bersifat umum tetapi masih terkait dengan identitas seseorang. Data pribadi terdiri dari berbagai kategori, mulai dari data dasar seperti nama, alamat, dan tanggal lahir hingga data yang lebih sensitif seperti catatan medis, data biometrik, atau keyakinan agama. Perlindungan data pribadi semakin penting karena penyalahgunaan data dapat menyebabkan kerugian baik secara finansial maupun sosial bagi individu.

Dalam praktiknya, perusahaan teknologi sering mengumpulkan data pribadi melalui aplikasi, media sosial, dan layanan digital lainnya. Hal ini menimbulkan tantangan besar dalam menjaga keamanan dan privasi, karena data tersebut dapat digunakan untuk tujuan komersial atau memanipulasi perilaku konsumen.¹⁰⁹

Definisi data pribadi juga tercantum dalam Pasal 1 Angka 29 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 mengenai Pelaksanaan Sistem Transaksi Elektronik yang menjelaskan bahwa Data Pribadi merupakan “informasi tentang individu yang dapat dikenali dan atau bisa dikenali baik secara individu maupun melalui penggabungan dengan data lain baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Sistem Elektronik dan/atau non-elektronik”.

3. Definisi privasi

Privasi merupakan hak dasar setiap orang untuk mengontrol siapa yang dapat mengakses informasi pribadinya. Privasi diartikan sebagai hak untuk memiliki ruang sendiri. Allan Westin selanjutnya menjelaskan konsep ini dengan menyoroti bahwa privasi adalah

¹⁰⁹ Erni Nur Shofiyah and Indri Fogar S., “PENYALAHGUNAAN DATA PRIBADI PENERIMA PINJAMAN DALAM PEER TO PEER LENDING,” *NOVUM: Jurnal Hukum* 6, no. 2 (2019): 1–6, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/novum/article/view/30092>.

kemampuan individu atau kelompok untuk menentukan sejauh mana informasi pribadi mereka dibagikan kepada orang lain, Privasi memiliki aspek sosial dan hukum.

Dari segi sosial, privasi berkaitan dengan norma dan kebudayaan yang menentukan batasan dalam hubungan antar orang. Dari sisi hukum, privasi dilindungi melalui peraturan yang mengatur bagaimana data pribadi dikumpulkan, disimpan, dan digunakan. Privasi merupakan bagian dari hak asasi manusia yang harus dilindungi di zaman digital ini. Di era digital, privasi menghadapi banyak tantangan karena data dapat dengan mudah dikumpulkan, dianalisis, dan disebar. Oleh karena itu, privasi menjadi bukan hanya masalah teknis, tetapi juga isu moral dan politik yang berhubungan dengan kebebasan individu dan keadilan sosial.¹¹⁰

4. Hubungan data dan privasi

Data dan privasi saling terkait dengan erat, informasi pribadi adalah sesuatu yang perlu dilindungi, sedangkan privasi adalah hak yang memastikan perlindungan ini. Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi menegaskan pentingnya tanggung jawab dalam pengelolaan informasi pribadi.

Perlindungan data di Indonesia perlu mencontoh praktik negara lain seperti Korea Selatan dan Singapura, yang fokus pada transparansi dan cara untuk melaporkan pelanggaran data. Selain itu, hubungan antara data dan privasi juga menunjukkan keseimbangan antara keperluan organisasi untuk mengakses data dan hak individu untuk menjaga informasi pribadi mereka. Ketika data digunakan tanpa izin, hak privasi seseorang dilanggar. Sebaliknya,

¹¹⁰ LEE A. BYGRAVE, *Data Privacy Law An International Perspective*, 1st ed. (New York: OXFORD University Press, 2014), <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199675555.003.0008>.

jika privasi dijaga, data bisa dimanfaatkan secara etis dan bertanggung jawab.

Dalam pandangan global, perlindungan data dan privasi menjadi norma internasional yang perlu diikuti oleh negara serta perusahaan. Ini menunjukkan bahwa masalah data dan privasi bukan hanya isu lokal, tetapi juga bagian dari tata kelola global yang menekankan keadilan, transparansi, dan akuntabilitas.¹¹¹

Secara keseluruhan, data merupakan elemen dasar dalam kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Di sisi lain, data pribadi adalah bagian yang paling rentan karena langsung terhubung dengan identitas seseorang. Perlindungan data pribadi menjadi sangat penting di zaman digital ini, ketika informasi dapat dengan cepat dikumpulkan, diolah, dan disebarluaskan.

Dengan demikian, pemahaman yang mendalam tentang istilah data dan privasi menjadi pilar penting dalam menciptakan sistem digital yang aman dan etis. Selain itu, privasi sebagai hak dasar individu perlu dilindungi melalui kebijakan, norma sosial, dan teknologi yang tepat. Privasi bukan sekadar masalah teknis, melainkan juga isu etika dan hukum yang berhubungan dengan kebebasan serta harga diri manusia.

Adanya peraturan seperti GDPR di tingkat global dan UU Perlindungan Data Pribadi di Indonesia memberikan masyarakat landasan hukum yang jelas untuk menjaga hak-hak mereka. Keterkaitan yang kuat antara data dan privasi menunjukkan bahwa keduanya saling berhubungan dan tidak bisa dipisahkan. Data pribadi harus dilindungi, sedangkan privasi adalah hak yang memastikan perlindungan tersebut.

¹¹¹ Lailatul Badriah, Dwiyanto Indiahono, and Sukarso, "Akuntabilitas Dalam Kebijakan Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia," *Jurnal Inovasi Kebijakan* 8, no. 2 (2024): 89–102, <https://doi.org/10.21787/mp.8.2.2024.89-102>.

Oleh karena itu, pengelolaan data yang bertanggung jawab, jujur, dan sesuai dengan prinsip hak asasi manusia menjadi keharusan. Dengan pemahaman tersebut, diharapkan masyarakat, akademisi, dan profesional dapat bekerja sama untuk menciptakan ekosistem digital yang adil, aman, dan menghargai hak privasi setiap individu.

B. Perlindungan data privasi dalam islam

Dalam zaman digital yang kian rumit, pengaturan data dan privasi menjadi masalah moral yang perlu diperhatikan dengan serius. Dalam pandangan Islam, informasi pribadi dianggap sebagai aspek dari kepercayaan yang harus dilindungi, karena kebocoran data bisa menyebabkan kerugian finansial serta dapat membahayakan kehormatan dan martabat seseorang.

Prinsip untuk menjaga kepercayaan dan mencegah pelanggaran hak privasi sesuai dengan ajaran Islam yang menekankan nilai kejujuran, tanggung jawab, dan penghormatan kepada hak orang lain. Oleh karena itu, prinsip moral dalam pengelolaan informasi dan perlindungan privasi bukan hanya berperan sebagai panduan teknis, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai Islam saat menghadapi tantangan di zaman digital.¹¹²

Ada kesamaan prinsip antara hukum positif Indonesia dan hukum Islam dalam mengatur perlindungan data pribadi di sektor fintech dan e-commerce syariah. Keduanya menekankan pentingnya persetujuan, keterbukaan, kejujuran, dan tanggung jawab. Namun, hukum Islam menambah aspek spiritual dan moral yang lebih dalam, karena pelanggaran terhadap data tidak hanya memiliki konsekuensi hukum,

¹¹² Abdul Rahman Ramadhan, "Etika Privasi Dan Akhlak Islam Dalam Era Digital Surveillance," *Al-Maktabah: Jurnal Studi Islam Interdisiplin* 01, no. 02 (2024): 18, <https://journal.syamilahpublishing.com/index.php/maktabah/>.

melainkan juga berpengaruh pada tanggung jawab di akhirat.¹¹³

Perlindungan data pribadi dalam Islam berasal dari nilai amanah, larangan untuk mengintip, dan tujuan syariah. Dengan menggabungkan nilai-nilai ini ke dalam kegiatan digital saat ini, orang-orang Muslim dapat memastikan bahwa teknologi digunakan dengan cara yang benar, melindungi kehormatan, kekayaan, dan martabat manusia. Menjaga privasi bukan hanya merupakan kewajiban yang diatur oleh hukum, tetapi juga merupakan bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual. Allah berfirman pada QS. An-Nur ayat 19: *إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ*

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang senang atas tersebarnya (berita bohong) yang sangat keji itu di kalangan orang-orang yang beriman, mereka mendapat azab yang sangat pedih di dunia dan di akhirat. Allah mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui.”¹¹⁴

Dalam Islam, informasi pribadi dianggap sebagai suatu kepercayaan. Larangan untuk menyebarkan keburukan dalam QS. an-Nur ayat 19 menunjukkan bahwa penggunaan data pribadi secara salah, seperti membagikan informasi sensitif, adalah tindakan yang sangat salah.

Dalam perspektif hukum Islam, penjagaan terhadap privasi dan informasi pribadi memiliki dasar yang kokoh baik dalam aspek normatif melalui Al-Qur'an dan hadis, maupun dalam tatanan konseptual melalui studi ushul fiqh dan maqashid syariah. Walaupun istilah kontemporer seperti data pribadi atau keamanan siber tidak digunakan dalam hukum Islam, inti dari aturannya menunjukkan perhatian yang

¹¹³ Ilham et al., “KOMPARASI HUKUM INDONESIA DAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERLINDUNGAN DATA PRIBADI DALAM TRANSAKSI EKONOMI SYARIAH DIGITAL,” *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)* 3, No. 4 (2025): 21, <https://doi.org/10.62281>.

¹¹⁴ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

signifikan terhadap hak individu atas kerahasiaan, kehormatan, serta informasi pribadi.

Upaya perlindungan ini tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan martabat manusia sebagai makhluk yang diciptakan oleh Allah, tetapi juga untuk menghindarkan tindakan yang tidak adil serta penyalahgunaan informasi yang dapat merusak integritas sosial dan kepercayaan di antara komunitas umat.¹¹⁵

Perlindungan data pribadi adalah hal yang semakin penting di zaman digital, di mana informasi individu dapat disalahgunakan dan privasinya dapat dilanggar. Dalam Islam, perlindungan data pribadi berakar dari prinsip syariah yang mengutamakan perlunya menjaga kehormatan, keamanan, dan keadilan. Ajaran Islam menyatakan bahwa setiap orang berhak untuk melindungi rahasia dan informasi pribadinya dari akses yang tidak sah. Prinsip ini sejalan dengan perlindungan privasi di hukum modern yang menganggap data pribadi sebagai bagian dari hak asasi manusia yang perlu dihormati dan dilindungi dari hal-hal yang dapat merugikan individu.

Konsep perlindungan data pribadi dalam Islam juga sangat terkait dengan prinsip kepercayaan. Di dunia digital saat ini, orang sering memberikan data pribadi mereka kepada pihak lain, seperti bank, perusahaan e-commerce, atau penyedia layanan digital. Dalam pandangan Islam, pihak yang menerima data tersebut memiliki tanggung jawab moral dan hukum untuk menjaga dan tidak menyalahgunakan informasi tersebut. Prinsip ini ditegaskan dalam Surah An-Nisa ayat 58, yang mengajarkan agar kepercayaan diserahkan kepada pihak yang tepat dan dikelola dengan baik.

Melanggar kepercayaan terkait data pribadi, misalnya dengan menyebarluaskan atau menyalahgunakan informasi tanpa izin, bisa dianggap sebagai bentuk ketidakadilan yang

¹¹⁵ Ilham et al., "Komparasi Hukum Indonesia Dan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Data Pribadi Dalam Transaksi Ekonomi Syariah Digital."

dilarang dalam Islam. Selain itu, hukum Islam juga mengenali prinsip kerugian dan manfaat, yang dapat menjadi dasar dalam perlindungan data pribadi. Jika suatu tindakan terhadap data pribadi menyebabkan kerugian, seperti pencurian identitas, penyalahgunaan informasi untuk tindakan kriminal, atau pelanggaran privasi yang merugikan individu, maka tindakan tersebut harus dicegah atau dihentikan.

Di sisi lain, perlindungan data pribadi yang menjamin keamanan, keadilan, dan kesejahteraan masyarakat termasuk dalam kategori manfaat yang harus dijaga. Dengan demikian, hukum Islam tidak hanya mendorong adanya regulasi ketat dalam perlindungan data, tetapi juga menekankan pentingnya kesadaran moral dan etika dalam penggunaannya.¹¹⁶

Di zaman digital, pengumpulan informasi harus dilakukan dengan izin yang jelas, tujuan yang benar, dan langkah-langkah keamanan yang cukup. Ini sejalan dengan maqasid syariah yang menekankan keadilan dan perlindungan hak individu. Aturan modern seperti GDPR di Eropa atau UU Perlindungan Data Pribadi di Indonesia dapat dilihat sebagai alat hukum yang sesuai dengan prinsip syariah, karena keduanya menekankan transparansi, persetujuan, dan perlindungan hak-hak pengguna. Oleh karena itu, hukum Islam dan hukum positif sama-sama menekankan pentingnya melindungi data pribadi agar tidak disalahgunakan.¹¹⁷

Islam melihat privasi sebagai bukan hanya hak pribadi, tapi juga sebagai tanggung jawab bersama. Melindungi privasi artinya melindungi martabat komunitas secara keseluruhan.

¹¹⁶ Purnama Hidayah Harahap, "Perlindungan Data Pribadi Dalam Transaksi Digital: Implikasi Regulasi, Keamanan, Dan Efisiensi Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Dan Hukum Islam," *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi* 11, no. 27 (2025): 1–23, <https://doi.org/https://doi.org/10.24952/yurisprudencia.v11i1.14929>.

¹¹⁷ Eryna Syahadatina A.B, Ahmad Fauzi, and Ahya Jazuli, "PERSONAL DATA PROTECTION POLICY IN LAW NUMBER 27 OF 2022 IN THE PERSPECTIVE OF POSITIVE LAW AND ISLAMIC LAW," *Hukum Islam* 2, no. 1 (2025): 61–74, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/jhi.v23i1.20465>.

Ini sejalan dengan Pasal 12 Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia yang menyatakan pentingnya hak untuk memiliki privasi. Yang berbeda adalah, Islam menambah aspek spiritual: menjaga privasi juga merupakan bagian dari ibadah dan kepercayaan.

Oleh karena itu, perlindungan data pribadi menurut Islam tidak hanya untuk mencegah kerugian bagi individu tetapi juga untuk menciptakan masyarakat yang adil, aman, dan saling menghormati. Jika data pribadi bocor, kerugiannya tidak hanya dirasakan oleh individu, tetapi juga merusak kepercayaan dalam masyarakat.¹¹⁸

Perlindungan data dalam Islam bisa diterapkan melalui langkah-langkah praktis berikut:

1. Pengkodean data sebagai cara kontemporer dari hisbah (pengawasan masyarakat).
2. Mendapatkan persetujuan jelas dari pengguna sebelum mengumpulkan data, sesuai dengan prinsip kepercayaan.
3. Keterbukaan dalam penggunaan data supaya tidak ada penyalahgunaan.
4. Audit syariah digital untuk memastikan sistem informasi sesuai dengan tujuan syariah.

Contoh nya: marketplace syariah atau aplikasi dompet digital berbasis syariah perlu memastikan bahwa data pengguna tidak dijual kepada pihak ketiga tanpa izin, serta memiliki sistem keamanan yang sesuai dengan prinsip kepercayaan. Dengan cara ini, teknologi modern bisa berjalan beriringan dengan nilai-nilai Islam.¹¹⁹

¹¹⁸ Siti Kuraesin, Tajul Arifin, and Ine Fauzia, "Analisis Hukum Islam Terhadap Perlindungan Hak Atas Privasi Dalam Pasal 12 The Universal Declaration of Human Rights," *Jurnal Agama Dan Hak Azazi Manusia* 14, no. 1 (2025): 158–77, <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/inright.v14i1.3946>.

¹¹⁹ Ahmad Fauzi, Muhtadi Ridwan, and Aunur Rofiq, "Digital Optimization In Improving Credibility Sharia Financing Institution," *PENA JUSTISIA: MEDIA KOMUNIKASI DAN KAJIAN HUKUM* 24, no. 1 (2025): 461–77, file:///C:/Users/Dell/Downloads/template+pena+justisia-fauzi++461-478.pdf.

Tujuan dari perlindungan privasi data dalam sudut pandang hukum Islam adalah untuk menciptakan kebaikan bagi seluruh umat manusia, karena Islam sangat menghargai dan menghormati hak setiap individu. Sedangkan tujuan utama pembentukan hukum positif yang mengatur transaksi elektronik adalah untuk memastikan bahwa transaksi e-commerce dapat berjalan dengan baik dan memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Filosofi di balik pembuatan UU ITE adalah untuk menjaga agar pemanfaatan teknologi digital di Indonesia berlangsung dengan baik, sehat, dan etis sehingga dapat digunakan secara produktif.

Pada pasal 4 UU ITE dijelaskan mengenai penggunaan teknologi informasi dan transaksi elektronik yang dilakukan untuk meningkatkan kehidupan bangsa dan negara sebagai bagian dari komunitas informasi global, untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan perdagangan dan perekonomian nasional, meningkatkan efektivitas dan efisiensi layanan publik, serta memberi kesempatan seluas-luasnya untuk setiap warga negara dalam mengembangkan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi secara bertanggung jawab.

Undang-Undang ini merupakan bentuk resmi dari sistem yang bertujuan memberikan rasa aman, nyaman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna serta pihak yang terlibat dalam kegiatan teknologi informasi.

Selanjutnya, pentingnya keamanan dan kepastian hukum untuk melindungi kepentingan konsumen yang merupakan pemilik data pribadi dituangkan dalam Pasal 2 Ayat (1) yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi dalam sistem elektronik. Ini mencakup perlindungan terhadap pengumpulan, pengolahan, analisis, penyimpanan, pengiriman, pengumuman, penyebaran, dan pemusnahan

data pribadi. Pada Ayat (2) huruf a hingga i, dijelaskan lebih lanjut mengenai Pasal 2 Ayat (1).¹²⁰

Tingkat bahaya dari kejahatan yang terkait dengan eksploitasi data pribadi di Indonesia sangat tinggi saat pemerintah menerapkan kebijakan Kartu Tanda Penduduk elektronik. Kebijakan ini mulai dilaksanakan di awal tahun 2011 sebagai cara untuk mendata informasi pribadi masyarakat melalui sistem Nomor Induk Kependudukan.

Dalam kebijakan ini, diinginkan identitas setiap warga berlaku seumur hidup, dan setiap individu memiliki satu kartu yang mencantumkan NIK. Semua informasi pribadi penduduk dicatat, termasuk identitas dan ciri-ciri fisik. Dengan demikian, data yang ada di dalam e-KTP menjadi mudah disalahgunakan oleh para pelaku kejahatan siber, terutama jika sistem perlindungannya tidak kuat.

Oleh karena itu, kemajuan teknologi telah memberikan dampak besar terhadap kejahatan di dunia maya, baik dari sisi serangan, jenis kejahatan, maupun tingkat kerentanannya. Perkembangan teknologi telah menciptakan model-model kejahatan dunia maya yang semakin canggih dan rumit. Dalam pandangan Islam, menjaga privasi dan data pribadi orang lain sangatlah penting.

Pencurian data pribadi dianggap sebagai tindakan yang melanggar kepercayaan dan hak privasi individu, yang bertentangan dengan prinsip-prinsip etika Islam. Islam menekankan nilai amanah, kejujuran, dan menghormati hak-hak orang lain, termasuk hak privasi mereka. Mencuri atau menyalahgunakan data pribadi orang lain dianggap sebagai

¹²⁰ Parida Angriani, "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Dalam Transaksi E-Commerce : Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif," *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum* 19, no. 2 (2021): 149–65, <https://doi.org/https://doi.org/10.35905/diktum.v19i2.2463>.

pelanggaran terhadap nilai-nilai dan etika Islam.¹²¹ Hal ini juga dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Ahzab ayat 58:

وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغَيْرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدْ احْتَمَلُوا بُهْتَانًا وَإِثْمًا مُّبِينًا

Artinya: “Orang-orang yang menyakiti mukminin dan mukminat, tanpa ada kesalahan yang mereka perbuat, sungguh, mereka telah menanggung kebohongan dan dosa yang nyata.”¹²²

QS. Al-Ahzab ayat 58 menegaskan bahwa mereka yang menyakiti orang-orang beriman tanpa alasan akan menanggung kebohongan dan dosa yang nyata. Hal ini terkait dengan masalah pencurian data pribadi di dunia digital saat ini karena tindakan ini merugikan korban yang tidak bersalah, menyerang kehormatan dan kepercayaan, dan sering kali disertai oleh penyalahgunaan identitas atau fitnah yang berkaitan dengan istilah "buhtan" dalam ayat tersebut.

Oleh karena itu, pencurian data dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap etika Islam yang mengkhianati kepercayaan digital, merampas hak orang lain, dan termasuk dosa besar yang memerlukan pertanggungjawaban serta penyesalan.

Dalam hukum Islam, setiap tindakan yang tidak sesuai memiliki dampak yang mengharuskan individu untuk menerima konsekuensi atas perbuatannya. Meskipun hukum Islam tidak secara detail menjelaskan tentang akibat hukum jika seseorang melanggar privasi orang lain, Rasulullah saw pernah bersabda dalam sebuah hadis yang diambil dari hadis Shahih Bukhari, yang intinya adalah “Jika ada orang yang mengintip rumahmu tanpa izin, lalu kamu melemparnya dengan batu hingga matanya buta, kamu tidak akan berdosa karena itu.”

¹²¹ Yahya, “Formulasi Al-Qur'an Dalam Menangkal Pencurian Data Di Era Transformasi Digital,” *At-Taklim: Jurnal Pendidikan Multidisiplin* 1, no. 2 (2024): 14–25, <https://doi.org/https://doi.org/10.71282/at-taklim.v1i1.4>.

¹²² Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

Jika kita perhatikan hadis ini, saat privasi atau informasi kita disalahgunakan oleh orang lain, kita berhak untuk memberikan hukuman kepada orang tersebut. Sementara itu, dalam hukum positif di Indonesia, penyelenggara sistem elektronik dianggap melakukan perbuatan melawan hukum jika tindakannya menyebabkan kerugian bagi pemilik data pribadi, baik karena ketidak hati-hatian maupun dengan sengaja yang mengakibatkan data bocor dan dapat diakses oleh publik.

Kebocoran data ini dapat membebani penyelenggara untuk dimintai pertanggungjawaban hukum atas peristiwa tersebut, sehingga penyelenggara dapat digugat berdasarkan kesalahan sesuai dengan Pasal 1365 Undang-Undang Hukum Perdata atau berdasarkan ketidakpantasan atau ketidak hati-hatian sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1366 Undang-Undang Hukum Perdata.¹²³

Perlindungan data pribadi bukan hanya masalah hukum yang rumit, melainkan juga mencerminkan nilai-nilai moral, etika, dan tanggung jawab sosial. Dalam pandangan Islam, privasi dianggap sebagai elemen penting dari kehormatan dan martabat seorang Muslim yang harus dihormati. Oleh sebab itu, aturan hukum yang ada mengenai data pribadi perlu selaras dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga tidak hanya membentuk sistem yang secara formal sah, tetapi juga halal dan thayyib (baik) dalam isi dan pelaksanaannya.¹²⁴

C. Tantangan perlindungan data dan privasi di era digital

Zaman digital telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan manusia. Kegiatan sehari-hari seperti berkomunikasi, melakukan transaksi keuangan, belajar, hingga mendapatkan layanan kesehatan kini tergantung pada

¹²³ Angriani, "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Dalam Transaksi E-Commerce : Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif."

¹²⁴ Ilham et al., "Komparasi Hukum Indonesia Dan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Data Pribadi Dalam Transaksi Ekonomi Syariah Digital."

teknologi digital. Namun, di balik kenyamanan itu, muncul masalah serius mengenai perlindungan data pribadi dan privasi. Data pribadi saat ini menjadi sesuatu yang sangat berharga yang sering digunakan oleh perusahaan teknologi atau pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh sebab itu, perlindungan data pribadi menjadi hal penting yang harus ditangani dengan serius.¹²⁵

Indonesia mengakui bahwa hak atas perlindungan data pribadi sebagai aspek dari privasi merupakan bagian dari hak asasi manusia. Pengakuan itu tercermin baik dalam konstitusi maupun dalam berbagai regulasi yang setara dengan undang-undang. Namun, saat ini belum ada peraturan yang secara khusus mengatur perlindungan data pribadi pada tingkat undang-undang. Untuk mengatasi kekosongan hukum ini, rincian mengenai perlindungan data pribadi diatur melalui regulasi di tingkat peraturan menteri dan standar teknis sektoral.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa regulasi tentang perlindungan data pribadi di Indonesia masih bersifat sektor tertentu. Diperlukan pengaturan perlindungan data pribadi pada tingkat undang-undang karena hal ini merupakan hak asasi yang dimiliki oleh setiap warga negara.¹²⁶

Di saat kesadaran publik tentang hak digital semakin tinggi, perusahaan yang tidak bisa menyesuaikan diri dengan tuntutan etis akan berpotensi kehilangan pelanggan yang kini lebih selektif dan kritis. Khususnya generasi muda, termasuk Gen Z dan milenial, cenderung lebih memilih merek yang jujur dan bertanggung jawab dalam pengelolaan informasi pribadi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa etika data bukan semata masalah hukum atau moral, tetapi juga menjadi elemen

¹²⁵ Rima, Suari, and Sarjana, "Menjaga Privasi Di Era Digital: Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia."

¹²⁶ Siti Yuniarti, "Perlindungan Hukum Data Pribadi Di Indonesia," *Business Economic, Communication, and Social Sciences* 1, no. 1 (2019): 147–54, <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/becossjournal.v1i1.6030>.

penting dalam strategi merek dan penempatan perusahaan di era digital.¹²⁷

Kemajuan zaman digital memerlukan perhatian khusus terhadap keamanan data pengguna selama setiap proses belanja online. Di zaman digital yang terus berubah, melindungi data pribadi pengguna saat bertransaksi di e-commerce menjadi hal yang paling penting.

Melindungi data pribadi bukan hanya menunjukkan keseriusan dari para pelaku bisnis, tetapi juga merupakan bentuk penghormatan terhadap hak-hak konsumen. Apabila hak-hak konsumen terpenuhi, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan mereka pada bisnis yang ada. Kepercayaan konsumen merupakan aset yang sangat berharga untuk keberlangsungan usaha di dunia digital. Seperti yang diungkapkan, pemenuhan hak konsumen dalam e-commerce adalah hal yang sangat penting untuk menjaga etika bisnis dan membangun kepercayaan dalam transaksi online.

Perlindungan data di era digital membutuhkan perhatian pada hak-hak konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha. Kedua hal ini merupakan faktor penting yang perlu dipahami dalam konteks hukum yang ada. Agar kepentingan konsumen tetap terlindungi dan pelaku usaha bertanggung jawab secara adil, diperlukan hukum yang kuat dan komprehensif. Hukum tersebut tidak hanya harus mengatur hak dan kewajiban, tetapi juga harus mencakup batasan dalam pengelolaan data pribadi. Dengan kata lain, kesadaran hukum mengenai perlindungan informasi merupakan hal dasar yang tidak boleh diabaikan oleh semua pihak di era digital saat ini.¹²⁸

Di tengah meningkatnya arus digital, batas antara tempat umum dan pribadi semakin tidak jelas. Setiap jejak digital

¹²⁷ Harahap and Nasution, "Etika Pengelolaan Big Data Di Dunia Usaha: Perspektif Literatur Terhadap Privasi Dan Tanggung Jawab Sosial."

¹²⁸ Jurnal Publikasi et al., "Etika Bisnis Dalam Perlindungan Data Pribadi Konsumen Di Era Bisnis Digital : Dalam Studi Literatur," no. September (2025).

yang kita buat baik dengan sengaja atau tidak telah menciptakan identitas baru di dunia internet yang rentan untuk disalahgunakan. Menghadapi kenyataan ini, perlindungan data bukan lagi sekadar pilihan teknis, tetapi menjadi kebutuhan yang sangat penting. Namun, jalan menuju kemandirian data dipenuhi dengan berbagai rintangan yang kompleks. Penjabaran berikut akan menjelaskan poin-poin penting yang menjadi tantangan besar bagi perlindungan privasi kita saat ini:

1. Kelemahan Regulasi

Indonesia telah mengesahkan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU No. 27/2022), tetapi pelaksanaannya masih mengalami berbagai tantangan. Ketiadaan badan pengawas yang independen menyebabkan penegakan hukum menjadi kurang efisien. Di samping itu, banyak perusahaan belum sepenuhnya mengikuti standar perlindungan data yang ditetapkan. Situasi ini menciptakan celah hukum yang bisa dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.¹²⁹

2. Rendahnya literasi digital

Sebagian besar orang masih belum menyadari bahaya dari membagikan informasi pribadi di platform media sosial atau aplikasi online. Hal ini mengakibatkan bertambahnya kasus pencurian identitas dan penipuan secara daring. Kurangnya pemahaman tentang literasi digital juga membuat masyarakat mudah terpengaruh oleh informasi yang tidak benar dan penyalahgunaan data oleh pihak ketiga.¹³⁰

3. Penyalahgunaan data oleh perusahaan teknologi

¹²⁹ Predderics Hockop Simanjuntak, "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pada Era Digital Di Indonesia : Studi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Dan General Data Protection Regulation (GDPR)," *Jurnal ESENSI HUKUM* 6, no. 2 (2024): 105–24, <https://doi.org/10.17933/mti.v9i1.118>.

¹³⁰ Ardita Esti Rahmadani, Yoga Pangestu, and Nur Halizhah, "Perlindungan Data Pribadi Di Era Digital: Tantangan Dan Solusi Dalam Sistem Perbankan" 2, no. 4 (2024): 180–86, <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.14060556>.

Perusahaan teknologi kerap mengumpulkan informasi pengguna demi tujuan bisnis, meskipun tanpa izin yang jelas. Tindakan ini menyebabkan pelanggaran privasi yang serius dan menimbulkan rasa curiga masyarakat terhadap layanan digital. Salah satu contohnya adalah insiden kebocoran data pengguna di berbagai situs media sosial yang mengakibatkan kerugian signifikan bagi masyarakat.¹³¹

4. Ancaman kejahatan siber

Kejahatan siber seperti phishing, malware, dan ransomware semakin canggih. Sektor perbankan dan e-commerce menjadi target utama, dengan risiko kebocoran data finansial yang dapat merugikan nasabah. Selain itu, serangan siber juga dapat mengganggu stabilitas ekonomi dan keamanan nasional¹³²

Tantangan-tantangan terkait perlindungan data yang telah dijelaskan sebelumnya mengarah pada masalah penting terjadinya pelanggaran privasi. Konsekuensi yang muncul tidak hanya mempengaruhi individu, tetapi juga dapat meluas hingga mencakup tingkat nasional dan lembaga. Penjelasan berikut ini akan menjelaskan risiko dan kerugian yang terjadi ketika data pribadi berada di tangan yang tidak tepat:

1. Pencurian identitas digital

Pencurian identitas digital merupakan perbuatan melanggar hukum yang melibatkan penggunaan informasi pribadi seseorang seperti nama, nomor identitas, alamat, data perbankan, atau informasi login oleh orang lain tanpa seizin pemilik untuk melakukan penipuan atau kejahatan. Kejadian ini semakin sering terjadi seiring dengan bertambahnya

¹³¹ Rima, Suari, and Sarjana, "Menjaga Privasi Di Era Digital: Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia."

¹³² Rahmadani, Pangestu, and Halizhah, "Perlindungan Data Pribadi Di Era Digital: Tantangan Dan Solusi Dalam Sistem Perbankan."

penggunaan layanan online dan transaksi digital.¹³³ Berikut adalah bentuk Pencurian Identitas Digital:

- a. Phishing: Para penipu mengirimkan email atau pesan yang tampak seperti dari lembaga resmi untuk mengambil informasi login atau data keuangan.
- b. Malware dan spyware: Perangkat lunak berbahaya yang diinstal pada gadget korban untuk memantau aktivitas, termasuk menangkap kata sandi dan data pribadi.
- c. Skimming kartu: Informasi dari kartu kredit atau debit dicuri melalui alat skimmer yang digunakan di mesin ATM atau titik penjualan.
- d. Penyalahgunaan media sosial: Data pribadi yang dibagikan secara publik di media sosial digunakan untuk membuat akun palsu atau melakukan penipuan.

2. Kerugian finansial akibat kebocoran data

Kebocoran informasi pribadi tidak hanya menyebabkan isu privasi, tetapi juga berpengaruh langsung terhadap kerugian uang. Informasi yang hilang bisa digunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan penipuan, pencurian identitas, dan transaksi yang tidak sah. Kejadian ini semakin sering terjadi seiring dengan bertambahnya penggunaan layanan digital dalam dunia perbankan, e-commerce, dan media sosial.¹³⁴ berikut adalah contoh nya:

- a. Pencurian rekening bank: Data masuk nasabah yang terekspos bisa dimanfaatkan untuk membuka rekening dan melakukan pengiriman uang secara ilegal.
- b. Penipuan kartu kredit: Data kartu kredit yang terungkap sering kali digunakan untuk berbelanja online tanpa seizin pemiliknya.

¹³³ Rima, Suari, and Sarjana, "Menjaga Privasi Di Era Digital: Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia."

¹³⁴ Rahmadani, Pangestu, and Halizhah, "Perlindungan Data Pribadi Di Era Digital: Tantangan Dan Solusi Dalam Sistem Perbankan."

- c. Pinjaman atas nama korban: Identitas dari korban digunakan untuk mendaftar pinjaman online, menyebabkan korban harus menanggung utang yang tidak pernah dia buat.
 - d. Transaksi e-commerce palsu: Akun jual beli milik korban diretas untuk melakukan transaksi pembelian atau penjualan yang tidak nyata.
3. Pengawasan Digital Berlebihan

Pengawasan digital yang berlebihan adalah kegiatan memantau tindakan online seseorang secara berlebihan oleh pemerintah, perusahaan, atau pihak ketiga tanpa persetujuan yang jelas. Kejadian ini terjadi karena adanya peningkatan dalam penggunaan teknologi big data, kecerdasan buatan, dan algoritma pemantauan yang dapat mencatat jejak digital pengguna dengan sangat rinci.¹³⁵ Bentuk Pengawasan Digital Berlebihan antara lain:

- 1. Pelacak cookie dan iklan: Data perilaku pengguna dikumpulkan untuk memfokuskan iklan, sering kali tanpa persetujuan yang jelas.
- 2. Pemantauan media sosial: Kegiatan, interaksi, dan keinginan pengguna diperhatikan untuk kepentingan bisnis dan politik.
- 3. Pengawasan oleh pemerintah: Pemerintah memanfaatkan teknologi untuk mengawasi komunikasi masyarakat dengan alasan keamanan, tetapi ini bisa melanggar privasi.
- 4. Aplikasi seluler: Banyak aplikasi meminta izin yang terlalu banyak untuk akses data pribadi seperti lokasi, kontak, dan kamera.

4. Kehilangan Kepercayaan terhadap Privasi Data

Kehilangan keyakinan terhadap privasi informasi terjadi ketika orang-orang atau pengguna merasa bahwa informasi pribadi mereka tidak terlindungi dengan baik, sering kali

¹³⁵ Rima, Suari, and Sarjana, "Menjaga Privasi Di Era Digital: Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia."

disalahgunakan, atau tidak aman di tangan perusahaan maupun pemerintah. Situasi ini menjadi salah satu efek paling berat dari kebocoran informasi dan pengawasan digital yang berlebihan, karena berkaitan langsung dengan rasa aman, kesetiaan pengguna, dan kestabilan lingkungan digital.¹³⁶ Penyebab Kehilangan Kepercayaan antara lain:

- a. Kebocoran informasi yang besar: Insiden seperti bocornya data pelanggan dari layanan telekomunikasi atau pasar digital membuat orang merasa tidak yakin untuk memanfaatkan layanan online.
- b. Pengawasan yang terlalu ketat: Mengawasi aktivitas di internet tanpa izin dapat menimbulkan rasa tidak nyaman dan hilangnya kepercayaan kepada lembaga.
- c. Kurangnya kejelasan dari perusahaan: Banyak perusahaan tidak memberikan penjelasan yang jelas mengenai cara pengumpulan, penggunaan, dan perlindungan data.
- d. Penyalahgunaan informasi untuk promosi: Informasi pribadi digunakan untuk menyasar iklan tanpa persetujuan, sehingga pelanggan merasa dipermainkan.

Perlindungan informasi dan privasi di zaman digital adalah dasar penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap teknologi. Berbagai masalah seperti peretasan, pencurian identitas, dan kurangnya pengawasan, membutuhkan kerjasama antara peraturan, teknologi, dan pendidikan publik. Tanpa kesadaran bersama, risiko kebocoran informasi akan meningkat dan membahayakan kestabilan sosial dan ekonomi. Maka dari itu, kerjasama antara pemerintah, perusahaan, dan individu sangat penting untuk menciptakan lingkungan digital yang aman, adil, dan berkelanjutan.¹³⁷

¹³⁶ Rima, Suari, and Sarjana.

¹³⁷ Rahmadani, Pangestu, and Halizhah, "Perlindungan Data Pribadi Di Era Digital: Tantangan Dan Solusi Dalam Sistem Perbankan."

BAB VI

AREA BISNIS HALAL DAN HARAM

Area bisnis yang halal dan haram adalah dasar yang sangat penting dalam pembahasan etika bisnis dalam Islam. Ini karena setiap kegiatan ekonomi tidak hanya dilihat dari segi laba yang diperoleh, tetapi juga dari kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip halal dan haram menjadi acuan utama bagi para pelaku bisnis untuk menentukan jenis barang, layanan, atau transaksi yang mereka lakukan, sehingga kegiatan usaha tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan keberlanjutan nilai-nilai moral.

Dengan mengetahui batasan halal dan haram, para pelaku bisnis dapat menjaga kejujuran usaha mereka serta memberikan perlindungan kepada konsumen agar tidak terjebak dalam praktik yang merugikan baik secara spiritual maupun sosial.

Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia, yang tentunya peduli terhadap produk yang aman dan memenuhi standar halal. Oleh karena itu, umat muslim menjadi kelompok pembeli terbesar di negara ini, sekaligus menjadi sasaran dan target impor dari negara lain. Dengan alasan itu, masyarakat lokal seharusnya mendapatkan perlindungan dalam memastikan kehalalan produk pangan yang tersedia.¹³⁸

Dalam istilah hukum Islam, halal sering kali disebut "Mubah," yang berarti bahwa suatu tindakan atau objek tidak mendapatkan hukuman, baik berupa pahala maupun siksaan, dari pandangan agama. Ini menunjukkan bahwa tindakan

¹³⁸ Warto and Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia," *Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98–112, <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>.

tersebut tidak diharamkan oleh syariat Islam. Secara lebih luas, ide halal dalam Islam tidak hanya berlaku untuk makanan dan minuman, melainkan juga mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti usaha, keuangan, interaksi sosial, dan kebiasaan sehari-hari lainnya.

Memastikan bahwa semua yang kita lakukan atau konsumsi adalah halal merupakan bagian penting dari praktik agama bagi umat Islam. Untuk masyarakat umum, kata "halal" dan "haram" memiliki arti yang cukup jelas. Halal berarti apa yang diizinkan atau diperbolehkan oleh syariat Islam, sementara haram adalah apa yang dilarang atau tidak diperbolehkan oleh syariat Islam.

Dalam Islam, terdapat banyak ajaran dan prinsip yang telah dijelaskan dengan baik dalam kitab suci seperti Al-Quran dan Hadis. Ajaran-ajaran ini memberikan arahan yang jelas tentang apa yang dianggap halal (yang boleh) dan haram (yang tidak boleh) dalam kehidupan sehari-hari umat Islam. Oleh karena itu, banyak hal yang sudah diatur secara jelas dalam dokumen-dokumen agama Islam seharusnya diterima tanpa keraguan oleh umat Islam.¹³⁹ Allah berfirman pada QS. Al-Baqarah 275:

﴿الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِيِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ﴾

¹³⁹ Nurjajjah Lingga and Malahayatie, "KONSEP Halal Haram Dalam Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Vol 03*, no. 02 (2024): 101–16, <https://doi.org/https://doi.org/10.57210/j-ebi.v3.i02.76>.

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”¹⁴⁰

QS. Al-Baqarah: 275 menjelaskan bahwa Allah mempersilakan jual beli sebagai bentuk usaha yang sah karena melibatkan usaha yang nyata, ada risiko, dan ada keuntungan bagi kedua pihak. Di sisi lain, riba dilarang karena hanya menguntungkan pihak yang memiliki modal tanpa adanya kerja yang produktif dan merugikan pihak lainnya, ayat ini merupakan dasar utama dalam membedakan usaha yang halal yang didasarkan pada keadilan, keterbukaan, dan kesepakatan kedua belah pihak, dengan usaha yang haram yang mencakup riba, penipuan, atau eksploitasi. Dengan demikian, dalam praktik modern, prinsip ini mengarahkan umat Islam untuk membangun usaha yang produktif, etis, dan terhindar dari praktik yang merusak berkah serta keadilan sosial.

Membuat Indonesia sebagai pusat industri halal dunia bukanlah hal yang mustahil. Indonesia sebenarnya memiliki kesempatan besar untuk mencapainya melalui sistem sertifikasi halal yang diatur oleh UU JPH. Beberapa indikator menunjukkan bahwa Indonesia memiliki populasi Muslim yang sangat besar, yaitu sekitar 260 juta orang atau sekitar 87 persen dari total penduduk. Angka ini menciptakan pasar yang sangat menarik.

¹⁴⁰ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

Selain itu, tingkat konsumsi masyarakat Indonesia adalah yang tertinggi di dunia. Oleh karena itu, tidak ada pasar lain yang lebih potensial dibandingkan Indonesia. Selanjutnya, hanya tinggal bagaimana masyarakat Indonesia mengelolanya. Untuk menumbuhkembangkan potensi bisnis halal di Indonesia, dibutuhkan beberapa strategi sebagai upaya akselerasi optimalisasi, diantaranya:

1. Harus ada peran maksimal dan campur tangan pemerintah.
2. Undang-undang Nomor 33 /2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) harus bisa menjadi alat yang bisa meng-engineer perubahan.
3. Adanya pengembangan SDM dan industri halal yang kuat.
4. Menjadikan sertifikasi halal sebagai bagian dari excellent service.

Bisnis halal dan haram menekankan bahwa kegiatan ekonomi dalam pandangan Islam tidak hanya fokus pada keuntungan uang, tetapi juga pada nilai berkah dan keadilan. Dengan mengetahui batasan halal dan haram, pelaku usaha dapat mempertahankan integritas usaha, melindungi konsumen, serta memastikan bahwa setiap transaksi sesuai dengan prinsip syariah. Ini menjadi dasar penting agar bisnis tidak hanya menjadi cara untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga menjadi sarana untuk mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan dan bernilai ibadah.

A. Definisi Halal Dan Haram Dalam Bisnis

Halal dan haram dalam dunia bisnis adalah dasar yang sangat penting dalam kajian ekonomi Islam, karena menjadi pedoman utama bagi orang Muslim dalam menentukan kegiatan usaha yang sesuai dengan syariat. Halal merujuk pada segala bentuk transaksi dan produk yang diperbolehkan serta mendatangkan keberkahan, sedangkan haram meliputi semua praktik yang dilarang karena mengandung unsur riba, gharar (ketidakjelasan), maysir (perjudian), dan penipuan.

Dengan memahami batasan ini, pelaku usaha tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga memastikan kelangsungan bisnis yang adil, transparan, dan demi kepentingan umat. Bab ini akan menjelaskan secara teratur prinsip-prinsip halal dan haram dalam bisnis, sehingga dapat berfungsi sebagai dasar etis dan praktis untuk pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Pertumbuhan ekonomi di zaman globalisasi sekarang ini berkembang dengan cepat. Para pelaku bisnis berusaha keras agar produk yang mereka tawarkan, baik itu barang maupun jasa, dapat diterima oleh masyarakat dan memberikan keuntungan dari hasil produksi mereka. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku bisnis untuk membangun kepercayaan konsumen dengan memproduksi barang-barang halal agar konsumen merasa nyaman saat menggunakan produk tersebut dan aman saat mengeluarkan uang untuk memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan. Rasa nyaman dan aman saat menggunakan produk halal sangat penting bagi konsumen karena dapat memengaruhi pilihan belanja dan pengeluaran mereka.¹⁴¹

Definisi halal dalam dunia usaha berarti semua jenis kegiatan ekonomi yang sejalan dengan aturan Islam. Ini mencakup barang, pelayanan, dan transaksi yang tidak mengandung riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). Usaha halal juga menekankan nilai kejujuran, keterbukaan, serta keberkahan dalam setiap langkah yang diambil. Contoh konkret adalah jual beli makanan halal, layanan keuangan syariah, dan wisata halal.¹⁴²

Definisi haram merupakan segala aktivitas yang tidak sesuai dengan aturan Islam, baik itu dari jenis barang maupun

¹⁴¹ rondang Herlina, "Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Industri Produk Halal," *AT-TA'AWUN Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah* 1, no. 1 (2025): 1–11, <https://jurnal.staimempawah.ac.id/index.php/attaawun/article/view/177>.

¹⁴² lingga and Malahayatie, "konsep halal haram dalam ekonomi islam."

cara berbisnis. Salah satu contohnya adalah jual beli minuman beralkohol, obat terlarang, daging babi, serta tindakan curang atau penipuan dalam transaksi. Usaha yang haram tidak hanya membahayakan konsumen tetapi juga merusak kepercayaan masyarakat serta bertentangan dengan maqashid al-shariah (tujuan syariah).¹⁴³

Dalam hukum Islam terdapat dua istilah yaitu halal dan haram yang berkaitan dengan bisnis produk halal. Halal mengacu pada segala sesuatu yang dianggap diperbolehkan menurut ajaran Islam. Sebaliknya, Haram berarti segala hal yang dilarang oleh hukum Islam. Oleh karena itu, saat memilih produk dari pelaku bisnis, konsumen harus sangat berhati-hati dan teliti dalam memilih produk yang halal.

Bisnis halal sangat terkait dengan produk yang diproduksi, yang didistribusikan ke masyarakat, serta penyediaan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal dalam Islam. Produk yang termasuk dalam kategori bisnis halal meliputi berbagai macam bidang seperti makanan, minuman, perbankan, kosmetik, obat-obatan, dan lain-lain.¹⁴⁴

Menyediakan produk yang halal dan aman adalah usaha yang sangat menjanjikan, karena dengan adanya sertifikasi dan label halal, dapat menarik pelanggan setia yang tidak hanya berasal dari kalangan muslim, tetapi juga dari masyarakat non muslim. Di sisi lain, bagi produsen yang tidak mencantumkan informasi halal saat menjual produknya di negara seperti Indonesia yang memiliki mayoritas penduduk muslim, produk mereka kurang laku sehingga merugikan usaha mereka sendiri.

Makanan dan produk halal bagi orang muslim terbukti berkualitas dan sangat baik untuk kesehatan manusia.

¹⁴³ Abdul Aziz et al., *Ekonomi Digital Dan Sistem Keuangan Islam*, ed. M. Zidny Nafi' Hasbi, *Jejak Pustaka*, 1st ed. (yogyakarta: Jejak Pustaka, 2023), 156, https://www.researchgate.net/publication/372364109_PENGEMBANGAN_INDUSTRI_HALAL.

¹⁴⁴ herlina, "Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Industri Produk Halal."

Sertifikasi dan label halal bukan hanya bertujuan memberikan ketenangan bagi umat Islam tetapi juga memberikan rasa tenang kepada para pelaku usaha. Terlebih lagi, dalam era globalisasi ekonomi dan pasar internasional, pentingnya sertifikasi dan label halal pada makanan semakin meningkat.

Oleh karena itu, industri halal memiliki peluang besar untuk berkontribusi dalam menyediakan makanan yang aman, berkualitas, bergizi, dan sehat. Industri halal juga sudah banyak diterapkan di negara-negara islam lainnya, dan beberapa negara non islam juga telah menjalankan industri halal ini. Hal ini menunjukkan bahwa industri halal dapat dinikmati tidak hanya oleh konsumen muslim, tetapi juga oleh non muslim.¹⁴⁵

Dapat dikatakan bahwa mengerti halal dan haram dalam bisnis bukan hanya soal hukum, tetapi juga berkaitan dengan nilai moral dan keberkahan dalam setiap aktivitas ekonomi. Bisnis yang halal akan memberikan keuntungan, keadilan, dan keberlanjutan untuk masyarakat, sedangkan bisnis yang haram bisa menyebabkan kerugian, ketidakadilan, serta menghilangkan keberkahan. Oleh karena itu, prinsip halal dan haram seharusnya menjadi acuan utama bagi pelaku usaha supaya setiap tindakan bisnis yang dilakukan tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga memiliki nilai ibadah dan memberikan manfaat bagi umat.

B. Jenis Jenis Bisnis Yang Halal Dan Haram

Dalam dunia usaha yang semakin rumit, mengetahui jenis-jenis bisnis yang diizinkan dan yang dilarang tidak hanya merupakan tuntunan agama, tetapi juga menjadi pedoman moral yang membantu pengusaha untuk mencapai keberkahan dan keberlanjutan. Yang halal dan haram dalam bisnis seperti garis yang jelas.

¹⁴⁵ An Ras Try Astuti and Rukiah, "Bisnis Halal Dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis," *AL MA'ARIEF: Jurnal Pendidikan Sosial* 1, no. 2 (2019): 142–56, <https://doi.org/10.35905/almaarief.v1i2.1139>.

Di satu sisi ada usaha yang sah, adil, dan bermanfaat bagi masyarakat, sementara di sisi lainnya terdapat praktik yang merugikan, menipu, dan melanggar aturan. Dengan memahami perbedaan ini dari awal, akan memperluas pemahaman tentang bagaimana Islam memberikan arahan praktis dalam memilih dan melaksanakan kegiatan bisnis, sehingga setiap langkah dalam berbisnis tidak hanya mendatangkan keuntungan uang, tetapi juga bernilai ibadah dan memberikan manfaat sosial.

Keinginan manusia untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang halal menyebabkan para penyedia dan produsen menyesuaikan produk mereka dengan kriteria halal menurut Islam. Sertifikasi halal berfungsi sebagai jaminan kualitas yang menyeluruh dan dapat digunakan untuk bersaing di pasar dengan memenuhi permintaan konsumen yang diinginkan. Masih sedikitnya produk yang terjamin halal menciptakan peluang besar di pasar halal yang bisa diambil oleh industri besar maupun kecil.

Dengan kata lain, produk yang telah mendapatkan sertifikat halal akan lebih mudah untuk memasuki pasar internasional yang semakin menerima nilai-nilai yang dianut oleh umat Islam. Jika selama ini konsep halal di Indonesia selalu ditanggapi dengan pandangan agama yang dominan, maka tulisan ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru kepada semua yang menggunakan jasa dan barang yang selama ini memiliki pemahaman berbeda soal kebijakan halal.

Akhirnya, ini diharapkan akan meningkatkan kesadaran mereka bahwa Sertifikasi halal tidak akan merugikan agama lain, bahkan dapat membantu memastikan produk mereka dapat diterima oleh konsumen Muslim di seluruh dunia.¹⁴⁶

Memenuhi kebutuhan untuk hidup dengan cara yang halal adalah hak utama bagi setiap umat Islam. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan iman, tetapi juga berhubungan dengan

¹⁴⁶ Astuti and Rukiah.

aspek kesehatan, ekonomi, keamanan, dan kegiatan ibadah. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim, seharusnya pemerintah secara proaktif menjaga warganya dalam memenuhi hak-hak dasar mereka.

Dengan demikian, pelaku bisnis atau produsen juga seharusnya memberikan perlindungan kepada para konsumen. Oleh karena itu, diperlukan peran yang lebih aktif dari pemerintah dalam mengatur sistem ekonomi, yang dijelaskan dalam strategi yang diterapkan oleh negara melalui berbagai regulasi bisnis.¹⁴⁷

Dalam agama Islam, terdapat pedoman mengenai jenis-jenis usaha yang tidak diperbolehkan dan yang diperbolehkan. Pedoman ini berdasarkan pada prinsip-prinsip moral dan hukum Islam yang dikenal dengan Syariah. Berikut adalah contoh usaha yang dilarang dan yang diperbolehkan dalam Islam.

Usaha yang Dilarang dalam Islam:

1. Termasuk Riba (Bunga): Menerima atau memberikan bunga (riba) dalam transaksi keuangan dilarang dalam Islam. Transaksi yang memiliki riba dianggap sebagai dosa besar dalam Islam.
2. Termasuk Maysir (Judicial gambling): Aktivitas judi, perjudian, atau jenis permainan yang bergantung pada kebetulan dan mengarah pada perjudian dilarang.
3. Termasuk Unsur Haram (dilarang): Berdagang atau melakukan investasi dalam produk yang dilarang dalam Islam, seperti alkohol, daging babi, narkoba, atau barang-barang dari industri perjudian atau haram.
4. Termasuk Gharar (Ketidakpastian): Mendapatkan manfaat dari ketidakpastian yang besar dalam suatu transaksi bisnis dianggap tidak sesuai dalam Islam.

¹⁴⁷ Warto and Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia."

5. Risiko Moral (Moral Hazard): Terlibat dalam usaha yang melibatkan risiko moral atau etika yang buruk, seperti asuransi yang mendorong orang untuk berperilaku tidak bertanggung jawab.

Usaha yang Dibolehkan dalam Islam:

1. Usaha yang Halal (Diperbolehkan): Menjual barang dan jasa yang halal, seperti makanan yang disiapkan menurut hukum makanan halal, pakaian tanpa bahan haram, dan lainnya.
2. Pertanian dan Beternak: Usaha dalam bidang pertanian, tanaman, dan peternakan dianjurkan dalam Islam, asalkan mengikuti hukum dan etika yang relevan.
3. Saham Syariah (Saham Islami): Berinvestasi dalam saham perusahaan yang mengikuti prinsip-prinsip Syariah, seperti yang tercantum dalam indeks saham Syariah.
4. Wakaf: Berinvestasi atau mengelola wakaf untuk kegiatan amal atau sosial.
5. Usaha yang Terbuka: Usaha yang transparan, jujur, dan tidak melakukan penipuan atau ketidakadilan dianggap baik dalam Islam.

Perlu dicatat bahwa pemahaman tentang bisnis dalam Islam dapat bervariasi antara berbagai mazhab (aliran dalam pemikiran Islam) dan tergantung pada penafsiran pribadi. Oleh karena itu, disarankan untuk berkonsultasi dengan seorang ulama atau cendekiawan Islam yang berkompeten jika Anda memiliki pertanyaan khusus tentang bisnis dalam konteks hukum Syariah.¹⁴⁸

Mengenai berbagai jenis usaha yang halal dan haram, dijelaskan bahwa Islam memberikan ketentuan yang jelas agar kegiatan bisnis tidak hanya fokus pada keuntungan finansial,

¹⁴⁸ Edo Segara Gustanto and Jaih Mubarak, "Kaidah Fikih "Al-Ashlu Fi Al-Asyaa' Al-Ibahah" Dalam Konteks Ekonomi Dan Bisnis Syariah," *Tamaddun Journal of Islamic Studies* 2, no. 2 (2023): 81–93, <https://doi.org/https://doi.org/10.55657/tajis.v2i2.143>.

tetapi juga menjaga keadilan, keberkahan, dan kebaikan untuk masyarakat. Usaha yang halal menjadi cara untuk mencapai keberlanjutan dan kesejahteraan bagi umat, sedangkan usaha yang haram dapat mengakibatkan kerugian moral, sosial, dan spiritual.

Oleh karena itu, setiap pelaku usaha harus selalu mempertimbangkan setiap langkah dalam bisnis berdasarkan prinsip syariah, agar usaha yang dilakukan bukan hanya legal, tetapi juga bernilai ibadah dan membantu menciptakan masyarakat yang adil dan sejahtera.

C. Kriteria Produk Dan Jasa Yang Halal

Dalam zaman modern yang dipenuhi inovasi dan kompetisi, pembahasan tentang syarat produk dan layanan yang halal semakin penting sebagai panduan bagi pengusaha Muslim. Halal bukan sekadar tanda, melainkan sebuah jaminan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan tidak mengandung hal-hal yang dilarang, baik dari sisi bahan, cara pembuatan, maupun metode distribusinya. kriteria ini memastikan bahwa setiap aktivitas bisnis dilaksanakan sesuai dengan ajaran, menjaga keadilan, keterbukaan, dan berkah.

Dengan memahami syarat halal, para pengusaha dapat membangun kepercayaan dari konsumen serta menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan, sehingga usaha tidak hanya memberikan keuntungan secara finansial tetapi juga memiliki nilai ibadah dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Sertifikasi halal adalah bukti bahwa barang yang dijual telah memenuhi standar kehalalan sesuai dengan fatwa MUI. Pertumbuhan jumlah orang di kelas menengah di Indonesia menjadi peluang besar dalam pemasaran. Khususnya untuk umat Islam yang mencapai 87% dari total jumlah penduduk negara ini. Secara perlahan, beberapa pabrikan mulai fokus pada pemasaran yang menyasar orang-orang muslim di kelas menengah dan tidak ragu untuk menawarkan jaminan halal melalui sertifikasi halal.

Dengan cara ini, sertifikasi halal memberikan banyak keuntungan untuk konsumen, produsen, dan pemerintah. Menyediakan makanan yang halal dan aman adalah usaha yang sangat menjanjikan, karena dengan adanya sertifikasi dan label halal, dapat menarik pelanggan setia yang tidak hanya berasal dari kalangan muslim, tetapi juga dari masyarakat non muslim. Di sisi lain, bagi produsen yang tidak mencantumkan informasi halal saat menjual produknya di negara seperti Indonesia yang memiliki mayoritas penduduk muslim, produk mereka kurang laku sehingga merugikan usaha mereka sendiri.

Makanan halal bagi orang muslim terbukti berkualitas dan sangat baik untuk kesehatan manusia. Sertifikasi dan label halal bukan hanya bertujuan memberikan ketenangan bagi umat Islam tetapi juga memberikan rasa tenang kepada para pelaku usaha. Terlebih lagi, dalam era globalisasi ekonomi dan pasar internasional, pentingnya sertifikasi dan label halal pada makanan semakin meningkat.

Oleh karena itu, industri halal memiliki peluang besar untuk berkontribusi dalam menyediakan makanan yang aman, berkualitas, bergizi, dan sehat. Industri halal juga sudah banyak diterapkan di negara-negara islam lainnya, dan beberapa negara non islam juga telah menjalankan industri halal ini. Hal ini menunjukkan bahwa industri halal dapat dinikmati tidak hanya oleh konsumen muslim, tetapi juga oleh non muslim.¹⁴⁹

Kriteria untuk produk halal harus memenuhi aturan yang ditetapkan oleh lembaga keagamaan Islam atau organisasi yang memberikan sertifikat halal yang resmi seperti Majelis Ulama Indonesia, Balai Penguji Obat dan Makanan, serta Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) dan Badan

¹⁴⁹ Warto and Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia."

Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Bisnis produk halal di Indonesia mengalami perkembangan yang cepat¹⁵⁰.

Masyarakat sangat memerlukan pengakuan terhadap produk yang dinyatakan halal, mengingat mayoritas warga Indonesia menganut agama Islam, sehingga memiliki potensi besar untuk pertumbuhan dan kemajuan dalam bisnis halal. Hal ini karena sebagai seorang Muslim, kita dilarang mengonsumsi produk haram atau menggunakan produk lain yang tidak diizinkan oleh ajaran Islam.¹⁵¹

Sebagaimana yang diungkapkan dalam firman Allah SWT di Surat Al-Baqarah ayat 173 sebagai berikut:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنَازِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ
فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ (١٧٣)

Artinya: “Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Akan tetapi, siapa yang terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”¹⁵²

Bisnis halal dan haram dalam QS. Al-Baqarah ayat 173 menegaskan bahwa Allah SWT hanya mengharamkan bangkai, darah, daging babi, serta hewan yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah, sehingga segala bentuk bisnis yang memperjualbelikan produk tersebut termasuk kategori haram, sedangkan bisnis halal adalah usaha yang memastikan bahan, proses produksi, distribusi, dan layanan sesuai syariat.

¹⁵⁰ Mahsun, Moch. *Halal supply chain performance pada jaminan produk dan layanan halal Toko Modern Basmalah PT. Sidogiri Mitra Utama*. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2024.

¹⁵¹ herlina, “Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Industri Produk Halal.”

¹⁵² Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

ayat ini juga memberi pengecualian dalam kondisi darurat untuk konsumsi pribadi, namun tidak membenarkan praktik bisnis haram, sehingga pedoman ini menjadi landasan utama bagi pelaku usaha Muslim agar mencari keuntungan dengan tetap menjaga keberkahan dan ketaatan pada hukum Islam.

Bisnis syariah tidak hanya melakukan kegiatan usaha seperti bisnis lainnya, tetapi juga menerapkan syariat serta aturan dari Allah dalam interaksi bisnis. Untuk membedakan bisnis syariah dengan yang tidak, kita bisa melihat ciri-ciri dan karakteristik yang unik dari bisnis syariah. Beberapa ciri tersebut adalah:

1. Selalu Berlandaskan Nilai Spiritual. Nilai spiritual adalah kesadaran setiap individu akan keberadaannya sebagai ciptaan Allah yang harus selalu menjalin hubungan dengan-Nya melalui ketaatan dalam setiap aspek kehidupan. Ada tiga aspek penting terkait nilai spiritual ini yang harus ada, yaitu: Konsep, Sistem yang diterapkan, Pelaku (individu).
2. Memahami Halal dan Haram Dalam Bisnis. Seorang pelaku bisnis syariah diharapkan mengetahui dengan baik apa yang benar (tahqiqul manath) dalam praktik usaha yang sah dan yang salah. Selain itu, mereka juga harus mengerti dasar-dasar hukum yang berlaku (tahqiqul hukmi).
3. Sesuai Dengan Syariat Dalam Praktiknya. Intinya terkait hal ini adalah adanya kesesuaian antara teori dan praktik, antara pemahaman dan penerapan. Oleh karena itu, pertimbangannya bukan hanya sekadar keuntungan dan kerugian secara materi.
4. Fokus Pada Hasil di Dunia dan Akhirat. Bisnis tentu dilakukan untuk meraih keuntungan, dan itu diperbolehkan dalam Islam. Karena tujuan dari bisnis adalah untuk

mendapatkan hasil material (qimah madiyah). Dalam hal ini, hasil yang didapatkan berupa harta.

5. Namun, seorang Muslim yang baik tentu tidak hanya memandang itu sebagai orientasi hidupnya. Lebih dari itu, tujuannya adalah mencapai kebahagiaan abadi di akhirat. Oleh karena itu, untuk mencapainya, seseorang perlu menjadikan bisnis yang dilakukan sebagai sarana ibadah dan memperoleh pahala di hadapan Allah.

Hal ini dapat tercapai jika semua aktivitas bisnis atau yang dilakukan berlandaskan pada aturan-Nya, yakni syariat Islam. Jika semua aspek tersebut dimiliki oleh seorang pengusaha Muslim, maka ia akan mampu menggabungkan antara realitas bisnis duniawi dan ukhrawi, sehingga memberikan manfaat bagi kehidupannya baik di dunia maupun di akhirat. Akhir kata, jadilah kaya agar kita dapat beribadah pada tingkat yang lebih tinggi lagi.¹⁵³

Perlu ditekankan bahwa memahami syarat produk dan layanan yang halal bukan hanya sekadar peraturan yang harus diikuti, tetapi juga merupakan sebuah komitmen etika dan spiritual dalam menjalankan usaha. Produk dan layanan yang memenuhi kriteria halal akan menciptakan kepercayaan, berkah, serta manfaat yang berkelanjutan bagi para pelaku bisnis dan masyarakat. Di sisi lain, mengabaikan prinsip ini bisa merusak reputasi usaha dan menghilangkan berkah dari keuntungan yang didapatkan.

Oleh sebab itu, menjadikan syarat halal sebagai acuan utama bukan hanya untuk menjaga kesucian transaksi, tetapi juga memastikan bahwa setiap kegiatan usaha yang dilakukan memiliki nilai ibadah dan berkontribusi pada terciptanya ekonomi yang adil, sehat, dan penuh berkah.

D. Pentingnya Bisnis Halal Bagi Umat Islam

¹⁵³ Gustanto and Mubarak, “Kaidah Fikih “Al-Ashlu Fi Al-Asy’ Al-Ibahah” Dalam Konteks Ekonomi Dan Bisnis Syariah.”

Bisnis halal mempunyai posisi yang sangat signifikan bagi orang-orang Muslim karena bukan hanya kegiatan ekonomi, tetapi juga merupakan elemen dari ibadah dan jalan untuk mencapai keberkahan hidup. Dalam ajaran Islam, setiap kegiatan dan transaksi yang dilakukan harus sesuai dengan prinsip syariah, sehingga penghasilan yang diperoleh tidak hanya bernilai uang tetapi juga memberikan ketentraman jiwa dan menjaga moralitas.

Hal ini menjadikan bisnis halal sebagai dasar bagi terbentuknya masyarakat yang adil, sejahtera, dan terhindar dari praktik yang merugikan secara spiritual maupun sosial. Oleh karena itu, diskusi mengenai keutamaan bisnis halal tidak hanya relevan dalam ranah ekonomi, tetapi juga menjadi bagian penting dari komitmen seorang Muslim dalam menjaga iman dan integritas hidupnya.

Bagi orang Islam, menjalankan bisnis halal bukan hanya pilihan, tetapi merupakan kewajiban yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Halal merujuk pada segala hal yang diizinkan oleh syariat, sedangkan haram adalah hal-hal yang dilarang. Kegiatan bisnis yang halal menjamin bahwa keuntungan didapatkan dengan cara yang baik, adil, dan membawa rezeki yang berkah. Ini sejalan dengan maqashid syariah yang menekankan perlindungan terhadap agama, jiwa, pikiran, keturunan, dan harta.¹⁵⁴ Allah berfirman pada QS Al Baqarah 275:

﴿الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

¹⁵⁴ Minarni et al., "Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah Dan Etika Bisnis Islami," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 10 (2024): 3075–86, <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15036>.

فَمِنْ جَاءَهُ مُوعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”¹⁵⁵

QS. Al-Baqarah: 275 menegaskan bahwa berbisnis dengan cara yang baik membawa banyak berkah, sedangkan riba merusak ekonomi dan kehidupan sosial. Ayat ini memberikan arahan kepada umat Islam untuk mendirikan sistem usaha yang adil, bermanfaat, dan terhindar dari praktik riba, sehingga bisnis tidak hanya menguntungkan tetapi juga mendatangkan keridhaan Allah SWT.

Pentingnya usaha halal juga terletak pada bagian perlindungan bagi konsumen. Barang halal memastikan bahwa produk dan layanan yang digunakan tidak mengandung unsur yang dapat membahayakan baik secara fisik maupun spiritual. Sertifikasi halal berfungsi sebagai alat penting untuk memberikan jaminan keamanan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Ini terbukti mampu meningkatkan daya saing barang di pasar internasional, khususnya di bidang makanan, kosmetik, dan pariwisata.¹⁵⁶

¹⁵⁵ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

¹⁵⁶ Syauqi Darmawan, “Pengembangan Industri Halal: Peluang Dan Tantangan Dalam Ekonomi Islam,” *Jurnal Sahmiyya* 3, no. 2 (2024): 443–51, <https://ejournal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/8468>.

Bisnis yang halal tidak hanya berpengaruh pada perorang, tetapi juga kepada masyarakat secara keseluruhan. Dengan mengikuti prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam, para pengusaha dapat menghindari kegiatan riba, gharar, dan maysir yang dapat merusak struktur sosial. Sektor halal terbukti dapat mendongkrak perkembangan ekonomi negara, memperkuat peran Indonesia sebagai pusat halal di dunia, serta menciptakan kesempatan kerja untuk masyarakat.¹⁵⁷

Bisnis halal merupakan simbol penting bagi umat Islam karena menunjukkan kesesuaian dengan ajaran agama sekaligus mempertahankan integritas moral dalam kegiatan ekonomi. Halal bukan sekadar tanda, tetapi merupakan sistem yang menjamin bahwa setiap transaksi terbebas dari unsur riba, gharar, dan maysir.

Oleh karena itu, bisnis halal menguatkan identitas umat Islam sebagai kelompok yang menghargai keadilan dan keberkahan dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis yang halal menjadi kewajiban untuk umat Islam karena setiap kegiatan ekonomi harus sesuai dengan aturan syariat. Prinsip halal memastikan bahwa semua transaksi terhindar dari riba, gharar, dan maysir, sehingga keuntungan yang didapatkan membawa keberkahan. Ini sejalan dengan maqashid syariah yang menekankan perlindungan terhadap agama, jiwa, pikiran, keturunan, dan kekayaan.¹⁵⁸

Bisnis halal juga berperan sebagai pelindung bagi konsumen. Barang-barang halal memastikan keselamatan fisik dan spiritual, serta meningkatkan keyakinan masyarakat. Sertifikasi halal menjadi alat penting untuk menjamin mutu

¹⁵⁷ Efriza Pahlevi Wulandari and Muhammad Djakfar, "Etika Bisnis Islam Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Sektor Industri Halal," *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 07, no. 02 (2022): 103–10, <https://doi.org/Doi.org/10.37366/jespb.v7i02.419>.

¹⁵⁸ Minarni et al., "Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah Dan Etika Bisnis Islami."

dan kejelasan produk, sehingga meningkatkan daya saing di pasar internasional.¹⁵⁹

Prinsip halal juga berkontribusi pada keberlanjutan. Usaha halal menekankan pemanfaatan sumber daya yang ramah lingkungan dan menjamin kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, usaha halal penting tidak hanya untuk umat Islam, tetapi juga untuk seluruh masyarakat dunia.¹⁶⁰

Bisnis yang dianggap halal adalah cara umat Islam menunjukkan ketaatan kepada perintah Allah. Kegiatan ekonomi yang halal memastikan bahwa uang yang didapat tidak terkontaminasi oleh hal-hal yang dilarang, sehingga menciptakan berkah dalam hidup. Hal ini dijelaskan dalam Al-Baqarah: 275 yang melarang riba dan mengizinkan transaksi jual beli.

Bisnis halal lebih dari sekadar kegiatan ekonomi, tetapi juga merupakan dasar utama dalam menciptakan sistem ekonomi Islam. Dengan memastikan semua transaksi sesuai dengan aturan syariat, umat Islam menjaga agar semua kekayaan yang didapat tidak tercampur dengan yang dilarang. Langkah ini memperkuat dasar ekonomi yang adil dan sosial yang berkeadilan.

Dalam dunia pemasaran, media sosial dan situs jual beli menjadi tempat persaingan yang baru. Barang-barang halal yang bisa dipamerkan di pasar online dengan cara yang menarik dan penjelasan yang jelas biasanya lebih menarik perhatian pembeli, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Di sinilah peran digitalisasi menjadi penting: sebagai jalan distribusi sekaligus alat promosi.

Kemampuan untuk memberikan konten halal yang mendidik, kreatif, dan relevan sangat mempengaruhi suksesnya merek dalam menembus pasar digital. Selanjutnya,

¹⁵⁹ Darmawan, "Pengembangan Industri Halal: Peluang Dan Tantangan Dalam Ekonomi Islam."

¹⁶⁰ Darmawan.

pembeli muda Muslim (dari generasi milenial dan Gen Z) cenderung ingin memastikan nilai-nilai etika di balik suatu produk. Mereka tidak hanya memikirkan aspek halal menurut syariah, tetapi juga keberlanjutan, keamanan bahan, dan dampak sosial dari produk itu.

Teknologi digital menciptakan kesempatan bagi produsen untuk menjelaskan asal bahan, cara pembuatannya, dan komitmen etika melalui platform yang interaktif. Ini menjadi keunggulan kompetitif yang penting dalam menciptakan kesetiaan pembeli halal modern.¹⁶¹

Dapat dicatat bahwa bisnis halal bukan hanya pilihan dalam ekonomi, melainkan suatu tanggung jawab moral dan spiritual bagi umat Islam. Dengan menjalankan usaha yang sesuai dengan syariat, seorang Muslim tidak hanya melindungi keberkahan rezeki, tapi juga ikut serta dalam menciptakan sistem ekonomi yang adil, bersih, dan berkelanjutan.

Kesadaran mengenai pentingnya bisnis halal menjadi pelindung bagi umat dalam menghadapi tantangan globalisasi dan modernisasi, sehingga nilai-nilai Islam tetap terjaga dalam segala aspek kehidupan. Pada akhirnya, komitmen terhadap bisnis halal adalah bentuk nyata dari ketaatan kepada Allah dan usaha untuk membangun masyarakat yang memiliki integritas serta penuh keberkahan.

¹⁶¹ Arum Indiharwati et al., *EKONOMI HALAL Prinsip Dan Aplikasi Dalam Produk Halal*, ed. M.E Abdul Majid Toyiyibi, 1st ed. (Jawa Timur: CV. Duta Sains Indonesia, 2025), www.dutasains.com.

BAB VII

DEFINISI KEUNTUNGAN DAN KEBERKAHAN DALAM BISNIS ISLAM

Bisnis dalam pandangan Islam tidak hanya dilihat sebagai cara untuk mendapatkan uang, tetapi juga sebagai kesempatan untuk mencapai keberkahan yang bermanfaat bagi pengusaha dan masyarakat luas. Keuntungan menunjukkan hasil keuangan dari kegiatan ekonomi, sementara keberkahan memberikan nilai rohani, keadilan, dan manfaat sosial yang membuat usaha menjadi ibadah dan diterima oleh Allah SWT.

Keuntungan adalah selisih antara pendapatan yang diperoleh oleh seorang pengusaha dari penjualan produk dan jasa serta biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk dan jasa tersebut. Tidak ada ukuran keuntungan yang mengikat yang harus diikuti oleh para pedagang dalam melaksanakan transaksi jual beli. Hal ini disesuaikan dengan dinamika dunia usaha secara keseluruhan serta keadaan pedagang dan barang dagangan, tetapi tetap harus memperhatikan aturan etik yang ditetapkan dalam Islam. Keuntungan juga dapat diartikan sebagai selisih antara harga pokok dan biaya yang dikeluarkan dengan hasil penjualan.

Para ekonom mendefinisikannya sebagai selisih antara total pendapatan dari penjualan dan total biaya, di mana total pendapatan adalah harga barang yang dijual. Total biaya operasional mencakup semua pengeluaran yang terkait dengan proses penjualan, baik yang terlihat maupun tersembunyi.¹⁶²

¹⁶² Jamin, “Analisa Hukum Islam Terhadap Keuntungan Dalam Jual Beli (Telaah Kritis Sirkulasi Ekonomi Dalam Transaksi Penjualan),” *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 03, no. 01 (2019): 96–114, <https://doi.org/https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>.

Semua pencapaian yang diraih tidak akan mempunyai arti jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Keberkahan ini menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan oleh para pengusaha muslim telah mendapat izin dari Allah SWT, dan dianggap sebagai bentuk ibadah. Keberkahan dalam usaha berarti bisa menikmati hasil yang didapat dan memberikan pengaruh positif bagi kehidupan sehari-hari, menjalankan bisnis keuangan syariah sesuai dengan aturan agama dan tidak menyimpang, serta dapat membantu orang-orang yang memerlukan.

Para responden memahami bahwa untuk mendapatkan keberkahan dapat dilakukan dengan merujuk kepada Al-Qur'an, kemudian menyatukan pemikiran antara pengurus mengenai akad yang benar dan terakhir menerapkan prinsip kehati-hatian. Selain itu, keberkahan juga dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia perusahaan, lalu meningkatkan manfaat bagi anggota.¹⁶³

Dengan kata lain, keuntungan dalam usaha Islam tidak hanya dilihat dari segi materi saja, melainkan juga harus selalu disertai dengan keberkahan yang memberikan nilai spiritual, keadilan, dan manfaat bagi sosial. Keuntungan yang tanpa keberkahan akan kehilangan arti sebenarnya, sedangkan keberkahan membuat setiap kerja keras menjadi ibadah dan mendapatkan keridhaan dari Allah SWT. Oleh sebab itu, perpaduan antara pencapaian keuangan dan keberkahan menjadi dasar penting untuk bisnis yang berkelanjutan dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

A. Definisi Keuntungan Dalam Bisnis

Konsep tentang keuntungan dalam bisnis syariah tidak hanya berhubungan dengan keuntungan finansial, tetapi juga dengan nilai-nilai spiritual dan sosial. Dalam Islam,

¹⁶³ Multazam Mansyur Addury, "Pemaknaan Laba Usaha Di Kalangan Pebisnis Keuangan Syariah," *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2023): 105–16, <https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.7944>.

keuntungan dianggap sah jika diperoleh dengan cara yang halal, tanpa riba, gharar, dan maisir. Konsep ini menekankan prinsip keadilan dan keseimbangan, di mana keuntungan bukan hanya hak pemilik modal, tetapi juga terkait dengan kepentingan masyarakat.

Bisnis syariah memandang keuntungan sebagai amanah yang harus dipertanggungjawabkan secara administratif, moral, dan spiritual. Keberkahan keuntungan menjadi indikator utama dalam konsep ini, yaitu sejauh mana keuntungan itu memberikan manfaat dan tidak merugikan pihak lain. Dalam konteks ini, pengakuan keuntungan harus didasari oleh transaksi yang sesuai dengan syariah dan pembagiannya perlu mempertimbangkan aspek keadilan.

Dalam konsep keuntungan menurut pandangan Syariah, keuntungan tidak hanya dilihat sebagai selisih positif antara pendapatan dan biaya seperti dalam pendekatan konvensional. Keuntungan dalam konteks Islam dilihat sebagai amanah yang memiliki dimensi spiritual, sosial, dan etik. Ini mencerminkan prinsip keadilan dan berkah dalam kegiatan bisnis.

Artinya, keuntungan bukan hanya untuk tujuan materi, tetapi juga memiliki aspek religius yang harus diperoleh dengan cara yang halal, adil, dan berkeadilan sosial. Oleh karena itu, dalam Islam, keuntungan yang didapat oleh suatu entitas bisnis harus sesuai dengan nilai-nilai syariat.¹⁶⁴

Al-Qur'an menekankan bahwa keuntungan sesungguhnya tidak semata-mata diukur dari hal-hal material, tetapi juga dari pandangan menuju kehidupan setelah mati yang memberikan keberkahan. Dalam QS. Asy-Syura ayat 20, Allah menyatakan bahwa orang yang menginginkan keuntungan di akhirat akan mendapatkan tambahan pahala,

¹⁶⁴ Aryanti wiwik, Syanda Hasni, and Masyhuri, "Konsep Laba Dalam Persepektif Syariah : Etis Terhadap Keberkahan Dan Keadilan Ekonomi Bagi Entitas Bisnis," *Journal of Islamic Economic Studies* 1, no. 2 (2025): 192–200, <https://journal.hamfara.com/hamfara/article/view/25>.

sedangkan mereka yang hanya berfokus pada keuntungan duniawi hanya akan memperoleh sebagian daripadanya tanpa imbalan di kehidupan setelah mati. Allah berfirman QS.Asy-Syura:20:

﴿مَنْ كَانَ يَرْيِدْ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ ۖ وَمَنْ كَانَ يَرْيِدْ حَرْثَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ﴾

Artinya: “Siapa yang menghendaki balasan di akhirat, akan Kami tambahkan balasan itu baginya. Siapa yang menghendaki balasan di dunia, Kami berikan kepadanya sebagian darinya (balasan dunia), tetapi dia tidak akan mendapat bagian sedikit pun di akhirat.”¹⁶⁵

Ayat ini menekankan bahwa cara hidup seseorang akan mempengaruhi jenis keuntungan yang bisa didapat. Allah mengungkapkan bahwa mereka yang mengejar keuntungan di akhirat, maka amal kebajikannya akan mendapatkan balasan yang lebih besar, sedangkan mereka yang fokus pada keuntungan duniawi hanya akan menerima sebagian dari rezeki dunia, tetapi tidak akan mendapatkan apapun di akhirat.

Ini menunjukkan bahwa manfaat dunia bersifat sementara dan terbatas, sedangkan manfaat akhirat abadi dan penuh berkah. Dalam dunia bisnis dan kehidupan saat ini, ayat ini mengingatkan kita bahwa berkah tidak hanya berupa materi, tetapi juga nilai spiritual dan sosial.

Pekerjaan yang halal, tidak terlibat riba, gharar, dan maisir, serta diniatkan untuk mencari ridha Allah, akan mendatangkan keberkahan yang melebihi nilai finansial. Dengan demikian, QS. Asy-Syura:20 mengajarkan bahwa keuntungan sejati adalah yang fokus pada akhirat, karena selain memberikan manfaat di dunia, juga menjadikan bekal abadi di hadapan Allah.

¹⁶⁵ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

Dalam menetapkan nilai keuntungan, penekanan akan pentingnya keadilan, keberkahan usaha, dan etika bisnis dalam kegiatan ekonomi sangat diperhatikan. Aktivitas perdagangan seharusnya berlandaskan pada nilai-nilai moral dan etika, dengan batasan pada keuntungan yang diizinkan agar tidak terjadi keserakahan. Ide tentang harga jual yang adil, yang mempertimbangkan kemampuan dan kebutuhan baik pembeli maupun penjual, menjadi dasar dalam menjalankan usaha.

Di samping itu, penting untuk menjaga keseimbangan antara keuntungan di dunia dan di akhirat, di mana keberkahan dalam menjalani hidup serta peningkatan iman juga perlu diperhatikan.¹⁶⁶

Keuntungan dalam usaha tidak hanya dilihat dari selisih positif antara uang yang masuk dan pengeluaran, tetapi juga sebagai tanda keberhasilan manajemen serta daya tarik untuk pertumbuhan usaha. Namun, menurut pandangan Islam, keuntungan dianggap sah hanya jika diperoleh dengan cara yang halal, tanpa riba, gharar, dan maisir. Oleh karena itu, keuntungan yang diperoleh tidak hanya menunjukkan keberhasilan dalam hal keuangan, tetapi juga menjadi sumber berkah yang memperkuat nilai ibadah dan tanggung jawab sosial dalam setiap kegiatan bisnis.

B. Definisi Keberkahan Dalam Bisnis Islam

Keberkahan dalam bisnis Islam seperti cahaya yang menerangi setiap langkah kegiatan, menjadikannya lebih dari sekadar jual beli, tetapi juga sebagai perjalanan spiritual untuk mendapatkan ridha Allah SWT. Keberkahan ini tidak hanya terlihat dalam bentuk keuntungan uang, tetapi juga dalam ketenangan jiwa, keberlanjutan usaha, serta manfaat yang dirasakan oleh masyarakat. Keberkahan adalah jiwa yang

¹⁶⁶ Hedy Tri Bachtiar et al., "Pemikiran Al Ghazali Dalam Penentuan Nilai Keuntungan (Margin)," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 2 (2024): 224–33, <https://doi.org/https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9784>.

memberi hidup pada bisnis, membuat setiap keuntungan menjadi ibadah dan setiap usaha memiliki nilai kebaikan.

Dalam sistem bisnis Islam, keberkahan (barakah) adalah konsep dasar yang menghubungkan aktivitas bisnis manusia dengan aspek spiritual dan sosial. Istilah barakah berasal dari bahasa Arab (baraka-yabruku-barakah) yang mengandung arti bertambahnya kebaikan atau adanya manfaat yang berkelanjutan.

Dalam dunia bisnis, keberkahan bukan hanya berarti kenaikan keuntungan finansial, tetapi juga mencakup ketenangan, manfaat, dan keberlanjutan dari hasil kerja yang dilakukan secara halal dan etis. ini menempatkan aspek spiritual sebagai inti dari kesuksesan bisnis. Dalam kerangka maqashid syariah, keberkahan merupakan perwujudan nilai-nilai Islam yang melindungi lima aspek kehidupan manusia, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Keberkahan terjadi ketika kegiatan bisnis tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan duniawi, tapi juga memberikan manfaat sosial dan moral bagi para pelaku dan masyarakat sekitar. Dengan kata lain, keuntungan finansial yang didapat tanpa keberkahan dianggap tidak membawa kebahagiaan sejati, karena hanya memberikan manfaat material, tetapi mengering secara spiritual.¹⁶⁷

keberkahan dalam bisnis Islam tidak hanya terkait dengan keuntungan finansial, tetapi juga dengan adanya kebaikan yang terus ada, berkembang, dan menyebar. Keberkahan menjadi indikasi bahwa usaha yang dilakukan sesuai dengan aturan agama memberikan manfaat bagi pelaku usaha, masyarakat, dan lingkungan, serta mendatangkan keridhaan dari Allah SWT. Karena itu, dasar norma yang

¹⁶⁷ risma Saraswati, "Makna Keberkahan Dalam Transaksi Keuangan Syariah : Studi Interpretatif Terhadap Pelaku Umkm Syariah," *Macrovia : Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2025): 41–61, <https://ejournal.stainumadiun.ac.id/index.php/macrovia>.

menegaskan bahwa iman dan ketakwaan merupakan kunci utama untuk memperoleh keberkahan dalam setiap kegiatan ekonomi, seperti yang telah dijelaskan Allah dalam QS. Al-A'raf. 96:

﴿وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَٰكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ﴾

Artinya: “Sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, niscaya Kami akan membukakan untuk mereka berbagai keberkahan dari langit dan bumi. Akan tetapi, mereka mendustakan (para rasul dan ayat-ayat Kami). Maka, Kami menyiksa mereka disebabkan oleh apa yang selalu mereka kerjakan.”¹⁶⁸

Ayat ini menekankan bahwa kebaikan dalam usaha tidak hanya tergantung pada cara ekonomi, tapi juga pada keyakinan dan ketaatan sebagai dasar spiritual. Dalam dunia bisnis, kebaikan berarti usaha yang sah, jujur, dan bisa dipercaya akan membawa hasil yang baik, bertahan, berkembang, dan menyebar. Kebaikan datang dalam bentuk rasa tenang, kelangsungan usaha, dan keuntungan sosial ekonomi untuk masyarakat.

Jadi, QS. Al-A'raf: 96 mengajarkan bahwa bisnis yang dijalankan sesuai dengan aturan agama akan menjadi sarana ibadah dan juga jalan menuju keridhaan Allah SWT, karena kebaikan adalah hasil dari menjalankan perintah Allah.

Bisnis dari sudut pandang Islam memiliki cara pandang yang berbeda dibandingkan dengan analisis kelayakan yang umum. Dalam ekonomi Islam, sebuah bisnis tidak hanya dinilai dari sisi uang atau teknis, tetapi juga seberapa jauh bisnis tersebut mengikuti prinsip-prinsip syariah dan bisa menghasilkan nilai barakah atau keberkahan dalam aktivitasnya. Cara ini membutuhkan gabungan antara logika

¹⁶⁸ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

ekonomi dan nilai-nilai Islam, sehingga tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga pada manfaat sosial, keadilan, dan keberlanjutan dalam waktu yang lama.

Dalam hal pasar dan pemasaran, para pelaku bisnis harus mempromosikan produk yang halal dan thayyib serta mengikuti etika bisnis menurut Islam, seperti kejujuran dalam iklan, keterbukaan harga, dan menghindari kecurangan atau informasi yang salah. Produk yang sejalan dengan nilai syariah umumnya mendapatkan kepercayaan tinggi dari konsumen Muslim.¹⁶⁹

Pada intinya, keberkahan dalam usaha Islam tidak hanya berkaitan dengan peningkatan profit, tetapi juga menyangkut nilai-nilai spiritual, keadilan, dan manfaat sosial yang luas. Keberkahan membuat kegiatan bisnis menjadi ibadah, memberikan rasa damai, dan mendatangkan ridha Allah SWT bagi pelaku usaha dan masyarakat. Oleh karena itu, setiap usaha yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariah harus selalu berusaha untuk mencapai keberkahan, sehingga keuntungan yang diraih tidak hanya bersifat materi, tetapi juga menjadi sumber kebaikan yang berkelanjutan.

C. Perbedaan Keuntungan Dan Keberkahan

Dalam dunia usaha, keuntungan biasanya dilihat sebagai tujuan utama yang menunjukkan kesuksesan keuangan. Tetapi, dalam Islam diajarkan bahwa di balik angka-angka materi ada aspek yang lebih penting, yaitu berkah. Perbedaan antara keuntungan dan keberkahan tidak hanya terletak pada ukuran hasil yang didapat, tetapi pada makna yang terkandung, laba memberikan nilai ekonomi, sementara berkah memberi ketenangan, keadilan, dan keridhaan Allah SWT. Memahami perbedaan ini sangat penting agar usaha tidak hanya fokus

¹⁶⁹ Juniar Rahmawati and Nur Islamiati, "DARI KEUNTUNGAN MENUJU KEBERKAHAN: PENDEKATAN ULANG STUDI KELAYAKAN BISNIS DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM," *Jurnal Pahlawan* | 21, no. 2 (2025): 290–95, <https://doi.org/10.57216/pah.v21i2.12>.

pada keuntungan, tetapi juga memiliki nilai ibadah dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Perbedaan antara keuntungan dan keberkahan dalam bisnis Islam menunjukkan bahwa Islam tidak hanya menilai hasil uang sebagai tanda keberhasilan. Islam juga memperhatikan seberapa jauh keuntungan itu memberikan manfaat sosial, ketenangan jiwa, dan keridhaan Allah. Memperoleh keuntungan yang halal penting sebagai ukuran keuangan, tetapi keberkahan membuat bisnis lebih berarti karena memberikan nilai-nilai spiritual, keadilan, dan kesejahteraan bagi masyarakat. Dengan begitu, bisnis bukanlah hanya kegiatan ekonomi, tetapi juga merupakan bentuk ibadah yang menghubungkan kehidupan dunia dengan kehidupan setelah mati.

Dalam usaha yang berbasis Islam, keuntungan diartikan sebagai perbedaan antara pemasukan dan pengeluaran yang didapat dengan cara yang sah, tanpa adanya riba, gharar, dan penipuan. Oleh karena itu, perhatian lebih diberikan pada elemen materi dan efisiensi.¹⁷⁰

Sementara itu, keberkahan merupakan nilai spiritual yang membuat keuntungan memberi faedah yang luas, kedamaian jiwa, serta keridhaan Allah, yang muncul melalui kejujuran, kepercayaan, keadilan, dan partisipasi dalam ibadah sosial seperti zakat dan infak.¹⁷¹

Perbedaan antara dua hal ini menekankan bahwa keuntungan adalah sesuatu yang bersifat sementara dan terkait dengan uang, sedangkan keberkahan adalah sesuatu yang

¹⁷⁰ Halida Bagraff, "Maksimalisasi Laba Perspektif Sekuler Dan Islam: Telaah Praktik Dan Dampak Bagi Bisnis," *Jbt (Jurnal Bisnis Dan Teknologi)* 12, no. 2 (2025), <https://doi.org/10.62045/jbt.v12i2.419>.

¹⁷¹ Sindy Veronika et al., "Pandangan Islam Terhadap Prinsip Berdagang: Perspektif Etika Dan Keberkahan," *JURNAL DIALOKA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi Islam* 3, no. 1 (2024): 15–32, <https://doi.org/https://doi.org/10.32923/dla.v3i1.4382>.

berlangsung lama, memberikan kesejahteraan bagi masyarakat, dan menjadikan usaha sebagai bentuk ibadah.

Agama Islam tidak melarang penganutnya untuk mencari keuntungan dan profit. Keuntungan yang dianggap sah dalam Islam adalah yang diperoleh secara adil, dengan penetapan harga yang wajar tanpa merugikan atau mengurangi hak-hak dari kedua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli. Ekonomi Islam tidak hanya berfokus pada keuntungan materi atau keuntungan duniawi semata, melainkan juga keuntungan di akhirat. Oleh karena itu, umat Islam dalam bertransaksi tidak hanya mengejar keuntungan dunia, tetapi juga keuntungan ukhrawi, yaitu bertindak dengan jujur dan terpercaya, bukan sebaliknya.¹⁷²

Seseorang yang ingin mendapatkan berkah akan melihat aktivitas usahanya sebagai bentuk ibadah, bukan hanya sebagai aktivitas ekonomi. Prinsip ini kemudian menjadi perbedaan utama antara sistem ekonomi Islam dan sistem ekonomi konvensional yang cenderung menjadikan keuntungan sebagai satu-satunya ukuran kesuksesan.¹⁷³

Strategi untuk mendapatkan keuntungan besar yang tidak bertentangan dengan syariat Islam bukan tanpa kemungkinan dipengaruhi oleh munculnya paham kapitalisme yang menghalalkan banyak cara untuk meraih keuntungan, yang sedikit banyak memengaruhi pola pikir dan kinerja masyarakat, termasuk di kalangan umat Muslim. Pandangan dalam Islam menyatakan bahwa tidak ada batasan tentang besar kecilnya keuntungan yang diambil dalam jual beli, sehingga ini dapat disalahartikan oleh penjual untuk membenarkan pengambilan keuntungan yang tidak wajar.

¹⁷² Jamin, "Analisa Hukum Islam Terhadap Keuntungan Dalam Jual Beli (Telaah Kritis Sirkulasi Ekonomi Dalam Transaksi Penjualan)."

¹⁷³ Saraswati, "Makna Keberkahan Dalam Transaksi Keuangan Syariah : Studi Interpretatif Terhadap Pelaku Umkm Syariah."

Islam memberikan kebebasan di pasar, di mana harga ditentukan oleh keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Namun, jika kondisi pasar tidak normal, seperti adanya upaya penimbunan dari pedagang dan permainan harga oleh mereka, maka prioritas harus diberikan kepada kepentingan umum dibandingkan kepentingan individu.

Dalam situasi yang berada di tengah krisis dan tidak menunjukkan tanda-tanda perbaikan, harga minyak dan beras melonjak. Terlebih dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat dan kurangnya pasokan komoditas tersebut di pasar. Sesuai dengan hukum ekonomi, fenomena ini sangat umum terjadi saat pasokan barang menipis, sehingga harga terus meroket. Kelangkaan yang terjadi belakangan ini pasti ada yang memprovokasi, terutama mengenai kelangkaan beras yang menyebabkan harga meningkat drastis.

Keadaan ini mencerminkan permainan para pedagang dan pengusaha. Namun, dalam pandangan Islam, di mana pun pelaku usaha dan pedagang tidak diperbolehkan untuk bersikap zalim, seperti menimbun barang atau menyembunyikan cacat produk dan lain sebagainya. Dalam Islam, mencari keuntungan diizinkan sejauh kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan harga yang dibayar oleh konsumen. Dari permasalahan ini muncul pertanyaan tentang bagaimana cara memperoleh keuntungan yang sesuai dengan syariat Islam.¹⁷⁴

Etika bisnis yang baik dapat membawa keberkahan dalam usaha, yang berarti kelangsungan usaha yang tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga menghadirkan ketenangan jiwa dan kepuasan batin. Keuntungan adalah salah satu sasaran utama dalam menjalankan bisnis, tetapi dalam pandangan Islam, keberkahan sering kali dianggap lebih penting. Keberkahan di

¹⁷⁴ Jamin, “Analisa Hukum Islam Terhadap Keuntungan Dalam Jual Beli (Telaah Kritis Sirkulasi Ekonomi Dalam Transaksi Penjualan).”

dunia usaha dipahami sebagai kualitas yang lebih dari sekadar keuntungan materi, tetapi juga mencakup ketenangan batin, hubungan baik dengan pelanggan, serta manfaat sosial yang lebih luas.¹⁷⁵

Dengan mengetahui beda antara keuntungan dan keberkahan, kita dapat melihat bahwa bisnis dalam Islam tidak hanya fokus pada keuntungan uang, tetapi juga pada nilai-nilai rohani dan sosial yang lebih tinggi. Keuntungan memberikan ukuran keuangan dari suatu usaha, sedangkan keberkahan membawa ketenangan, keadilan, dan ridha dari Allah SWT. Maka dari itu, bisnis yang sebenarnya dalam pandangan Islam adalah bisnis yang bisa menggabungkan keduanya, sehingga tidak hanya menguntungkan bagi pelaku usaha, tetapi juga memberi manfaat bagi masyarakat dan dianggap sebagai ibadah di hadapan Allah.

D. Cara Mencapai Keberkahan Dalam Bisnis Islam

Keberhasilan dalam bisnis menurut Islam bukanlah sesuatu yang terjadi secara tidak sengaja, tetapi merupakan hasil dari ketekunan dalam menerapkan aturan syariah dalam setiap transaksi. Keberkahan ini muncul dari prinsip-prinsip seperti kejujuran, amanah, dan keadilan, serta partisipasi dalam aktivitas sosial seperti zakat dan infak. Dengan melihat bisnis sebagai bentuk ibadah, keberkahan muncul bukan hanya sebagai keuntungan finansial, tetapi juga sebagai rasa damai dalam hati, kelangsungan usaha, dan keridhaan dari Allah SWT.

¹⁷⁵ Muhammad Nailul Author, "Etika Bisnis Dalam Kewirausahaan Santri: Antara Profit Dan Keberkahan," *Hasina: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Syariah* 1, no. 1 (2024): 71–79, <https://doi.org/10.35897/hasina.v1i1.1510>.

Allah berfirman pada QS. Al-Baqarah. 261 :

﴿مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سَنَابِلٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ۚ﴾ ٢٦١

Artinya: “Perumpamaan orang-orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah adalah seperti (orang-orang yang menabur) sebutir biji (benih) yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan (pahala) bagi siapa yang Dia kehendaki. Allah Maha Luas lagi Maha Mengetahui.”¹⁷⁶

QS. Al-Baqarah: 261 merupakan salah satu ayat yang paling kuat dalam menjelaskan arti keberkahan dalam dunia bisnis Islam. Dalam ayat ini terdapat perumpamaan yang sangat indah, aset yang dipakai untuk jalan Allah diumpamakan seperti benih yang dapat tumbuh menjadi tujuh bulir, dan masing-masing bulir memiliki seratus biji.

Ini berarti, satu benih kecil dapat berubah menjadi 700 biji, bahkan lebih, sesuai dengan kehendak Allah. Hal ini mengajarkan bahwa untuk memperoleh keberkahan dalam bisnis, kita perlu berbagi kebaikan, menjaga integritas, dan menjadikan usaha sebagai sebuah ibadah. Semakin banyak harta yang digunakan untuk kebaikan, semakin besar keberkahan yang Allah berikan. Dengan prinsip ini, bisnis dalam Islam tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga berfungsi sebagai sumber kesejahteraan sosial dan keridhaan Allah SWT.

Dalam perjalanan hidup manusia, seringkali bisnis dianggap hanya sebagai cara untuk mendapatkan uang dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, Islam memberikan pandangan yang jauh lebih dalam, bisnis bukan hanya kegiatan

¹⁷⁶ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

ekonomi, tetapi juga bagian dari ibadah yang dapat mendatangkan keberkahan dalam hidup.

Keberkahan dalam bisnis tidak hanya terlihat dari peningkatan kekayaan, tetapi juga dari ketenangan jiwa, kepercayaan masyarakat, serta ridha Allah SWT yang menyertai setiap langkah usaha. Seorang Muslim yang menjalankan bisnis dengan niat ibadah selalu menempatkan nilai-nilai spiritual lebih tinggi dari kepentingan material.

Prinsip-prinsip seperti kejujuran, amanah, dan keadilan tidak hanya sebagai etika, tetapi juga sebagai dasar untuk menjaga kelangsungan usaha yang sehat dan berkelanjutan. Selain itu, keterlibatan dalam amal sosial seperti zakat, infak, dan sedekah menjadikan bisnis sebagai cara untuk mendistribusikan kesejahteraan, memperkuat solidaritas umat, serta membersihkan harta dari hak orang lain.

Berikut adalah cara-cara untuk mencapai keberkahan dalam bisnis:

1. Kejujuran dan Amanah dalam Bisnis Islam

Dalam ajaran Islam, kejujuran dan amanah adalah dua hal penting yang menjadi dasar untuk mendapatkan keberkahan dalam berbisnis. Nabi Muhammad SAW pernah mengatakan, "Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada." Ini menunjukkan bahwa keberkahan tidak hanya terlihat dari keuntungan uang, tetapi juga dari posisi terhormat di hadapan Allah.

Kejujuran adalah ketika kita memberikan informasi yang sebenarnya tanpa menipu pembeli, sedangkan amanah adalah menjaga hak-hak orang lain, baik dari segi kualitas barang maupun pada saat berjanji dalam transaksi. Bisnis yang dijalankan dengan kedua prinsip ini akan menciptakan

kepercayaan, menguatkan hubungan sosial, dan membawa keberkahan yang bertahan lama.¹⁷⁷

2. Keadilan dalam Bisnis Islam

Dalam agama Islam, keadilan adalah dasar penting yang memastikan setiap transaksi dilakukan tanpa merugikan salah satu orang. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-An‘am. 152:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۚ وَأَوْفُوا

الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا تَكْلِفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا

وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۚ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَّكُمْ بِهِ ۚ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ

Artinya: “Janganlah kamu mendekati (menggunakan) harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, lakukanlah secara adil sekalipun dia kerabat(-mu). Penuhilah pula janji Allah. Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu mengambil pelajaran.”

Ayat ini menekankan bahwa keadilan dalam perdagangan termasuk kejujuran mengenai harga, mutu barang, dan pelayanan yang diberikan.

Keadilan berarti memberikan hak konsumen sepenuhnya, tidak menipu mengenai mutu barang, dan menjaga keseimbangan antara keuntungan bisnis dan kepentingan sosial. Dengan menerapkan keadilan, bisnis tidak hanya mendapatkan keuntungan finansial, tetapi juga membangun kepercayaan, menciptakan kerukunan dalam

¹⁷⁷ Diana Wulandari et al., “Ethical Internalization and the Quest for Barakah: A Socio- Economic Study of Business Integrity among Muslim Entrepreneurs in East Java,” *HARAMAIN: Jurnal Manajemen Bisnis* 05, no. 02 (2025): 265–71, <https://doi.org/https://doi.org/10.66931/jmb-43>.

masyarakat, dan menghasilkan keberkahan yang berkelanjutan.¹⁷⁸

3. Zakat dan Infak dalam Bisnis Islam

Dalam agama Islam, zakat dan infak merupakan alat penting untuk mencapai keberkahan dalam berbisnis. Zakat bertujuan untuk membersihkan harta dan merupakan kewajiban sosial yang menyalurkan sebagian hasil kepada orang-orang yang membutuhkan, sedangkan infak dan sedekah merupakan tindakan sukarela yang menguatkan rasa solidaritas di antara umat. Dengan melaksanakan zakat dan infak, seorang pengusaha tidak hanya menjaga kelangsungan usahanya, tetapi juga memastikan bahwa kekayaan dibagikan secara adil sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.¹⁷⁹

Keberkahan muncul karena harta yang sudah dibersihkan dari hak orang lain akan memberikan ketenangan pikiran, meningkatkan kepercayaan dari masyarakat, dan menjadikan usaha sebagai bentuk ibadah. Ini sejalan dengan firman Allah yang terdapat dalam QS.At-Taubah.103:

﴿ خذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴾

Artinya: “Ambillah zakat dari harta mereka (guna menyucikan³³²) dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (332) Zakat membersihkan mereka dari kekikiran dan cinta yang berlebihan terhadap harta.

¹⁷⁸ Veronika et al., “Pandangan Islam Terhadap Prinsip Berdagang: Perspektif Etika Dan Keberkahan.”

¹⁷⁹ Abdul Hamid and Jamaluddin, “PROMOTING SDGs: THE ROLE OF ZAKAT IN IMPROVING HUMAN DEVELOPMENT INDEX,” *IHTIYATH Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 7, no. 2 (2023): 152–59, <https://doi.org/https://doi.org/10.32505/ihthyath.v7i2.6998>.

4. Menghindari Riba dalam Bisnis Islam

Dalam ajaran Islam, riba adalah aktifitas yang dilarang karena menyebabkan ketidakadilan, mengeksploitasi, dan merugikan keberkahan harta. Allah SWT mengatakan dalam QS. Al-Baqarah: 275: “Allah mengizinkan perdagangan dan melarang riba”. Ayat ini menunjukkan bahwa keuntungan yang didapat dari riba tidak akan memberikan berkah, bahkan bisa membawa pada kerugian secara spiritual dan sosial.

Menghindari riba berarti memastikan usaha tidak terlibat dalam bunga bank, utang yang berbasis riba, atau transaksi yang merugikan orang lain. Sebagai alternatif, Islam mendorong sistem perdagangan yang halal, mudharabah, dan musyarakah yang berlandaskan kerjasama, risiko yang dibagi, dan keadilan. Dengan menjauhkan diri dari riba, bisnis akan lebih sehat, berkelanjutan, dan mendapatkan ridha dari Allah SWT.¹⁸⁰

5. Niat ibadah dalam bisnis islam

Dalam agama Islam, niat untuk beribadah sangat penting agar kegiatan bisnis tidak hanya fokus pada mendapatkan uang, tetapi juga memiliki nilai spiritual. Nabi Muhammad SAW bersabda: “Amalan itu bergantung pada niatnya, dan setiap orang akan mendapatkan balasan sesuai dengan niatnya” (HR. Bukhari dan Muslim). Dengan menjadikan bisnis sebagai ibadah, seorang Muslim menjadikan usahanya sebagai cara untuk mendapatkan ridha Allah SWT, bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan.

Fokus ibadah dalam bisnis berarti setiap transaksi dilakukan dengan kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan perhatian terhadap masyarakat, misalnya melalui zakat dan infak. Hal ini menjadikan bisnis sebagai sarana untuk berdakwah dan memberikan kontribusi yang nyata bagi

¹⁸⁰ Ulfa, Misbahuddin, and Nur Taufiq Sanusi, “Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam,” *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2025): 285–94.

kesejahteraan orang banyak. Kebaikan akan muncul karena usaha yang diniatkan untuk ibadah akan membawa ketenangan batin, keberlangsungan usaha, dan pahala di kehidupan setelah mati.¹⁸¹

Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini secara terus-menerus, usaha tidak hanya menjadi sarana untuk meraih keuntungan, tetapi juga bertransformasi menjadi jalan untuk mendapatkan berkah dan ridha dari Allah SWT. Ini adalah hal yang membedakan bisnis Islami dari metode ekonomi biasa: fokus pada ibadah yang menghasilkan berkah, bukan hanya untung sesaat.

Oleh karena itu, bab ini menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip tersebut bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga setiap aktivitas yang dilakukan benar-benar menjadi bentuk ibadah dan memberikan manfaat bagi diri kita, masyarakat, dan umat secara keseluruhan.

Keberkahan dalam usaha Islam hanya bisa dicapai dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah dengan konsisten, seperti kejujuran, kepercayaan, keadilan, dan perhatian sosial melalui zakat dan infak. Keberkahan bukan hanya sekadar tambahan pada profit, tetapi adalah jiwa yang membuat usaha menjadi ibadah, memberikan ketenangan hati, dan mendatangkan ridha dari Allah SWT. Maka, setiap pelaku usaha sebaiknya menjadikan keberkahan sebagai tujuan utama, agar usaha yang dilakukan tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga menjadi sumber kebaikan yang berkelanjutan bagi umat.

¹⁸¹ Wahyuddin, A. M. Nur Atma Amir, and Rahmawati Muin, "Transformasi Bisnis Sebagai Wahana Ibadah Dan Muamalah Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 1 (2024): 57–72, <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/viewFile/20322/8278>.

BAB VIII

TANTANGAN DAN SOLUSI ETIKA BISNIS ISLAM

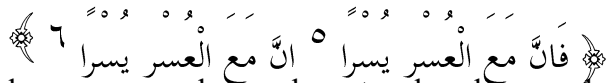
Perkembangan teknologi digital dan globalisasi ekonomi telah menciptakan banyak kesempatan bagi dunia usaha, tetapi juga menghadirkan berbagai tantangan yang rumit terkait penerapan etika bisnis Islam. Di satu sisi, digitalisasi memberikan peluang untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan inovasi, namun di sisi lain, ada masalah seperti keamanan data, iklan yang menipu, dan praktik yang mungkin melanggar prinsip syariah seperti riba, gharar, dan maysir.

Etika bisnis Islam berfungsi sebagai panduan moral dan spiritual yang mengarahkan pelaku bisnis agar tetap berpegang pada nilai keadilan, transparansi, dan kepercayaan. Tantangan yang ada seharusnya tidak dilihat sebagai penghalang, tetapi sebagai kesempatan untuk menghadirkan solusi strategis yang sesuai dengan ajaran syariah dan tetap relevan dengan kebutuhan bisnis modern.

Etika dalam bisnis menurut ekonomi Islam untuk menghadapi rintangan perekonomian di masa depan adalah dengan selalu mengikuti perubahan zaman dan berinovasi serta mengembangkan kemampuan diri agar bisa beradaptasi dengan situasi yang lebih modern dan maju. Tujuan dunia bisnis adalah untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang lebih baik sambil tetap mengutamakan etika dan moralitas.¹⁸²

Allah berfirman pada QS. Asy-Syarah. 5-6:

¹⁸² Sumarni et al., "Tantangan Etika Bisnis Islam Dalam Pergulatan Etika Bisnis Global," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume 3*, no. 3 (2023): 11437–48, <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>.



Artinya: “Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”¹⁸³

QS. Asy-Syahr 5-6 menyampaikan pesan yang sangat penting untuk dunia bisnis, terutama saat menghadapi rintangan dan mencari jalan keluar. Surah ini menekankan bahwa setiap kesulitan akan disertai dengan kemudahan, sehingga menjadi dasar spiritual bagi para pengusaha untuk tetap percaya diri, sabar, dan berinovasi.

Etika bisnis di dunia online menghadirkan tantangan yang sangat berbeda dibandingkan dengan masa lalu. Dengan munculnya teknologi seperti perdagangan elektronik, data besar, dan algoritma yang didasarkan pada kecerdasan buatan, etika bisnis sekarang harus memperhatikan isu privasi data, perlindungan konsumen, serta keterbukaan dalam pemanfaatan teknologi.¹⁸⁴

Pelaksanaan etika bisnis menurut Islam memang menghadapi berbagai tantangan, mulai dari kekurangan sumber daya hingga dorongan dari pasar. Namun, dengan menghadapi tantangan ini menggunakan strategi yang sesuai, hal ini bisa menjadi kesempatan untuk memperkuat integritas dan daya saing usaha syariah. Dengan adanya dukungan dari peraturan, pendidikan, teknologi, dan kerjasama dengan berbagai pihak, etika bisnis Islam dapat menjadi fondasi penting dalam membangun sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan bermartabat.

Tantangan besar yang harus dihadapi oleh penjual barang halal. Salah satu masalah utamanya adalah tidak adanya aturan yang jelas tentang cara mempromosikan dan

¹⁸³ Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

¹⁸⁴ Nova Rini et al., “Tantangan Dan Solusi Dalam Menerapkan Etika Bisnis Di Era Digital Sebagai Pola Pikir Pengusaha,” *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital* 01, no. 01 (2025): 52–63, <https://doi.org/http://doi.org/10.9030/jubisdigi.v1i1.932>.

menjual barang halal di dunia maya. Hal ini menciptakan celah yang bisa dimanfaatkan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan praktik bisnis yang tidak sesuai dengan prinsip maqashid syariah.

Contohnya, beberapa penjual mungkin tergoda untuk menggunakan cara pemasaran yang berlebihan atau bahkan menipu untuk menarik perhatian pembeli. Dalam situasi seperti ini, konsumen Muslim bisa menjadi korban dari praktik yang tidak etis, yang pada akhirnya dapat merusak kepercayaan mereka terhadap barang halal secara keseluruhan.¹⁸⁵

Untuk menghadapi tantangan peraruran yang jelas untuk mempromosikan dan menjual barang halal di dunia maya, diperlukan kerja sama antara penjual, pembeli, dan pihak pengatur. Penjual harus aktif dalam memastikan produk yang mereka jual memenuhi semua syarat kehalalan dan mengikuti prinsip maqashid syariah. Pembeli, di sisi lain, juga harus lebih teliti dalam menilai informasi yang disampaikan oleh penjual. Pihak pengatur dapat berperan penting dalam mengawasi cara berbisnis di platform digital, termasuk dengan menetapkan standar yang tegas untuk promosi dan penjualan produk halal.¹⁸⁶

kesulitan dalam menerapkan etika bisnis Islam di zaman digital bukanlah hambatan, tetapi kesempatan untuk memperkuat komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah. Setiap masalah seperti perlindungan data, iklan yang menipu, ataupun praktik yang mungkin melanggar ajaran syariah, sebenarnya bisa diatasi melalui penerapan solusi strategis yang berpegang pada keadilan, keterbukaan, dan amanah.

¹⁸⁵ Ali Mutaufiq et al., “ETIKA BISNIS E-COMMERCE DI TIKTOK DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH (Studi Kasus Penjual Produk Halal),” *Jurnal.Astinamandiri* 2, no. 3 (2024): 306–12, <https://doi.org/https://doi.org/10.55903/juria.v3i3.212>.

¹⁸⁶ Mutaufiq et al.

Dengan menjadikan etika Islam sebagai panduan utama, usaha tidak hanya dapat bertahan dari berbagai tantangan globalisasi dan digitalisasi, tetapi juga berkembang sebagai sarana ibadah yang mendatangkan keberkahan. Oleh karena itu, solusi yang diberikan oleh Islam harus terus diperbarui agar bisnis modern tetap sejalan dengan nilai-nilai spiritual, sosial, dan ekonomi yang diridhai oleh Allah SWT.

A. Tantangan Etika Bisnis Islam Di Era Digital

Tantangan Utama Etika Bisnis Islam di Era Digital, Kita harus menekankan bahwa perubahan teknologi tidak hanya menawarkan banyak kesempatan untuk dunia bisnis, tetapi juga menciptakan tantangan moral yang perlu diperhatikan dengan serius. Zaman digital telah merubah cara orang bertransaksi, cara informasi disebar, serta cara membangun kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen.

Dalam hal ini, prinsip etika bisnis Islam berfungsi sebagai panduan moral yang memastikan bahwa kemajuan teknologi tidak mengabaikan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan keberkahan. Oleh sebab itu, sebelum membahas tantangan lebih lanjut, sangat penting untuk memahami bahwa etika bukan hanya sekadar aturan tambahan, tetapi merupakan dasar yang memastikan bahwa bisnis digital tetap sejalan dengan prinsip syariah dan kebutuhan masyarakat yang modern.

Dalam zaman digital ini, perlindungan informasi menjadi hal yang sangat penting. Menjamin bahwa data yang disampaikan dengan jelas juga dilindungi dari akses yang tidak diizinkan atau penyalahgunaan menjadi tantangan tambahan. Tantangan lain yang berkaitan dengan teknologi dan perlindungan informasi adalah kebutuhan untuk memastikan bahwa data yang disampaikan dengan jelas juga aman dari akses yang tidak sah atau penyalahgunaan.

Dalam dunia digital yang saling terhubung, perusahaan perlu memperhatikan risiko perlindungan informasi, termasuk

serangan siber dan kebocoran data, yang dapat membahayakan integritas dan kepercayaan dalam laporan yang jelas.¹⁸⁷

Etika bisnis Islam merupakan bagian dari moralitas Islam yang terkait dengan prinsip-prinsip syariah, yang lebih menekankan konsep halal dan haram sesuai dengan instruksi Allah serta menghindari larangan-Nya. Bisnis dan etika adalah dua aspek yang saling berkaitan, sehingga etika bisnis tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai agama yang menjadi dasar tindakan dalam bisnis.

Ini dapat membatasi perilaku yang berpotensi menimbulkan masalah, seperti penipuan di internet, pencurian data, perilaku konsumen, dan lainnya, serta mempersiapkan untuk menghadapi berbagai tantangan etika bisnis di era revolusi industri. Etika bisnis Islam adalah sistem moral yang mengatur perilaku dalam dunia bisnis berdasarkan nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab.¹⁸⁸

Beikut adalah tantangan yang umum terjadi pada etika bisnis islam di era digital:

1. Keamanan Data Dalam Bisnis Digital

Salah satu masalah besar dalam perlindungan data di Indonesia adalah masih rendahnya tingkat kepatuhan perusahaan terhadap standar keamanan siber. Penelitian yang dilakukan oleh Indonesia Cyber Security Forum (ICSF) mengungkapkan bahwa sekitar 60% perusahaan di Indonesia belum memiliki kebijakan yang baik untuk melindungi data.

Di samping itu, masih ada kurangnya pemahaman di masyarakat tentang betapa pentingnya menjaga data pribadi, yang sering kali dieksploitasi oleh pelaku kejahatan siber melalui cara-cara seperti phishing dan rekayasa sosial.

¹⁸⁷ M.Ag Prof. Dr. Abdul Aziz, S.Ag., S.M. and M.E Naufal Luthfi Alifa, S.E., *ETIKA BISNIS ISLAM*, ed. Abu Hasan Mubarak, 2nd ed. (Cirebon: CV. Elsi Pro, 2025), 95, https://www.researchgate.net/publication/391865770_ETIKA_BISNIS_ISLAM_Penerbit_CV_Elsi_Pro.

¹⁸⁸ Ulfa, Misbahuddin, and Sanusi, "Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam."

Keamanan informasi dalam usaha digital sangat penting karena jika data bocor, bisa menimbulkan kerugian uang, merusak citra, dan menurunkan kepercayaan dari pelanggan. Di Indonesia, undang-undang tentang perlindungan data pribadi telah ditetapkan melalui UU No. 27 Tahun 2022 (UU PDP), tetapi pelaksanaannya masih menghadapi berbagai masalah teknis dan budaya.¹⁸⁹

2. Misleading Advertising Dalam Pemasaran Digital

Misleading advertising dalam pemasaran digital adalah metode promosi yang menjebak konsumen dengan pernyataan yang tidak benar atau bersifat manipulatif, yang di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Meskipun sudah ada peraturan, tantangan utama adalah membuktikan niat menipu dan rendahnya pemahaman digital di kalangan masyarakat. Penegakan hukum untuk iklan yang menipu di dunia digital mengalami berbagai rintangan baik dari segi struktur maupun teknis. Ada kesulitan dalam membuktikan maksud untuk menipu dan hubungan penyebab antara isi iklan dan kerugian yang dialami oleh konsumen, terutama ketika klaim yang digunakan tersembunyi atau ditampilkan secara visual dengan cara yang halus, sehingga sulit untuk diidentifikasi sebagai kebohongan yang jelas.¹⁹⁰

3. Larangan Riba Gharar Maysir Dalam Bisnis Digital

Larangan terhadap riba, gharar, dan maysir dalam kegiatan bisnis digital adalah aturan dasar syariah yang wajib diperhatikan agar semua transaksi baru tetap sejalan dengan

¹⁸⁹ Hanaya Tri Meyharin Sihotang et al., “Pentingnya Keamanan Data Pada Bisnis Digital: Regulasi, Tantangan Dan Implementasi Di Indonesia,” *Jebital: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* 2, no. 2 (2025): 34–48.

¹⁹⁰ Rizal B and Lucky Septari Rusli, “Fenomena Iklan Menyesatkan Di Ruang Digital: Perspektif Perlindungan Konsumen Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat,” *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 4 (2025): 1780–92, <https://share.google/tkFvm10qQQHxexTiz>.

prinsip Islam. Ketiga aspek ini menjadi hambatan signifikan di zaman fintech, e-commerce, dan investasi daring.

Larangan terhadap riba, gharar, dan maysir dalam dunia bisnis digital bukan hanya sekadar hukum fiqh, tetapi juga merupakan bentuk perlindungan etika untuk memastikan transaksi modern berlangsung dengan adil, transparan, dan memberikan berkah. Melalui penggunaan teknologi halal, aturan syariah, dan pemahaman digital Islami, usaha digital dapat tumbuh tanpa melanggar nilai-nilai Islam.¹⁹¹

4. Literasi Keuangan Islam Di Era Digital

Literasi keuangan Islam saat ini sangat penting karena orang-orang sering menggunakan e-wallet, marketplace, fintech, dan investasi online. Tanpa pengetahuan tentang prinsip syariah, kemungkinan terjebak dalam riba, gharar, dan maysir semakin tinggi. Literasi keuangan Islam di zaman digital bukan hanya tentang ilmu, tetapi juga melindungi etika dan mendapatkan berkah. Melalui pendidikan, aturan, dan teknologi yang sesuai, masyarakat dapat melakukan transaksi digital dengan aman, adil, dan sesuai dengan syariah.¹⁹²

5. Globalisasi dan persaingan bisnis Islam

Globalisasi dan kompetisi dalam bisnis Islam memberikan banyak kesempatan sekaligus tantangan dalam segi etika. Saat ini, bisnis syariah tidak hanya berkompetisi di pasar domestik, tetapi juga harus memenuhi kriteria internasional yang sering kali berbeda dari prinsip-prinsip Islam. Globalisasi meminta bisnis Islam untuk dapat bersaing sambil tetap mempertahankan identitas syariahnya. Melalui kerjasama internasional, inovasi digital halal, dan pemasaran yang etis, bisnis Islam dapat menjadi aktor global yang tidak hanya bersaing, tetapi juga membawa kebaikan.¹⁹³

¹⁹¹ Vera Susanti, "Etika Bisnis Dalam Manajemen Bisnis Syariah: Tantangan Dan Peluang Di Era Digital," *JIEB: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2025): 15–24, https://publikasi.stairu.ac.id/jieb/article/view/28?utm_source=copilot.com.

¹⁹² Susanti.

¹⁹³ Susanti.

Tentang Tantangan Utama Etika Bisnis Islam di Zaman Digital, bisa dikatakan bahwa kemajuan teknologi memberikan kesempatan sekaligus tantangan bagi integritas para pelaku bisnis. Masalah seperti perlindungan data, iklan yang menipu, serta praktik riba dan gharar membutuhkan solusi yang sesuai dengan prinsip syariah.

Etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai aturan normatif, tetapi juga sebagai dasar yang memastikan bahwa bisnis digital tetap membawa keadilan, berkah, dan manfaat untuk masyarakat. Dengan berpegang pada nilai-nilai Islam, para pelaku bisnis dapat mengubah era digital menjadi bukan hanya tempat untuk bersaing, tetapi juga sebagai cara untuk mendapatkan berkah di setiap transaksi.

B. Solusi Mengatasi Tantangan Etika Bisnis Islam Di Era Digital

Solusi Strategis Etika Bisnis Islam di Zaman Digital, penting untuk menyatakan bahwa setiap masalah yang timbul akibat kemajuan teknologi harus dihadapi dengan cara yang tidak hanya kreatif, tetapi juga berdasarkan nilai-nilai syariah. Solusi strategis bukan hanya tindakan teknis, tetapi juga usaha untuk menyatukan kemodernan dengan prinsip keadilan, keterbukaan, dan berkah.

Dengan adanya peraturan yang kuat, inovasi teknologi halal, dan pendidikan etika yang berkelanjutan, bisnis digital dapat tumbuh tanpa kehilangan panduan moral. Oleh karena itu, penjelasan mengenai solusi ini akan menunjukkan bagaimana etika Islam dapat menjadi dasar yang membantu pelaku usaha menghadapi zaman digital dengan penuh tanggung jawab dan berkah.

Pasar digital telah menyebabkan perubahan besar dalam cara bisnis beroperasi, memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk mengakses pasar global dengan lebih mudah. Namun, di balik semua kemudahan ini, terdapat sejumlah masalah etis yang muncul sebagai akibat dari

kemajuan teknologi dan perubahan cara pemasaran. Beberapa masalah utama dalam etika pasar digital dapat berdampak pada hubungan antara perusahaan dan konsumen, serta antar pelaku bisnis itu sendiri. Oleh sebab itu, sangat penting bagi pelaku bisnis untuk memahami dan menangani masalah-masalah ini dengan bijak.¹⁹⁴

Etika Bisnis Islam juga berfungsi untuk memberikan jawaban atas berbagai masalah sosial dan lingkungan yang dihadapi oleh masyarakat. Dengan menempatkan kepentingan sosial dan lingkungan sebagai prioritas dalam pengambilan keputusan bisnis, Etika Bisnis Islam berkontribusi untuk menangani isu-isu seperti kemiskinan, ketidakadilan, dan kerusakan lingkungan. Kegiatan bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan yang dianjurkan oleh Etika Bisnis Islam dapat menjadi cara yang efisien untuk menyelesaikan berbagai tantangan ini.¹⁹⁵

Etika bisnis dalam ekonomi Islam juga bertujuan untuk memberikan jawaban atas masalah di dunia bisnis Islam yang telah kehilangan nilai-nilai etika yang baik. Prinsip etika bisnis membangun kesatuan yang menghubungkan berbagai sudut pandang kehidupan dari banyak aspek seperti sosial, politik, budaya, dan ekonomi, sehingga dapat menciptakan keteraturan yang utuh, terpadu, satu, dan konsisten.¹⁹⁶

Berikut adalah solusi-solusi dari tantangan etika bisnis islam di era digital:

1. Regulasi Syariah Dalam Bisnis Digital

Aturan syariah dalam bisnis digital bertujuan untuk menjadi panduan agar transaksi modern tetap sejalan dengan prinsip-prinsip Islam, sekaligus melindungi konsumen dari praktik riba, gharar, dan maysir. Aturan ini menjadi dasar

¹⁹⁴ Indiharwati, St, And Sei, *Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Digital*, 42.

¹⁹⁵ Prof. Dr. Abdul Aziz, S.Ag., S.M. And Naufal Luthfi Alifa, S.E., *ETIKA BISNIS ISLAM*, 8.

¹⁹⁶ Ulfa, Misbahuddin, And Sanusi, "Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam."

penting dalam memasukkan etika Islam ke dalam dunia digital. Aturan syariah dalam bisnis digital bukan hanya tentang mengikuti hukum, tetapi juga menjaga kepercayaan dan keberkahan. Dengan adanya aturan, inovasi halal, dan peningkatan pengawasan, bisnis digital bisa berkembang dengan adil, jelas, dan sesuai dengan syariah.¹⁹⁷

2. Inovasi Teknologi Halal Dalam Bisnis Digital

Inovasi teknologi halal di dunia bisnis digital merupakan usaha untuk memberikan solusi modern yang tetap mengikuti prinsip-prinsip syariah, sehingga transaksi digital terhindar dari riba, gharar, dan maysir. Teknologi ini tidak sekadar alat, namun juga merupakan cara untuk menciptakan ekosistem bisnis yang beretika dan penuh berkah.

Inovasi teknologi halal di bisnis digital berfungsi sebagai penghubung antara kemodernan dan syariah. Dengan adanya peraturan yang kuat, kerja sama antar sektor, dan pendidikan untuk masyarakat, teknologi halal dapat menjadi pilihan etis yang bersaing di pasar global sekaligus mempertahankan berkah di setiap transaksi.¹⁹⁸

3. Pendidikan Etika Bisnis Islam

Pendidikan etika bisnis dalam Islam merupakan dasar penting untuk memastikan bahwa generasi pebisnis mengerti bahwa bisnis tidak hanya tentang mendapatkan keuntungan, tetapi juga tentang menjaga keberkahan, keadilan, dan tanggung jawab. Dalam zaman digital, pendidikan ini perlu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi agar tetap relevan dan efisien.

Pendidikan etika bisnis Islam adalah suatu investasi jangka panjang untuk membentuk pebisnis yang kompeten, memiliki integritas, dan mampu bersaing di dunia digital. Dengan adanya kurikulum yang terintegrasi, pemahaman

¹⁹⁷ Indiharwati, St, And Sei, *Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Digital*, 58.

¹⁹⁸ Susanti, "Etika Bisnis Dalam Manajemen Bisnis Syariah: Tantangan Dan Peluang Di Era Digital."

tentang teknologi halal, dan kerjasama antar bidang, pendidikan ini dapat menjadi pendorong bagi bisnis yang adil, berkelanjutan, dan penuh dengan keberkahan.¹⁹⁹

4. Transparansi Dan Akuntabilitas Dalam Bisnis Digital

Transparansi dan tanggung jawab dalam bisnis digital sangat penting untuk menciptakan kepercayaan di antara konsumen serta memastikan keberlangsungan usaha. Dalam pandangan Islam, kedua hal ini merupakan bagian dari tugas dan kejujuran yang harus dijaga. Transparansi dan tanggung jawab dalam bisnis digital merupakan dasar kepercayaan dan berkah. Dengan adanya aturan syariah, teknologi yang sesuai dengan hukum Islam, dan pemahaman konsumen, bisnis digital dapat berkembang dengan adil, aman, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.²⁰⁰

5. Kolaborasi Internasional Bisnis Islam

Kolaborasi antar negara dalam bisnis Islam adalah cara yang penting untuk memperkuat posisi ekonomi syariah di pasar dunia. Melalui jaringan internasional, bisnis Islam dapat bersaing dengan perusahaan besar dari berbagai negara dan tetap menyebarkan nilai-nilai kejujuran, tanggung jawab, dan berkah.

Kerja sama global membuat bisnis Islam lebih kokoh, kompetitif, dan mampu bersaing di tingkat internasional tanpa kehilangan prinsip syariah. Dengan menyelaraskan standar halal, berinovasi secara digital, dan mengutamakan branding yang etis, bisnis Islam bisa menjadi pemain kunci dalam ekonomi global dan sekaligus membagikan berkah.²⁰¹

Penerapan prinsip-prinsip syariah seharusnya tidak menghalangi inovasi, namun sebaliknya, menjadi dasar yang menguatkan kelangsungan usaha. Aturan yang tegas,

¹⁹⁹ Susanti.

²⁰⁰ Indiharwati, St, And Sei, *PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR DIGITAL*, 61.

²⁰¹ Susanti, "Etika Bisnis Dalam Manajemen Bisnis Syariah: Tantangan Dan Peluang Di Era Digital."

penggunaan teknologi halal, dan pendidikan etika yang berkelanjutan akan membantu memastikan bahwa kemajuan digital tetap selaras dengan nilai-nilai keadilan, keterbukaan, dan keberkahan. Dengan dedikasi pada solusi strategis ini, pelaku usaha Islam dapat memanfaatkan era digital sebagai kesempatan untuk berkembang, bersaing dengan sehat, dan meraih keberkahan dalam setiap urusan.

C. Pentingnya Pemahaman Etika Bisnis Islam

Dalam zaman sekarang yang dipenuhi dengan perubahan ekonomi dan persaingan internasional, banyak orang melihat bisnis hanya sebagai cara untuk mendapatkan uang. Namun, Islam menawarkan pandangan yang lebih dalam.

bisnis bukan hanya kegiatan ekonomi, tetapi juga merupakan bentuk ibadah dan pengabdian kepada Allah. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami etika bisnis Islam agar setiap transaksi tidak hanya menghasilkan uang, tetapi juga membawa berkah, keadilan, dan keseimbangan antara kepentingan dunia dan kehidupan setelah mati.

Etika bisnis Islam berperan sebagai panduan moral yang membantu pengusaha untuk mengutamakan nilai kejujuran dan tanggung jawab, menghindari praktik yang merugikan seperti bunga, ketidakpastian, dan perjudian, serta memastikan adanya keadilan sosial dalam setiap kegiatan ekonomi.

Dengan pemahaman yang mendalam, etika bisnis Islam dapat menjadi dasar untuk menciptakan sistem ekonomi yang berkelanjutan, adil, dan bernilai ibadah. Allah berfirman pada QS. An-Nisa. 29:

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka

di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”²⁰²

QS. An-Nisa: 29 menegaskan pentingnya memahami prinsip etika dalam bisnis Islam dengan melarang berbagai jenis transaksi yang tidak sah seperti riba, penipuan, dan eksploitasi. Ayat ini juga menekankan bahwa perniagaan harus dilakukan berdasarkan kesepakatan antara kedua pihak untuk menciptakan keadilan dan keterbukaan.

Selain itu, ayat ini mengingatkan agar manusia tidak merugikan diri sendiri. Dalam konteks bisnis saat ini, pemahaman etika Islam menjadi dasar untuk memastikan kejelasan dalam kontrak, kejujuran dalam pemasaran, keberlanjutan usaha, serta memberikan berkah dalam setiap kegiatan ekonomi. Ini berarti bahwa bisnis seharusnya tidak hanya fokus pada keuntungan materi, tetapi juga mengedepankan nilai moral dan sosial yang disukai oleh Allah SWT.

Etika bisnis Islam adalah dasar penting dalam melakukan kegiatan ekonomi yang tidak hanya fokus pada keuntungan materi, tetapi juga pada keberkahan dan kesejahteraan masyarakat. Memahami etika ini dengan baik sangatlah penting karena dunia bisnis saat ini semakin rumit dan rentan terhadap praktik yang menyimpang dari nilai-nilai syariah.

Dengan mengacu pada Al-Qur'an dan Sunnah, etika bisnis Islam menekankan prinsip tauhid, keadilan, kejujuran, amanah, serta melarang riba, gharar, dan maysir. Ini menjadikan bisnis sebagai bentuk ibadah dan kontribusi bagi masyarakat, bukan hanya sebagai cara untuk mencari keuntungan. Oleh karena itu, penting untuk mengajarkan dan memahami etika bisnis Islam sejak awal agar pengusaha dapat

²⁰² Agama, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*.

menghadapi tantangan global sambil tetap menjaga integritas dan keberlangsungan.²⁰³

Etika bisnis Islam berfungsi sebagai dasar moral dalam kegiatan ekonomi, memastikan setiap transaksi dilakukan berdasarkan kejujuran, keadilan, dan keberkahan. Pemahaman ini sangat penting karena dunia usaha saat ini tengah menghadapi masalah seperti kecurangan, eksploitasi konsumen, dan iklan yang menyesatkan.

Penelitian akademik menegaskan peranan etika bisnis Islam dalam membangun sistem ekonomi yang mengarah pada falah, yakni kebahagiaan dunia dan akhirat. Penerapan etika bisnis Islam dalam praktik nyata terbukti relevan di berbagai sektor, baik itu ritel maupun pasar tradisional. Penelitian lapangan menunjukkan bahwa para pedagang Muslim yang menerapkan prinsip kejujuran, amanah, dan larangan najasy mampu menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen. Hal ini menegaskan bahwa pemahaman etika bisnis Islam bukan hanya teori, melainkan adalah strategi manajemen yang efektif untuk menghadapi persaingan dunia usaha.²⁰⁴

Salah satu prinsip utama yang mendasari praktik bisnis yang etis dalam Islam adalah konsep masalah mursalah. Konsep masalah mursalah berhubungan dengan kebaikan atau keuntungan yang luas bagi masyarakat, meskipun tidak secara langsung diatur dalam nash (teks Al-Quran dan hadits). Ini berarti bahwa pelaksanaannya memerlukan ijtihad atau pemikiran mandiri para ulama untuk mengevaluasi apakah suatu kebijakan atau tindakan memberikan manfaat umum yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar syariah.

Hal ini penting untuk mempertimbangkan bagaimana pendidikan dan pemahaman etika bisnis Islam bisa

²⁰³ Prof. Dr. Abdul Aziz, S.Ag., S.M. And Naufal Luthfi Alifa, S.E., *Etika Bisnis Islam*.

²⁰⁴ Wartoyo, "Etika Bisnis Islam: Konstruksi Nilai Keseimbangan Dan Kemanusiaan," *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 10, no. 2 (2018): 229–44, <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i2.3369>.

dimasukkan ke dalam kurikulum lokal guna mendukung penerapan konsep masalah mursalah. Dengan memberikan pelatihan kepada para pedagang tentang nilai-nilai syariah dan praktik bisnis yang adil, mereka akan lebih mampu menjalankan usaha yang tidak hanya menguntungkan dari segi finansial tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat.²⁰⁵

Salah satu peran penting dari etika bisnis dalam Islam adalah menghindari terjadinya tindakan yang tidak adil dalam kegiatan bisnis. Dasar-dasar etika bisnis Islam menekankan pentingnya menghindari perlakuan yang merugikan atau menindas pihak-pihak lain. Salah satu tujuan utama dari etika bisnis Islam adalah menjauhkan diri dari praktik yang dilarang dalam Islam, seperti bunga, perjudian, dan tindakan yang merugikan manusia atau lingkungan.²⁰⁶

Pemahaman tentang etika bisnis Islami bukan hanya sebagai teori moral, tetapi juga sebagai dasar yang memandu semua kegiatan ekonomi supaya sejalan dengan nilai-nilai syariah, keadilan sosial, dan tujuan keberkahan. Dalam pandangan Islam, bisnis tidak hanya dilihat sebagai cara untuk mendapatkan keuntungan materi, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah yang memiliki nilai spiritual.

Oleh sebab itu, setiap transaksi harus dilakukan dengan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab, serta dijauhkan dari praktik yang dilarang seperti riba, gharar, dan maysir. Etika bisnis Islami menekankan pentingnya keadilan sosial, yaitu perlindungan terhadap hak konsumen, pekerja, dan masyarakat agar tidak ada yang teraniaya.

Ini menjadikan bisnis sebagai alat untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan pribadi dan kepentingan bersama. Dengan adanya etika, pelaku bisnis dapat

²⁰⁵ m. Sulaiman Ridwan And Widya Khaidir, "Integrasi Masalah Mursalah Dalam Etika Bisnis Islam Di Pasar Buah Km. 4 Perawang," *Al-Fikra : Jurnal Ilmiah Keislaman* 23, no. 1 (2024): 141–56, <https://doi.org/10.24014/af.v23i1>.

²⁰⁶ Prof. Dr. Abdul Aziz, S.Ag., S.M. and Naufal Luthfi Alifa, S.E., *ETIKA BISNIS ISLAM*, 10.

membangun kepercayaan yang kuat dengan mitra dan pelanggan, sehingga reputasi bisnis meningkat dan keberlangsungan usaha lebih terjamin. Selain itu, pemahaman tentang etika bisnis Islami juga meningkatkan kesadaran bahwa keuntungan yang sejati tidak hanya berupa uang, tetapi juga keberkahan dari usaha.

Keberkahan ini muncul ketika bisnis dijalankan sesuai syariat, memberikan manfaat bagi masyarakat, dan menjaga lingkungan. Dengan cara ini, bisnis menjadi sarana untuk mencapai kesejahteraan dunia sekaligus mendapatkan pahala di akhirat. Prinsip ini membuat usaha lebih kuat menghadapi krisis, karena dasar moral yang kuat menjaga pelaku bisnis tetap konsisten dalam memelihara integritas dan keadilan.²⁰⁷

Etika bisnis dalam Islam merupakan kelompok perilaku bisnis yang baik yang mengikuti nilai-nilai syariah yang menekankan pentingnya apa yang diperbolehkan dan dilarang. Dalam pandangan Islam, etika bisnis mengharuskan umat Muslim untuk menjalani aktivitas ekonomi dengan cara yang benar.

Aturan-aturan etika bisnis dalam Islam diambil dari Al-Qur'an dan Hadits, yang menjadi panduan bagi siapa saja dalam menjalankan bisnis mereka. Prinsip etika dalam bisnis membantu para pelaku usaha menghadapi masalah moral yang mungkin timbul dalam kegiatan bisnis mereka. Dengan memahami etika bisnis Islam dengan baik, sebuah usaha memiliki peluang kecil untuk mengalami kegagalan, dan dengan menegakkan prinsip yang tepat, mereka tidak akan merasa dirugikan. Masyarakat juga dapat merasakan banyak keuntungan dari transaksi jual beli yang dilakukan.²⁰⁸

²⁰⁷ Maulida, Novita, and Siti Femilivia Aisyah, "Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah," *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024): 49–61, <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740>.

²⁰⁸ Ulfa, Misbahuddin, And Sanusi, "Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam."

Memahami etika bisnis Islam bukan hanya sekadar diskusi akademis, tetapi juga merupakan kebutuhan penting dalam ekonomi saat ini. Etika ini berfungsi sebagai dasar yang menjaga keseimbangan antara pencapaian keuntungan duniawi dan pencarian keberkahan di kehidupan setelah mati. Dengan mengutamakan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sebagai acuan, para pelaku usaha dapat menciptakan sistem bisnis yang tidak hanya fokus pada profit, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat dan aspek spiritual.

Oleh karena itu, penting untuk terus mengajarkan dan mengembangkan pemahaman tentang etika bisnis Islam, agar setiap kegiatan ekonomi bisa menjadi bentuk ibadah yang mendatangkan keberkahan bagi individu, komunitas, dan umat secara keseluruhan. Dengan cara ini, bisnis dalam sudut pandang Islam akan selalu menjadi jalan untuk mencapai kesejahteraan yang adil, berkelanjutan, dan diridhai oleh Allah SWT.

PESAN BUKU

Buku Etika Bisnis Islam di Era Digital: Antara Keuntungan dan Keberkahan menegaskan “bisnis yang baik adalah bisnis yang menghasilkan keuntungan sekaligus keberkahan”, dan keduanya hanya bisa dicapai jika pelaku usaha berpegang teguh pada nilai-nilai syariah. Bisnis menurut pandangan Islam adalah sebuah ibadah.

Setiap kegiatan jual beli yang didasarkan pada kejujuran, keadilan, dan ketaatan kepada Allah SWT tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga membawa berkah yang memberi dampak baik bagi para pelaku usaha, masyarakat, dan generasi yang akan datang. Di tengah perubahan digital yang cepat, nilai-nilai etika bisnis dalam Islam tetap penting dan bahkan menjadi jawaban untuk berbagai masalah moral dalam dunia bisnis saat ini.

Seorang Muslim yang menjalankan usaha dengan baik tidak hanya akan berhasil secara finansial, tetapi juga akan mendapatkan ketenangan batin, kepercayaan dari orang lain, dan pahala di hadapan Allah SWT. Inilah esensi bisnis dalam Islam bukan hanya berusaha untuk memperoleh uang, tetapi menciptakan masyarakat yang adil, sejahtera, dan penuh berkah.

Buku ini mengungkapkan bahwa menjadi seorang pengusaha yang berhasil dan beriman seharusnya tidak saling bertentangan, melainkan merupakan dua aspek dari hal yang sama. Di tengah kemajuan digital dan global yang cepat, para pengusaha Muslim perlu pintar dalam bisnis, namun juga kuat dalam hal moral dan spiritual.

Jangan hanya mengejar keuntungan sebagai tujuan utama, karena keuntungan yang diperoleh tanpa kejujuran, keadilan, dan keberkahan akan terasa kosong. Manfaatkan teknologi digital untuk hal-hal baik untuk mempromosikan produk halal, membangun kepercayaan, dan menunjukkan

bahwa bisnis yang mengikuti prinsip syariah dapat bersaing di berbagai level.

Ingatlah bahwa setiap transaksi yang dilakukan dengan tujuan ibadah, berlandaskan amanah, dan disertai empati terhadap sesama akan mendatangkan keberkahan dari Allah SWT yang nilainya jauh lebih besar dibandingkan angka-angka di laporan keuangan. Seperti yang disampaikan oleh Rasulullah SAW, "Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang jujur, dan para syuhada" jadi jadilah pengusaha yang tidak hanya kaya di dunia, tetapi juga terhormat di hadapan Allah.

GLOSARIUM

NO	ISTILAH	DEFINISI / PENJELASAN
1	Akad (عقد)	Perjanjian atau kontrak dalam transaksi yang melibatkan ijab (penawaran) dan kabul (penerimaan) dari kedua belah pihak, sebagai syarat sahnya suatu transaksi dalam Islam.
2	Akad Ijarah	Akad sewa-menyewa; dalam konteks digital, merujuk pada penyediaan layanan sistem pembayaran dengan imbalan tertentu yang telah disepakati.
3	Akad Ju'alah	Akad pemberian imbalan atas pencapaian tertentu, misalnya cashback kepada pengguna atas transaksi dalam jumlah tertentu atau penggunaan rutin layanan.
4	Akad Salam	Akad jual beli di mana pembayaran dilakukan di muka untuk barang yang akan dikirim kemudian; dianggap sah selama spesifikasi barang jelas dan disetujui kedua pihak.
5	Akad Sharf	Akad pertukaran antara dua mata uang atau antara uang tunai dan uang digital; diperbolehkan dalam Islam dengan syarat dilakukan secara langsung tanpa keterlambatan.
6	Akad Wakalah	Akad perwakilan; dalam konteks marketplace digital, platform berperan sebagai wakil (perantara) antara penjual dan pembeli. Diperbolehkan dalam Islam dengan syarat kejelasan tugas, tanggung jawab, dan imbalan bagi wakil.
7	Akad Wadi'ah Yad Amanah	Akad titipan amanah; dalam konteks dompet digital, saldo yang disimpan oleh penyedia layanan dianggap sebagai titipan yang wajib dijaga dan tidak boleh digunakan tanpa izin pengguna.
8	Akhlak (أخلاق)	Istilah dalam Islam yang paling sesuai dengan makna "etika"; merujuk pada perilaku moral yang merupakan cerminan dari keimanan seseorang dan menjadi tolok ukur baik-buruknya tindakan.
9	Al-Amin (الأمين)	Gelar yang diberikan kepada Nabi Muhammad SAW yang berarti "yang terpercaya"; menjadi teladan bagi pelaku bisnis Muslim dalam menjalankan usaha dengan penuh kejujuran dan integritas.

10	Amanah (أمانة)	Sifat dapat dipercaya dan bertanggung jawab; dalam bisnis, berarti menjaga kepercayaan yang diberikan pelanggan, termasuk perlindungan data pribadi dan keterbukaan informasi produk.
11	Bisnis	Kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menawarkan barang dan layanan dengan tujuan mendapatkan keuntungan; dalam Islam dipandang sebagai ibadah jika dilakukan sesuai syariah.
12	Close Loop	enis uang elektronik yang hanya dapat digunakan sebagai alat pembayaran kepada penyedia barang/jasa yang merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
13	CSR (Corporate Social Responsibility)	Tanggung jawab sosial perusahaan; dalam Islam, sejalan dengan prinsip maqasid syariah yang menekankan kesejahteraan bersama, misalnya melalui zakat perusahaan dan program pemberdayaan masyarakat.
14	Data Pribadi	Informasi tentang individu yang dapat digunakan untuk mengenali seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung, mencakup nama, nomor identifikasi, lokasi, data biometrik, hingga keyakinan agama.
15	Disposable	Jenis uang elektronik yang tidak dapat diisi ulang setelah masa berlakunya habis atau nilainya sudah habis terpakai.
16	DSN-MUI	Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia; lembaga yang berwenang mengeluarkan fatwa terkait produk dan transaksi keuangan syariah, termasuk uang elektronik syariah.
17	E-Commerce	Perdagangan elektronik; kegiatan membeli, menjual, mempromosikan, dan memberikan layanan barang serta jasa melalui jaringan komputer/internet yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat.
18	E-Government	Layanan publik berbasis digital yang disediakan oleh pemerintah (mis. pembayaran pajak online, e-Samsat) dengan tujuan meningkatkan transparansi, efisiensi, dan akuntabilitas pelayanan publik.

19	E-Money (Uang Elektronik)	Bentuk uang yang disimpan secara digital pada perangkat elektronik seperti kartu pintar atau aplikasi ponsel; digunakan untuk beragam transaksi tanpa menggunakan uang tunai fisik.
20	E-Wallet (Dompet Digital)	Aplikasi yang memungkinkan pengguna menyimpan uang secara elektronik dan melakukan pembayaran dengan cepat; contoh di Indonesia: OVO, GoPay, DANA, LinkAja, ShopeePay.
21	Etika	Berasal dari kata Yunani "ethos" (kebiasaan); seperangkat nilai dan prinsip yang mengatur perilaku manusia agar bertindak sesuai dengan standar kebaikan, kejujuran, dan tanggung jawab dalam kehidupan sosial.
22	Etika Bisnis Islam	Seperangkat norma dan prinsip yang berasal dari Al-Qur'an, hadis, dan ijtihad ulama, yang mengarahkan kegiatan bisnis agar berlangsung secara adil, jujur, bertanggung jawab, dan penuh berkah sesuai syariah.
23	Falah (فلاح)	Keberhasilan dan kesejahteraan menyeluruh mencakup aspek duniawi dan ukhrawi; tujuan utama bisnis Islam bukan hanya profit, melainkan pencapaian falah bagi individu dan masyarakat.
24	Fintech (Financial Technology)	Inovasi dalam transaksi digital sektor keuangan yang menggabungkan teknologi dan layanan finansial; beralih dari layanan tradisional ke layanan berbasis aplikasi yang dapat diakses dari berbagai lokasi.
25	Fintech Lending	Layanan pinjaman berbasis teknologi finansial di mana pengguna dapat meminjam atau memberikan pinjaman secara online; membutuhkan pengawasan ketat agar terhindar dari praktik riba atau eksploitasi.
26	Gharar (غرر)	Ketidakpastian atau ketidakjelasan yang berlebihan dalam suatu transaksi yang dapat merugikan salah satu pihak; dilarang dalam Islam karena bertentangan dengan prinsip keadilan dan transparansi.
27	GDPR	General Data Protection Regulation; regulasi perlindungan data Uni Eropa yang menekankan transparansi, persetujuan, dan hak-hak pengguna; sejalan dengan prinsip syariah dalam perlindungan data pribadi.

28	GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai)	Kebijakan Bank Indonesia sejak 2014 untuk menciptakan masyarakat non-tunai melalui penggunaan uang elektronik dengan sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar.
29	Halal (حلال)	Segala sesuatu yang diizinkan atau diperbolehkan menurut syariat Islam; dalam bisnis mencakup produk, layanan, dan transaksi yang tidak mengandung riba, gharar, maysir, atau unsur haram lainnya.
30	Haram (حرام)	Segala sesuatu yang dilarang oleh syariat Islam; dalam bisnis mencakup transaksi riba, jual beli barang terlarang (alkohol, narkoba, daging babi), perjudian, dan penipuan.
31	Hifz al-'Aql (حفظ العقل)	Salah satu tujuan maqasid syariah: menjaga akal; dalam bisnis berarti menghindari produk yang merusak pikiran seperti alkohol atau obat-obatan terlarang.
32	Hifz al-Din (حفظ الدين)	Salah satu tujuan maqasid syariah: menjaga agama; mensyaratkan agar usaha berpatokan pada aturan syariah dan tidak melanggar prinsip halal-haram.
33	Hifz al-Mal (حفظ المال)	Salah satu tujuan maqasid syariah: menjaga harta; memastikan keadilan dalam setiap transaksi, melindungi hak kepemilikan, dan menghindari penipuan.
34	Hifz al-Nafs (حفظ النفس)	Salah satu tujuan maqasid syariah: menjaga jiwa; barang dan layanan yang disediakan tidak diperbolehkan membahayakan kesehatan atau keselamatan individu.
35	Hifz al-Nasl (حفظ النسل)	Salah satu tujuan maqasid syariah: menjaga keturunan; mendorong praktik bisnis yang ramah lingkungan agar generasi mendatang tetap dapat hidup di lingkungan yang sehat.
36	Ihsan (إحسان)	Kebenaran dan kebajikan; dalam etika bisnis Islam mencakup niat, sikap, dan tindakan yang benar dalam proses transaksi, cara memperoleh komoditas, dan menentukan keuntungan.
37	Inklusi Keuangan	Aksesibilitas layanan keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat; fintech syariah berperan mendorong inklusi keuangan dengan menyediakan produk halal yang dapat diakses secara digital.

38	Isti'dzan (استئذان)	Meminta izin; prinsip dalam QS. An-Nur:27 yang menjadi dasar etika syariah dalam pengelolaan data, yakni setiap akses terhadap informasi pribadi harus dilakukan atas persetujuan pemiliknya.
39	Investasi Online	Transaksi pembelian saham, reksa dana, atau instrumen keuangan lainnya melalui aplikasi digital; membutuhkan edukasi agar tidak terjebak dalam spekulasi berlebihan (maisir).
40	Keberkahan (Barakah)	Bertambahnya kebaikan dan manfaat dari suatu usaha; dalam Islam, keberkahan diperoleh melalui kejujuran, keadilan, dan kesesuaian transaksi dengan syariah, bukan semata-mata dari besarnya profit.
41	Kejahatan Siber	Tindakan kriminal yang memanfaatkan teknologi digital, meliputi phishing, malware, ransomware, pencurian identitas, dan skimming kartu; bertentangan dengan prinsip amanah dalam Islam.
42	Keuntungan (Profit)	Hasil finansial dari kegiatan bisnis; dalam Islam, keuntungan harus diperoleh dengan cara halal, adil, dan tidak merugikan pihak lain, serta disertai kewajiban menunaikan zakat.
43	Khiyar (خيار)	Hak pilihan dalam transaksi; hak penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi selama kedua pihak belum berpisah, sebagai bentuk perlindungan dan keadilan dalam jual beli.
44	Literasi Digital	Kemampuan memahami, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi digital secara kritis dan bertanggung jawab; penting dalam perlindungan data pribadi dan transaksi digital yang aman.
45	Maisir (Maysir) (ميسر)	Perjudian atau spekulasi; mendapatkan atau kehilangan sesuatu berdasarkan keberuntungan semata tanpa usaha yang jelas; dilarang dalam Islam karena bertentangan dengan prinsip keadilan.
46	Maqasid Syariah (مقاصد الشريعة)	Tujuan-tujuan syariah Islam yang mencakup perlindungan agama (din), jiwa (nafs), akal ('aql), keturunan (nasl), dan harta (mal); menjadi pedoman moral agar kegiatan bisnis membawa keadilan dan kesejahteraan.
47	Maslahah (مصلحة)	Kemaslahatan atau kepentingan umum; prinsip dalam ekonomi Islam yang menekankan bahwa

		setiap transaksi dan kebijakan bisnis harus memberikan manfaat bagi masyarakat luas.
48	Mobile Banking	Layanan perbankan yang dapat diakses melalui aplikasi ponsel untuk melakukan transfer, pembayaran tagihan, dan produk finansial digital; membutuhkan sistem keamanan siber yang kuat.
49	Mudharabah (مضاربة)	Akad kerja sama di mana satu pihak menyediakan modal dan pihak lain mengelola usaha; keuntungan dibagi sesuai kesepakatan dan kerugian ditanggung pemodal, sebagai alternatif halal dari sistem bunga.
50	Murabahah (مرا بحة)	Transaksi jual beli dengan harga pokok ditambah keuntungan yang telah disepakati secara transparan; salah satu produk keuangan syariah yang digunakan bank Islam sebagai pengganti bunga.
51	Musarakah (مشاركة)	Akad kemitraan modal antara dua pihak atau lebih; risiko dan keuntungan dibagi secara adil sesuai porsi kontribusi masing-masing, mendorong kerja sama yang tidak eksploitatif.
52	Multi-Purpose	Jenis uang elektronik yang dapat digunakan untuk berbagai jenis transaksi seperti pembayaran tol, transportasi umum, dan belanja; meningkatkan fleksibilitas penggunaannya.
53	Open Loop	Jenis uang elektronik yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran kepada penyedia barang/jasa yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
54	Pemasaran Digital (Digital Marketing)	Aktivitas promosi dan branding yang memanfaatkan berbagai platform berbasis web seperti media sosial, situs web, dan email; dalam Islam harus dijalankan dengan prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab.
55	Pemasaran Syariah	Strategi memenuhi kebutuhan melalui produk dan layanan halal berdasarkan kesepakatan dan kesejahteraan bersama; mengedepankan nilai teistis (rabhaniyyah), etis (akhlaqiyyah), realistik (al-waqi'iyah), dan humanistis (al-insaniyyah).
56	Phishing	Modus kejahatan siber di mana pelaku mengirimkan pesan atau email yang tampak resmi untuk mencuri informasi login atau data keuangan korban secara ilegal.
57	Privasi	Hak dasar setiap orang untuk mengontrol siapa yang dapat mengakses informasi pribadinya; dalam Islam

		merupakan bagian dari perlindungan martabat dan kehormatan manusia.
58	QRIS (QR Code Indonesian Standard)	Standar QR Code nasional untuk pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet digital, atau mobile banking; diluncurkan dalam rangka GNNT Bank Indonesia.
59	Reloadable	Jenis uang elektronik yang dapat diisi ulang apabila masa berlakunya telah berakhir atau nilainya sudah habis digunakan.
60	Riba (ربا)	Tambahan nilai (bunga) yang diambil dalam transaksi pinjaman tanpa adanya risiko yang dibagi bersama; diharamkan dalam Al-Qur'an karena mengandung ketidakadilan dan eksploitasi.
61	Sertifikasi Halal	Pengakuan resmi bahwa suatu produk atau layanan telah memenuhi standar halal menurut hukum Islam; berfungsi sebagai jaminan kualitas bagi konsumen Muslim dan membuka peluang pasar internasional.
62	Shiddiq (Sidq) (صدق)	Kejujuran dan kebenaran; salah satu sifat utama Nabi Muhammad SAW yang menjadi pilar etika bisnis Islam, mewajibkan pelaku bisnis menyampaikan informasi yang benar kepada konsumen.
63	Single-Purpose	Jenis uang elektronik yang hanya dapat digunakan untuk satu jenis transaksi tertentu, misalnya pembayaran tol.
64	Syariah (شريعة)	Hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah; menjadi dasar dan pedoman dalam seluruh aspek kehidupan termasuk kegiatan bisnis dan ekonomi.
65	Tauhid (توحيد)	Prinsip keesaan Allah SWT; dalam etika bisnis Islam, berarti semua aktivitas bisnis harus didasari oleh keyakinan bahwa Allah adalah satu-satunya sumber nilai dan aturan, menjadikan bisnis sebagai ibadah.
66	Transaksi Digital	Proses bertransaksi secara elektronik melalui perangkat yang terhubung ke internet, mencakup pembelian barang/jasa, pembayaran tagihan, dan kegiatan keuangan lainnya melalui platform digital.
67	Transparansi	Keterbukaan informasi dalam transaksi; salah satu prinsip utama etika bisnis Islam yang mewajibkan pelaku usaha menyampaikan informasi produk,

		harga, biaya, dan syarat secara lengkap dan jujur kepada konsumen.
68	UMKM	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; tulang punggung ekonomi Indonesia yang mendapat perhatian dalam etika bisnis Islam melalui akses fintech halal, pemasaran digital syariah, dan dukungan CSR.
69	UU Perlindungan Data Pribadi	Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi di Indonesia; mengatur hak individu atas data pribadinya dan kewajiban pengelola data untuk bertindak transparan dan bertanggung jawab.
70	Wirausahawan (Entrepreneur)	individu yang menghabiskan waktu dan menanggung risiko dalam menjalankan bisnis; dalam Islam, Nabi Muhammad SAW menjadi teladan wirausahawan yang sukses berkat sifat jujur, adil, dan amanah.
71	Zakat (زكاة)	Kewajiban mengeluarkan sebagian harta bagi yang mampu kepada yang berhak; dalam bisnis Islam berfungsi sebagai instrumen distribusi kekayaan yang berkeadilan dan mengurangi kesenjangan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- A.B, Eryna Syahadatina, Ahmad Fauzi, and Ahya Jazuli. "Personal Data Protection Policy In Law Number 27 Of 2022 In The Perspective Of Positive Law And Islamic Law." *Hukum Islam* 2, no. 1 (2025): 61–74. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/jhi.v23i1.20465>.
- Addury, Multazam Mansyur. "Pemaknaan Laba Usaha Di Kalangan Pebisnis Keuangan Syariah." *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2023): 105–16. <https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.7944>.
- Agama, republik indonesia kementrian. *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*. jakarta: Qur'an Kemenag, 2012. <https://lajnah.kemenag.go.id/>.
- Agusria, Putri Nandi Pinta. "Economic Impact of Ultra Micro Financing on Poverty Alleviation Among Woman in Rural Communities: Case Study Amartha." *JURNAL LOCUS: Penelitian & Pengabdian* 4, no. 9 (2025): 8366–82. <https://locus.rivierapublishing.id/index.php/jl%0AEconomic>.
- Ahzahro, Reima Sulistyowati. "Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management Strategi Peningkatan Penggunaan Inovasi Digital PLN Mobile Oleh Konsumen Unit Layanan Pelanggan Tulung Kabupaten Klaten Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)." *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management* 01, no. 06 (2023): 116–36. <https://doi.org/2988-0211>.
- Aina, Nur, Nur Allifah, Reno Kurniawan, and Dila Lusiana. "Differences Between Syariah And Conventional Business Feasibility Studies." *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2025, 8323–28.

- <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>.
- Algifari, Muhammad Alvin, and Rozi Andriani. “Maqasid Syariah Dalam Pengembangan Ekonomi Islam (Analisis Komprehensif Dan Implementasi).” *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar* 2, no. 3 (2024): 95–100. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.14522804>.
- Angriani, Parida. “Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Dalam Transaksi E-Commerce : Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif.” *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum* 19, no. 2 (2021): 149–65. <https://doi.org/https://doi.org/10.35905/diktum.v19i2.2463>.
- Ardi, Mulia. “Diskursus Etika Bisnis Islam Dalam Dinamika Bisnis Kontemporer.” *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2015). <https://doi.org/10.21274/an.2015.1.2.47-68>.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis: Cara Cerdas Dalam Memahami Konsep Dan Faktor-Faktor Etika Bisnis Dengan Beberapa Contoh Praktis*. 4th ed. Depok: RajaGrafindo Persada, 2017. <https://karyailmiah1.mercubuana.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/buku-etika-bisnis-bagi-pelaku-bisnis.pdf>.
- Aryanti wiwik, Syanda Hasni, and Masyhuri. “Konsep Laba Dalam Persepektif Syariah : Etis Terhadap Keberkahan Dan Keadilan Ekonomi Bagi Entitas Bisnis.” *Journal of Islamic Economic Studies* 1, no. 2 (2025): 192–200. <https://journal.hamfara.com/hamfara/article/view/25>.
- Astari, Chika Putri, Fitri Permata Wahyuni, Dian Ayu Larasati, Dini Nuranjani, and Arif Fadilla. “Pengaruh Penggunaan Transaksi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Akibat Dari Pandemi Covid-19.” *Journal of Business and Halal Industry* 1, no. 3 (2024): 1–10. <https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i3.224>.

- Astuti, An Ras Try, and Rukiah. "Bisnis Halal Dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis." *AL MA'ARIEF : Jurnal Pendidikan Sosial* 1, no. 2 (2019): 142–56. <https://doi.org/10.35905/almaarief.v1i2.1139>.
- Author, Muhammad Nailul. "Etika Bisnis Dalam Kewirausahaan Santri: Antara Profit Dan Keberkahan." *Hasina: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Syariah* 1, no. 1 (2024): 71–79. <https://doi.org/10.35897/hasina.v1i1.1510>.
- Aziz, Abdul, Muhammad Yazid, Rahmat Kurnia, Nur Azlina, and Muhamad Fauzi. *Ekonomi Digital Dan Sistem Keuangan Islam*. Edited by M. Zidny Nafi' Hasbi. *Jejak Pustaka*. 1st ed. Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2023. https://www.researchgate.net/publication/372364109_PENGEMBANGAN_INDUSTRI_HALAL.
- Aziza, Nur; Wardhani, Dyah Febria. "Evaluasi Keamanan Aplikasi Mobile Banking Ancaman Perlindungan Dan Studi Kasus Pada Sistem Perbankan Digital." *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Dan Robotika* 7, no. 1 (2025): 11–22. <https://doi.org/10.33005/jifti.v7i1.184>.
- B, Rizal, and Lucky Septari Rusli. "Fenomena Iklan Menyesatkan Di Ruang Digital: Perspektif Perlindungan Konsumen Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 4 (2025): 1780–92. <https://share.google/tkFvm10qQQHxexTiz>.
- Bachtiar, Hedy Tri, Yori Kemiain, Maman Surahman, and Nurul Novianti. "Pemikiran Al Ghazali Dalam Penentuan Nilai Keuntungan (Margin)." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 2 (2024): 224–33. <https://doi.org/https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9784>.
- Badriah, Lailatul, Dwiyanto Indiahono, and Sukarso. "Akuntabilitas Dalam Kebijakan Perlindungan Data

- Pribadi Di Indonesia.” *Jurnal Inovasi Kebijakan* 8, no. 2 (2024): 89–102.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21787/mp.8.2.2024.89-102>.
- Bagraff, Halida. “Maksimalisasi Laba Perspektif Sekuler Dan Islam: Telaah Praktik Dan Dampak Bagi Bisnis.” *Jbt (Jurnal Bisnis Dan Teknologi)* 12, no. 2 (2025).
<https://doi.org/10.62045/jbt.v12i2.419>.
- Bukhari, Al. *Sahih Al Bukhari*. sunnah.com, 2012.
<https://sunnah.com/search?q=khiyar>.
- BYGRAVE, LEE A. *Data Privacy Law An International Perspective*. 1st ed. new york: OXFORD University Press, 2014.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199675555.003.0008>.
- Darmawan, Syauqi. “Pengembangan Industri Halal: Peluang Dan Tantangan Dalam Ekonomi Islam.” *Jurnal Sahmiyya* 3, no. 2 (2024): 443–51. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/8468>.
- Darmawati, Hj. “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur’an Dan Sunnah.” *Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2017): 58–68.
<https://media.neliti.com/media/publications/58054-ID-etika-bisnis-dalam-perspektif-islam-eksp.pdf>.
- Diva, Mega, and Mochamad Isa Anshori. “Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review.” *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary* 2, no. 6 (2024): 1991–2002.
<https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple>.
- Dr. Drs. Suprayitno, M.Si. *Buku Ajar: KEWIRAUSAHAAN*, 2025.
https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_KE_WIRAUSAHAAN/pOSDEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&kptab=overview.

- Efilianti, Desi. "Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam : Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil." *ESA Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2018): 171–203. Farhana, Hana, Faiza Nafaki Azzahra, Nabilah Khoirun Nisa, Dika Saputra, and Fatiya Nur Nurhasanah. "Perkembangan Sejarah Kewirausahaan Dari Zaman Kuno Ke Era Digital." *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 3, no. 6 (2025): 76–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.18093424> Perkembangan.
- Fauzi, Ahmad, Muhtadi Ridwan, and Aunur Rofiq. "Digital Optimization In Improving Credibility Sharia Financing Institution." *Pena Justisia: Media Komunikasi Dan Kajian Hukum* 24, no. 1 (2025): 461–77. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/template+pena+justisia-fauzi++461-478.pdf>.
- Firdaus, Nayli Amirah, Ilham Takbir Al Azhiim, and Veda Ardellia. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perusahaan : Studi Literatur." *Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer* 3, no. 2 (2023): 132–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.495>.
- Gustanto, Edo Segara, and Jaih Mubarak. "Kaidah Fikih "Al-Ashlu Fi Al-Asy' Al-Ibahah" Dalam Konteks Ekonomi Dan Bisnis Syariah." *Tamaddun Journal of Islamic Studies* 2, no. 2 (2023): 81–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.55657/tajis.v2i2.143>.
- Hamid, Abdul, and Jamaluddin. "Promoting Sdgs: The Role Of Zakat In Improving Human Development Index." *Ihtiyath Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 7, no. 2 (2023): 152–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v7i2.6998>.
- Harahap, Fitri Handayani, and Muhammad Irwan Padli Nasution. "etika pengelolaan big data di dunia usaha:

- perspektif literatur terhadap privasi dan tanggung jawab sosial.” *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik* 2, no. 3 (2025): 100–107. <https://doi.org/h?ps://doi.org/10.61722/jmia.v2i3.4555>.
- Harahap, Purnama Hidayah. “Perlindungan Data Pribadi Dalam Transaksi Digital: Implikasi Regulasi, Keamanan, Dan Efisiensi Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Dan Hukum Islam.” *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi* 11, no. 27 (2025): 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.24952/yurisprudencia.v11i1.14929>.
- Herlina, Rondang. “Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Industri Produk Halal.” *At-Ta’awun Jurnal Hukum Ekonomi Syari’ah* 1, no. 1 (2025): 1–11. <https://jurnal.staimempawah.ac.id/index.php/attaawun/article/view/177>.
- Hidayati, Nurul. “Strategi Pemasaran Produk Halal Di Marketplace Digital.” *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2025). <https://oj.mjukn.org/index.php/jei/article/view/712>.
- Ibrahim, Said Safri, and Achmad Syamsul Huda. “Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Al-Qur’an Dan Hadits: Relevansinya Terhadap UMKM Di Kota Bogor.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 6, no. 8 (2025): 2609–29. <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i8.8056>.
- Ilham, Muhammad Ramadhani, Muhammad said Ridho, Yusuf Afrenoldi Todi, Rifqi Hidayat, and Mahipal. “Komparasi Hukum Indonesia Dan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Data Pribadi Dalam Transaksi Ekonomi Syariah Digital.” *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3, no. 4 (2025): 21. <https://doi.org/10.62281>.
- Imantoro, Jati. “Etika Bisnis Dalam Ekonomi Digital: Studi Kasus Penerapan Prinsip Kejujuran Pada Platform E-

- Commerce UMKM Di Indonesia.” *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 5, no. 1 (2025): 203–8. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i1.5968>.
- Indiharwati, Arum, Ary Fauziah Amini, Mochamad Heru Riza Chakim, Ahmad Maulidizen, Arie Haura, Rakhmawan Habibi, and Zulaikah. *Ekonomi Halal Prinsip Dan Aplikasi Dalam Produk Halal*. Edited by M.E Abdul Majid Toyyibi. 1st ed. Jawa Timur: CV. Duta Sains Indonesia, 2025. www.dutasains.com.
- Indiharwati, Arum, S St, and M Sei. *Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Digital*. Edited By M.T Anisah Nurul Izzah, S.T. 1st ed. Jawa Timur: Thalibul Ilmi Publishing & Education, 2025. <https://thalibulilmi.com/>.
- Iqbal, Riskun. “Digital Marketing Perspektif Etika Bisnis Islam.” *Pendidikan Dan Ekonomi* 8, no. 2 (2022): 250–68. <https://journal.an-nur.ac.id/index.php/mubtadiin>.
- Iriani, Umi, Chelsi Hestivik, Farhan Attoilah, and Hartono. “Islamic Business Ethics in the Digital Age : An Analysis of the Principles of Honesty and Transparency in E-Commerce.” *Jurnal Studi Kependidikan Dan Keislaman Vol. 15, no. 1* (2026): 633–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.54437/juw>.
- Jamin. “Analisa Hukum Islam Terhadap Keuntungan Dalam Jual Beli (Telaah Kritis Sirkulasi Ekonomi Dalam Transaksi Penjualan).” *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 03, no. 01 (2019): 96–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>.
- Kennedy, Alexander, William Hartato Surya, and Franciscus Xaverius Wartoyo. “Tantangan Dan Solusi Penerapan E-Government Di Indonesia Penulis.” *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau* 4, no. 2 (2024): 134–47. <https://doi.org/2798-9380>.
- Khalil, Yaqeen Faez, Muhamad Padli, Pathur Rahman, Ahmad Riki, and Syarif bin Muhammad Romli Samae. “Between

- Flexibility and Firmness: Imam Al-Hishni's Fiqh Methodology in Responding to Contemporary Islamic Economic Dilemmas." *NALAR FIQH: Jurnal Hukum Islam* 17, no. 01 (2025): 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.30631/nf.v1i19169>.
- Kholik, Jamaludin Acmad, and Imron Muzakki. "Implementasi Maqashid Syari'ah Dalam Ekonomi Islam Dan Psikologi Islam Jamaludin Acmad Kholik, Imron Muzakki." *Jurnal Of Psychology and Islamic Science* 5, no. 2 (2022): 1–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/happiness.v5i2.381>.
- Kirana, Marshella Sukma, Muhammad Iqbal Fasa, Universitas Islam, Negeri Raden, Intan Lampung, Strategi Pemasaran, and Era Digital. "Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Produk Bank Syariah Pada Era Digital." *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)* 3, no. 1 (2024): 76–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/v2i12.1251>.
- Kristiani, Dian Puji, Fitria Reni, Lala Nurlaila, and Milana Abdillah. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Implikasi Untuk Praktek Kontemporer." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis* 3, no. 2 (2024): 66–75. <https://doi.org/10.55904/cocreation.v3i2.1239>.
- Kuraesin, Siti, Tajul Arifin, and Ine Fauzia. "Analisis Hukum Islam Terhadap Perlindungan Hak Atas Privasi Dalam Pasal 12 The Universal Declaration of Human Rights." *Jurnal Agama Dan Hak Azazi Manusia* 14, no. 1 (2025): 158–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/inright.v14i1.3946>.
- Kusnadi, Sekaring Ayumeida, and Andy Usmina Wijaya. "Perlindungan Hukum Data Pribadi Sebagai Hak

- Privasi.” *Jurnal Al-Wasath* 2, no. 1 (2021): 19–32. <https://doi.org/10.47776/alwasath.v2i1.127>.
- Laudon, Kenneth C, and Carol G Traver. *E -Commerce Business. Technology. Society*. Edited by Steven Jackson. 12th ed. Inggris: Pearson Education Limited, 2016. https://materikuliahamdan.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/09/kenneth-c.-laudon-carol-travere-commerce-2016_-business-technology-society-2016-pearson.pdf.
- Lestari, Putri Sri, and Dedah Jubaedah. “Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam* 8, no. 2 (2023): 220–32. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4514>.
- Lingga, Nurjajiah, and Malahayatie. “Konsep Halal Haram Dalam Ekonomi Islam.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Vol* 03, no. 02 (2024): 101–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.57210/j-ebi.v3.i02.76>.
- Mahrani, Alda 'Arifatul Fuadah Alya Maharani. “Build Ethical Digital Marketing According to Islamic Business Ethics Perspective: Beyond Profit.” *Annual International Conference on Islamic Economics (AICIE)* 4 (2025): 294–301. <https://doi.org/https://prosiding.iaainponorogo.ac.id/index.php/aicie>.
- Majah, HR. Ibnu. *Kitab Ar-Ruhun, Bab Hak Pekerja*. Bogor: Quran Tazkia, 2022. <https://quran.tazkia.ac.id/ayat-hadist-ekonomi/40>.
- Mahsun, Moch. *Halal supply chain performance pada jaminan produk dan layanan halal Toko Modern Basmalah PT. Sidogiri Mitra Utama*. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2024.
- Maksum. “Transaksi Digital Dalam Perspektif Fikih Muamalah Telaah Terhadap E-Wallet Dan Marketplace.” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024): 306–12.

- Mariyam Ulfa, and Muhammad Iqbal Fasa. "Strategi Marketing Bank Syariah Di Era Digital." *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Logistik* 5, no. 3 (2024): 197–206.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6408>.
- Martinelli, Imelda, Christopher Howard, Louis Sebastian, and Rama Adi. "Dampak Digitalisasi Pada Perubahan Etika Dan Budaya Dalam Pembayaran Qris Pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara." *Jurnal Serina Abdimas* 1, no. 1 (2023): 48–55.
<https://doi.org/10.24912/jsa.v1i1.23970>.
- Maulena, Maulena, Teuku Zulkarnain, and Mariana Mariana. "Transformasi Bisnis Dengan Etika Bisnis Islam: Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah." *Jurnal Sosial Humaniora Sigli (JSH)* 7, no. 2 (2024): 49–61. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740>.
- Maulida, Novita, and Siti Femilivia Aisyah. "Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah." *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024): 49–61.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740>.
- Minarni, Indah Yuliana, Wahyuni Nanik, and Dyah Sawitr. "Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah Dan Etika Bisnis Islami." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 10 (2024): 3075–86.
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15036>.
- Monady, Hanief, Arif Mubarak, Muhammad Indra ZA, Galih Ramadhani, and EKa Darwanti. *Etika Bisnis Syariah Dalam Era Digital*. Palangka raya: Yayasan Zawiyah Miftahus Shudu, 2024. <https://digilib.uin-palangkaraya.ac.id/5544/>.

- Mukhlas, Abdullah Arif. “Manajemen Bisnis Rasulullah.” *Jurnal Al-Iqtishod* 8, no. 1 (2020). <https://doi.org/https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v8i1.87>.
- Muslim, HR. *Kitab Al-Buyu’, Bab Larangan Gharar*. Bogor: QURAN TAZKIA, 2022. <https://quran.tazkia.ac.id/ayat-hadist-ekonomi/40>.
- Mutaufiq, Ali, Candra Dwi Hardiana, Destiana Kumala, Ria Lestari Pangastuti, and Thomas Kartomo. “Etika Bisnis E-Commerce Di Tiktok Dalam Perspektif Maqashid Syariah (Studi Kasus Penjual Produk Halal).” *Jurnal.Astinamandiri* 2, no. 3 (2024): 306–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.55903/juria.v3i3.212>.
- Muttaqin, Qaidul, and Umrotul Khasanah. “Analisis Kepatuhan Prinsip Syariah Dalam Layanan E-Money Perspektif Maqashid Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 1806. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8972>.
- Mz, Shazia Mirza, Habriyanto, and Beid Fitrianova Andriani. “Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Di Toko Aufa Pecah Belah Kecamatan Tabir Kabupaten Merangin.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 3 (2026): 2748–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v7i3.67141>.
- Nafi’ah, Uswatun. “Transaksi Digital (e-Commerce) Pada @ghanie_lee.Shop Kediri Dalam Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000.” *At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2024): 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.33367/at.v6i1.1487>.
- Nafisya, Zahwah Aulia, and Nasrullah Sapa. “Implikasi Hukum Islam Terhadap Transaksi Ekonomi Digital.” *Media Hukum Indonesia (MHI)* 3, no. 4 (2025): 602–8.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.17685974>.
- Novita, Mona, M. Syukri Ismail, Muhammad Solihin, and Muhammad Asman. *Umkh Bertumbuh Melalui Pentahelix Colaboration*. Ponorogo: Wade Group National Publising, 2023.
- Pasaribu, Lamtiur Mayogi Rohana. “Analisis Prinsip Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri).” *Chemical Reviews*. Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.
- Pratiwi, Nurul, Idha Fadihilah Sofyan, Saiful Muhlis, and Lince Bulutoding. “Kajian Komparatif Syariah Enterprise Tehory Dengan Paragdima Bisnis Konvensional.” *EL-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2024): 26–37.
- Prihatta, Hajar Swara. “Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Hukum Bisnis Islam* 8, no. 1 (2018): 97–123.
- <https://media.neliti.com/media/publications/504550-none-03c4b4c6.pdf>.
- Prof. Dr. Abdul Aziz, S.Ag., S.M., M.Ag, and M.E Naufal Luthfi Alifa, S.E. *Etika Bisnis Islam*. Edited by Abu Hasan Mubarak. 2nd ed. Cirebon: CV. Elsi Pro, 2025.
- https://www.researchgate.net/publication/391865770_ETIKA_BISNIS_ISLAM_Penerbit_CV_Elsi_Pro.
- Publikasi, Jurnal, Sistem Informasi, Khairani Alawiyah Matondang, Tia Handani, Annisa Handayani, and Fidia Wati. “Etika Bisnis Dalam Perlindungan Data Pribadi Konsumen Di Era Bisnis Digital : Dalam Studi Literatur,” no. September (2025).
- Putritama, Afrida. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah.” *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 7, no. 1 (2018).
- <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19356>.

- Rahmadani, Ardita Esti, Yoga Pangestu, and Nur Halizhah. “Perlindungan Data Pribadi Di Era Digital: Tantangan Dan Solusi Dalam Sistem Perbankan” 2, no. 4 (2024): 180–86.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.14060556>.
- Rahmawati, Azizah, and Shintya Terisna Sari. “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Masyarakat Modern.” *Manajemen Bisnis Syariah* 3 (2023): 7.
- Rahmawati, Juniar, and Nur Islamiati. “Dari Keuntungan Menuju Keberkahan: Pendekatan Ulang Studi Kelayakan Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Pahlawan* | 21, no. 2 (2025): 290–95.
<https://doi.org/10.57216/pah.v21i2.12>.
- Rahmawati, Nabilla Ishika. “Pengaruh Efisiensi Transaksi, Pengelolaan Keuangan Pribadi, Dan Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan E-Money.” Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, 2024.
- Ramadhan, Abdul Rahman. “Etika Privasi Dan Akhlak Islam Dalam Era Digital Surveillance.” *Al-Maktabah: Jurnal Studi Islam Interdisiplin* 01, no. 02 (2024): 18.
<https://journal.syamilahpublishing.com/index.php/maktabah/>.
- Ridwan, M. Sulaiman, and Widya Khaidir. “Integrasi Masalah Mursalah Dalam Etika Bisnis Islam Di Pasar Tuah Km. 4 Perawang.” *Al-Fikra: Jurnal Ilmiah Keislaman* 23, no. 1 (2024): 141–56.
<https://doi.org/10.24014/af.v23i1>.
- Rima, Kadek, Anggen Suari, and I Made Sarjana. “Menjaga Privasi Di Era Digital: Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia.” *Jurnal Analisis Hukum* 6, no. 1 (2023): 132–46.
<https://doi.org/10.38043/jah.v6i1.4484>.
- Rini, Nova, Rasenda, Hari Wiyana, and Abhitah Daffa Setiawan Putra. “Tantangan Dan Solusi Dalam Menerapkan Etika Bisnis Di Era Digital Sebagai Pola

- Pikir Pengusaha.” *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital* 01, no. 01 (2025): 52–63. <https://doi.org/http://doi.org/10.9030/jubisdigi.v1i1.932>.
- Rozi, Zikri Rahmani, and Dini Oktariani. “Etika Bisnis Dalam Perspektif Sunnah Nabi.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 96–104. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7322>.
- Rudi, Jupensius, and Imam Mukhlis. “Implementasi Etika Bisnis Dalam Perusahaan Di Indonesia Pada Era Modern : Literatur Review.” *Business and Investment Review* 1, no. 6 (2023): 97–102. <https://lgdpublishing.org/index.php/birev>.
- Sahi, Alaa Mahdi, Haliyana Khalid, Alhamzah F Abbas, Khaled Zedan, Saleh F A Khatib, and Hamzeh Al Amosh. “The Research Trend of Security and Privacy in Digital Payment.” *Informatics* 32, no. 9 (2022): 23. <https://www.mdpi.com/journal/informatics>.
- Samudra, Dio, and Tamamudin Tamamudin. “Sharia-Compliant Digital Marketing : Trends and a in Indonesia s Financial Sector (2024-2025).” *Neo Journal of Economy and Social Humanities (NEJESH)* 4, no. 3 (2025): 358–68. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.56403/nejesh.v4i3.342>.
- Saraswati, Risma. “Makna Keberkahan Dalam Transaksi Keuangan Syariah : Studi Interpretatif Terhadap Pelaku Umkm Syariah.” *Macrovia : Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2025): 41–61. <https://ejournal.stainumadiun.ac.id/index.php/macrovia>.
- Satar, Muhammad, and Astri Cahya Rezky. “Implementasi Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Inovasi Digital Marketing Di Indonesia.” *Vifada Management and Digital Business* 2, no. 1 (2025): 40–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.70184/wafz1240>.

- Shofiyah, Erni Nur, and Indri Fogar S. "Penyalahgunaan Data Pribadi Penerima Pinjaman Dalam Peer To Peer Lending." *Novum: Jurnal Hukum* 6, no. 2 (2019): 1–6. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/novum/article/view/30092>.
- Sihotang, Hanaya Tri Meyharin, Meisyah Ayu Putri, Nazwa Riwanda, and Nurbaiti. "Pentingnya Keamanan Data Pada Bisnis Digital: Regulasi, Tantangan Dan Implementasi Di Indonesia." *Jebital: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* 2, no. 2 (2025): 34–48.
- Simanjuntak, Predderics Hockop. "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pada Era Digital Di Indonesia : Studi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Dan General Data Protection Regulation (GDPR)." *Jurnal Esensi Hukum* 6, no. 2 (2024): 105–24. <https://doi.org/10.17933/mti.v9i1.118>.
- Siregar, Syafrudin Hanafi, Saifullah, and Yusrizal. "Islamic Marketing in the Digital Age: Balancing Ethical Values and Market Competitiveness." *JHSS (Journal of Humanities and Social Studies)* 10, no. 1 (2026): 006–013. <https://doi.org/https://doi.org/10.33751/jhss.v10i1.4>.
- Sugari, Dedi, and Hilalludin Hilalludin. "Peran Maqashid Syariah Dalam Pengembangan Produk Perbankan Islam Yang Berkelanjutan." *AL-HILALI Perbankan Dan Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2025): 1–15.
- Suharyanti, Ni Putu Noni, and Ni Komang Sutrisni. "Urgensi Perlindungan Data Pribadi Dalam Menjamin Hak Privasi Masyarakat." *Prosiding Seminar Nasional Fh Unmas Denpasar* 1, no. 1 (2021): 119–34. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/psnfh/article/view/2395>.
- Sumarni, Iqbal Tanjung, Doni Rukanda, and Desy Amalia. "Tantangan Etika Bisnis Islam Dalam Pergulatan Etika Bisnis Global." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science*

- Research Volume 3*, no. 3 (2023): 11437–48. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>.
- Surajiyo, and Harry Dhika. “Teori-Teori Etika Dan Peranan Prinsip Etika Bisnis Dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis.” *Jurnal Manajemen* 11, no. 1 (2024): 68–76. <https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v11i1>.
- Susanti, Vera. “Etika Bisnis Dalam Manajemen Bisnis Syariah: Tantangan Dan Peluang Di Era Digital.” *JIEB: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2025): 15–24.
https://publikasi.stairu.ac.id/jieb/article/view/28?utm_source=copilot.com.
- Tazkiyah, Aufa, and Fitri Ella Fauziah. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investor Dalam Berinvestasi Reksa Dana Melalui Aplikasi Bibit.” *Jurnal Rekognisi Akuntansi* 8, no. 1 (2024): 61–74. <https://doi.org/10.34001/jra.v8i1.905>.
- Tirmidzi, HR. *Kitab Al-Buyu’, Bab Tentang Kejujuran Pedagang*. Bogor: Quran Tazkia, 2022. <https://quran.tazkia.ac.id/ayat-hadist-ekonomi/40>.
- Tyagita Dianingtyas Sudibyo, M.M., CRMP., M.M Epsilandri Septyarini, S.E., SE.MM Dr.Pudji Astuty, M.M Dr. Angga Kurniawan., S.E., and MM. Rini Ardista, S.Pd.I. *Etika Bisnis*. Edited by Arip Febrianto. 1st ed. yogyakarta: UPY Press Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, 2023. upypress.upy.ac.id.
- Ulfa, Misbahuddin, and Nur Taufiq Sanusi. “Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam.” *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2025): 285–94.
- Veronika, Sindy, Arwani, Fifi Indriani, and Nurzita. “Pandangan Islam Terhadap Prinsip Berdagang: Perspektif Etika Dan Keberkahan.” *Jurnal Dialoga: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*

- Islam* 3, no. 1 (2024): 15–32.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32923/dla.v3i1.4382>.
- Wahyuddin, A. M. Nur Atma Amir, and Rahmawati Muin. “Transformasi Bisnis Sebagai Wahana Ibadah Dan Muamalah Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 1 (2024): 57–72.
<https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/viewFile/20322/8278>.
- Warto, and Samsuri. “Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia.” *Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98–112.
<https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>.
- Wartoyo. “Etika Bisnis Islam: Konstruksi Nilai Keseimbangan Dan Kemanusiaan.” *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari’ah* 10, no. 2 (2018): 229–44.
<https://doi.org/10.24235/amwal.v10i2.3369>.
- Wulandari, Diana, Muhammad Irsyad Baitussalam, Achmad Basofitrah, M Afini Maulana, Abdul Ghofur, and Imatun Sa’diah. “Ethical Internalization and the Quest for Barakah: A Socio- Economic Study of Business Integrity among Muslim Entrepreneurs in East Java.” *HARAMAIN: Jurnal Manajemen Bisnis* 05, no. 02 (2025): 265–71.
<https://doi.org/https://doi.org/10.66931/jmb-43>.
- Wulandari, Efriza Pahlevi, and Muhammad Djakfar. “Etika Bisnis Islam Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Sektor Industri Halal.” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 07, no. 02 (2022): 103–10.
<https://doi.org/Doi.org/10.37366/jespb.v7i02.419>.
- Yahya. “Formulasi Al-Qur’an Dalam Menangkal Pencurian Data Di Era Transformasi Digital.” *At-Taklim: Jurnal Pendidikan Multidisiplin* 1, no. 2 (2024): 14–25.
<https://doi.org/https://doi.org/10.71282/at-taklim.v1i1.4>.
- Yuniarti, Siti. “Perlindungan Hukum Data Pribadi Di

- Indonesia.” *Business Economic, Communication, and Social Sciences* 1, no. 1 (2019): 147–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/becossjournal.v1i1.6030>.
- Yusuf, Nawaf, and Irdan Nurdiansyah. “Integrasi Etika Bisnis Islam Dalam Ekonomi Global: Tantangan Dan Strategi Implementasi.” *Jurnal Agama Dan Sosial Humanora* 1, no. 2 (2025): 1–7. <https://doi.org/3063-5349>.
- Zairina, Hendra. “Penerapan Etika Pemasaran Islam Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada UMKM Di Kabupaten Belitung.” *Jurnal of Islamic Economics and Social* 2, no. 1 (2024): 123–28. <https://doi.org/10.32923/ejesh.v2i1.4197>.
- Zamzam, H Fakhry, and Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA, 2020. <https://repository.deepublish.com/media/publications/593520-etika-bisnis-islam-seni-berbisnis-keberk-d70704e6.pdf>.
- Zein, Ahmad Wahyudi, Bunga Agustina, Alfatih Faiz Fahlevi, and Aly Syibrani. “Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam (Etika Bisnis Islam Pada Masa Rasulullah).” *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2025): 76–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i1.1796>.

BIOGRAFI PENULIS



Fitria Ramadhani. lahir pada tanggal 10 November 2003 di Desa Koto Jayo, Kecamatan Pelepat Ilir, Kabupaten Bungo, Provinsi Jambi. Pendidikan yang di tempuh dimulai dari pendidikan dasar di SDN 24/II Koto Jayo, kemudian melanjutkan ke MTs Al-Ikhlas Sei. Arang, dan akhirnya menyelesaikan pendidikan menengah atas di SMKN 3 Bungo, Kuamang Kuning. Saat ini, saya sedang menjalani pendidikan Sarjana (S1) di Universitas Islam Yasni Bungo, pada Program Studi Ekonomi Syariah.

semangat belajar dan tekadnya yang kuat telah membawa saya meraih berbagai penghargaan di skala nasional. Pada tanggal 29 Oktober 2023, saya sukses mendapatkan medali perak dengan predikat A dalam Olimpiade Sains Pemuda Indonesia (OSPI) di bidang Ekonomi untuk tingkat perguruan tinggi yang berlangsung di Yogyakarta. Tidak puas hanya sampai di situ, pada tanggal 12 November 2023, saya kembali mereguk prestasi dengan meraih medali perak dalam Olimpiade Sains Pahlawan Presmanesia Nasional (OSPANESIA) dengan predikat A juga di bidang Ekonomi untuk pendidikan tinggi.

Selain mencatatkan prestasi di dunia akademis, sebagai Mahasiswa juga aktif dalam kegiatan organisasi mahasiswa. Saya diamanatkan sebagai Wakil Himpunan Mahasiswa Prodi (HMP) Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Yasni Bungo untuk periode 2023–2024. Posisi ini menunjukkan komitmen saya bukan hanya sebagai mahasiswa yang aktif, tetapi juga sebagai pemimpin muda yang berkontribusi pada perkembangan akademik dan kegiatan mahasiswa.

Tidak hanya di bidang akademik dan organisasi, Fitria juga aktif dalam kegiatan olahraga dan pengembangan diri.

Saya bergabung dengan perguruan pencak silat IKS.PI pada tahun 2020 dan menjadi atlet bela diri pada tahun 2021–2022, serta aktif dalam kegiatan Pramuka kampus Universitas Islam Yasni Bungo pada periode 2022–2025. Aktivitas ini adalah bentuk dari semangat saya dalam menjaga keseimbangan antara prestasi akademik, olahraga, dan pengabdian sosial.



Dr. M. Syukri Ismail, M.A. adalah seorang akademisi, peneliti, dan praktisi pendidikan Islam yang memiliki kompetensi khusus dalam bidang Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir. Beliau lahir di Bungo Tebo pada tanggal 25 Oktober 1985. Saat ini, beliau aktif sebagai dosen tetap dan mengajar di Universitas Islam Yasni Bungo.

Selain itu, beliau menjabat sebagai Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) di Universitas Islam Yasni Bungo.

Perjalanan pendidikan beliau dimulai dari Madrasah Ibtidaiyah Tarbiyah Islamiyah Pasar Senamat Bungo (1990-1996), kemudian melanjutkan pendidikan ke KMI Pondok Modern Darussalam Gontor Ponorogo (1997-2003). Selanjutnya, beliau menempuh pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Ushuluddin, Jurusan Akidah dan Filsafat Islam di Institut Studi Islam Darussalam (ISID) Gontor (2004-2007). Pendidikan pascasarjana (S2) diselesaikan di Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta dengan konsentrasi Ulumul Qur'an dan Ulumul Hadis (2008-2012). Adapun gelar doktor (S3) diraih dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir (2014-2019).

Dalam perjalanan kariernya, Dr. M. Syukri Ismail telah mengemban berbagai jabatan akademik dan struktural. Beliau pernah menjabat sebagai Kepala Lembaga Penjaminan Mutu Internal (LPMI), Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Kepala Pusat Penelitian, Publikasi

Ilmiah, dan Pengembangan Lembaga (P4L), serta Kepala Lembaga Publikasi Ilmiah (LPI). Saat ini, beliau dipercaya sebagai Kepala LP2M Institut Agama Islam Yasni Bungo untuk periode 2025- 2027. Selain itu, beliau juga aktif sebagai pengelola rumah jurnal kampus, reviewer jurnal ilmiah, serta bagian dari tim editorial jurnal nasional terakreditasi.

Di bidang organisasi dan pengabdian masyarakat, beliau terlibat aktif sebagai anggota Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kabupaten Bungo, pengurus Lembaga Pengembangan Tilawatil Qur'an (LPTQ), serta pengurus Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) daerah Kabupaten Bungo. Beliau juga menjabat sebagai Ketua Yayasan Al-Islah Bungo sejak tahun 2019.

Sebagai akademisi yang produktif, Dr. M. Syukri Ismail telah menghasilkan berbagai karya ilmiah berupa artikel jurnal nasional maupun internasional yang terindeks Sinta dan Scopus. Karya-karyanya mencakup kajian Al-Qur'an, pendidikan Islam, ekonomi syariah, hingga isu sosial keagamaan kontemporer. Selain itu, beliau juga terlibat dalam berbagai kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat yang berorientasi pada pemberdayaan umat.

Tidak hanya aktif di bidang akademik, beliau juga memiliki pengalaman dakwah internasional ke berbagai negara, di antaranya India (2016), Bangladesh (2017), Malaysia (2023), dan Fiji (2024). Pengalaman ini memperkaya wawasan global beliau dalam memahami dan menyebarkan nilai-nilai Islam di berbagai konteks budaya.

Dengan latar belakang pendidikan yang kuat, pengalaman akademik yang luas, serta kontribusi nyata dalam bidang penelitian, pengabdian, dan dakwah, Dr. M. Syukri Ismail terus berkomitmen untuk mengembangkan keilmuan Islam, khususnya dalam studi Al-Qur'an, serta memberikan kontribusi bagi kemajuan umat dan dunia pendidikan.

Kontak: 0822 7891 6431

Email: m.syukriismail@iaiyasnibungo.ac.id



Sopriyanto, S. Sy. , M. H. dilahirkan pada tanggal 1 Agustus 1993 di Tembang Cucur. Saat ini, beliau menjabat sebagai dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta memiliki tanggung jawab sebagai Ketua Program Studi di fakultas tersebut.

Pendidikan formal beliau dimulai di Pondok Pesantren Sumatera Thawalib Bukittinggi, yang berperan penting dalam membangun dasar pengetahuan agama serta membentuk karakter kepesantrenan. Jenjang pendidikan Sarjana (S. 1) dilalui di Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta dari tahun 2010 hingga 2014, di mana beliau meraih gelar Sarjana Syariah (S. Sy.). Untuk meningkatkan pemahaman, beliau melanjutkan ke tingkat Magister (S. 2) di Universitas Islam Negeri (UIN) Jambi dan berhasil memperoleh gelar Magister Hukum (M. H.) pada tahun 2016.

Di samping aktif dalam mengajar dan membimbing mahasiswa di bidang Ekonomi dan Hukum Islam, beliau juga berperan dalam pengembangan institusi dengan menduduki posisi Kaprodi, khususnya terkait dengan pengelolaan akademik, kurikulum, serta peningkatan kualitas lulusan. Kegiatan akademik beliau meliputi penelitian, pengabdian masyarakat, serta berkontribusi sebagai narasumber dalam berbagai forum ilmiah dan kajian yang berhubungan dengan ekonomi syariah dan hukum ekonomi Islam.

Karya tulis ilmiah yang telah beliau ciptakan telah dipublikasikan di jurnal-jurnal nasional. Riwayat akademik dan publikasi beliau dapat ditemukan di akun Google Scholar: [Sopriyanto Google Scholar](<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=7Lpnf2QAAAAJ>) dan SINTA ID: 6666026.

ETIKA BISNIS ISLAM DI ERA DIGITAL

ANTARA KEUNTUNGAN DAN KEBERKAHAN

Buku karya Fitria Ramadhani ini mengkaji penerapan etika bisnis Islam di tengah transformasi digital, dengan analisis komprehensif tentang integrasi nilai syariah dalam praktik bisnis modern. Pendekatan ilmiah dan praktis yang menggabungkan teori, contoh kasus, dan strategi penerapan menjadikan buku ini referensi bagi akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat umum.

Terdiri dari delapan bab, buku ini memaparkan konsep dan landasan hukum etika bisnis Islam dari Al-Qur'an, Sunnah, dan Maqasid Syariah, serta prinsip-prinsip dasar seperti tauhid, keadilan, kejujuran, amanah, dan tanggung jawab. Penulis juga membedakan etika Islam dengan etika konvensional yang hanya berorientasi profit, serta menekankan fungsi prinsip-prinsip tersebut sebagai panduan menghindari riba, gharar, dan maysir demi kebaikan bersama.

Bab selanjutnya membahas transaksi digital, pemasaran digital, dan pengelolaan data privasi. Penulis menegaskan bahwa kemajuan teknologi justru memperkuat kebutuhan akan transparansi, kejujuran, perlindungan konsumen, dan penghormatan privasi sebagai wujud amanah. Pembahasan tentang bisnis halal-haram mencakup kriteria produk halal dan pentingnya sertifikasi untuk membangun kepercayaan serta daya saing global.

Buku ini mengupas perbedaan keuntungan materi dan keberkahan, di mana kesuksesan hakiki bukan pada profit semata, melainkan pada berkah yang lahir dari kejujuran, keadilan, zakat, dan niat ibadah. Tantangan era digital seperti keamanan data, iklan menyesatkan, riba dalam fintech, literasi rendah, dan globalisasi dijawab dengan solusi regulasi syariah, inovasi teknologi halal, pendidikan etika, transparansi, dan kolaborasi internasional. Pesan akhirnya: pengusaha sukses dan beriman adalah dua hal yang sejalan, menjadikan bisnis sebagai ibadah yang membawa keberkahan bagi diri, masyarakat, dan umat.



BRANDED
TECH
PUBLISHER

Dusun Krajan RT 02 RW 01 Tempuran Bantaran
Probolinggo Jawa Timur 67261 | Hp : 0811101665
Website: www.brandedtechpublisher.biz.id
E-mail: brandedtechindoensia@gmail.com

IKAPI No.: 458/JTI/2025

Harga P. Jawa Rp. 85.000,-