

PERAN ETIKA DALAM BISNIS ISLAM STUDI PEMIKIRAN YUSUF AL-QARDHAWI

Ahmad Fauzi¹

¹Universitas Al-Qolam Malang, Indonesia;
fauzi@alqolam.ac.id

Submit : 23/05/2024 | Review : 25/05/2024 s.d 01/06/2024 | Publish : 09/06/2024

Abstract

Penelitian ini fokus pada peran etika dalam bisnis Islam pemikiran Yusuf al-Qardhawi, seorang ulama dan intelektual Islam terkemuka. Etika merupakan komponen fundamental dalam bisnis Islam yang menyelaraskan praktik bisnis dengan prinsip-prinsip syariah dalam bisnis konvensional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*Library Research*). Data yang dikumpulkan melalui studi literatur yang mencakup karya-karya tulis Yusuf al-Qardhawi dan sumber-sumber sekunder lainnya yang relevan. Yusuf al-Qardhawi menegaskan bahwa etika tidak terbatas pada hukum alam, tetapi mencakup semua kegiatan bisnis dalam Islam. Studi ini menguraikan pandangan al-Qardhawi mengenai pentingnya niat yang benar, keadilan dalam transaksi, kejujuran dan transparansi, serta larangan terhadap praktik-praktik haram seperti riba dan gharar. Selain itu, etika bisnis Islam menurut al-Qardhawi juga mencakup tanggung jawab sosial yang menuntut para pelaku bisnis untuk berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Tujuan akhir dari penerapan etika dalam bisnis Islam adalah mencapai kesejahteraan di dunia dan akhirat, dengan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga membawa keberkahan dan ridla Allah SWT. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam pemikiran al-Qardhawi mengenai etika dalam bisnis Islam dan relevansinya dalam konteks bisnis modern.

Keywords : Etika, Bisnis Islam, Yusuf al-Qardhaw, Tanggung Jawab Sosial

Pendahuluan

Ekonomi selalu menjadi isu hangat dan menarik dalam setiap waktu untuk terus diperbincangkan, karena ekonomi menjadi suatu kegiatan yang tidak dapat terpisahkan dari akselerasi tatanan kehidupan manusia baik dari segi aktivitas produksi, distribusi maupun konsumsi. Analisis dan pembahasan terkait permasalahan ekonomi tersebut bisa dilihat dari

tulisan-tulisan para cendekiawan Muslim, filosofi Yunani kuno, aliran abad pertengahan maupun dari para pemikir ekonomi Merkantilisme abad ke-16 sampai abad ke-18. Pemikiran-pemikiran tentang ekonomi tersebut muncul dari usaha masyarakat dalam rangka mencari solusi atas berbagai permasalahan ekonomi. Maka dengan demikian kegiatan atau aktivitas ekonomi lebih dahulu muncul dibandingkan teori ekonomi. Berbagai bentuk pemikiran yang muncul mempengaruhi permasalahan ekonomi yang dipikirkan dan digarap oleh masyarakat ataupun kelompok lain. Pemikiran tersebut mampu memberikan konsep yang diperlukan masyarakat dan mengakibatkan terjadinya hubungan sebab akibat yang terus berkesinambungan antara ilmu dan pengembangan konsep (Maulana & Zulfahmi, 2022).

Oleh karena itu, pengetahuan ekonomi terus mengalami revolusi kecil-kecilan yang didasarkan pada berbagai penemuan manusia yang diciptakan sebagai upaya untuk memahami masalah ekonomi. Kegiatan ekonomi dalam dunia Islam tidak dapat dijelaskan dengan nilai-nilai, ajaran, dan norma-norma dasar atau kaidah keislaman yang bersumber dari Al Qur'an, Hadist, maupun fatwa-fatwa ulama. Tidak jauh berbeda dengan ekonomi konvensional, ekonomi Islam juga menekankan pada aktivitas manusia dalam hal akumulasi dan transformasi sumber daya, baik material maupun non-material, untuk memenuhi kebutuhan individu dan kolektif. Hanya saja dalam ekonomi Islam segala aktivitas ekonomi tersebut harus dilakukan sesuai dengan nilai dan norma ajaran Islam (Idri, 2015).

Dengan demikian, dalam praktik bisnis syari'ah, terdapat banyak perbedaan, meskipun tidak jauh berbeda dengan operasi bisnis pada umumnya, yang melibatkan produksi barang dan jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat umum atau pelanggan. Namun dalam bisnis syari'ah, terdapat beberapa aspek fundamental yang secara umum lebih menguntungkan daripada bisnis pada umumnya. Oleh karena itu selain menggunakan aspek bisnis pada umumnya, dalam bisnis syari'ah selalu menjalankan aturan dan syari'at Allah SWT dalam sebagai dasar dari

setiap aktivitas bisnis sehingga aspek syari'ah inilah yang membedakan dengan bisnis pada umumnya (Rahayu et al., 2022; Zakiyah, 2021).

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: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS. An-Nisa' [4]: 29).

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik analisis deskriptif dengan kajian kepustakaan (*library research*) dimana penelitian ini berusaha menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini dan masa yang lampau. Adapun metode pengumpulan data kegiatan ini dimulai dengan cara mencari dan mengumpulkan berbagai data yang berkaitan dengan penelitian ini. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan dipengelompokan dan pemetaan data

Etika Bisnis Islam

Etika dalam bisnis Islam merupakan salah satu elemen kunci yang membedakan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dari bisnis konvensional. Yusuf Qaradawi, seorang cendekiawan Islam terkemuka, memiliki pandangan yang mendalam mengenai bagaimana etika memainkan peran penting dalam bisnis Islam. Etika Bisnis Islam menurut Yusuf al-Qaradawi mempunyai pengaruh yang sangat signifikan di seluruh dunia. Pemikiran yang dinamik dan bersesuaian dengan keadaan dan suasana menjadikan beliau sering menjadi rujukan. Di antara sumbangan besar Yusuf al-Qaradawi ialah memperkenalkan pendekatan dinamik untuk memahami Syari'ah (Qardhawi, 1997).

Berkaitan dengan etika bisnis Islam, dalam karyanya yang monumental *Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtishadil Islami*, al qharadawi mendeskripsikan dan memaparkan tentang pentingnya norma dan etika dalam ekonomi, kedudukannya, dan pengaruhnya dalam lapangan ekonomi yang berbeda-beda seperti: bidang produksi, konsumsi, dan bidang distribusi (Qardhawi, 1997). Secara etimologi kata etika berasal dari bahasa Yunani yang dalam bentuk tunggal yaitu *ethos* dan dalam bentuk jamaknya yaitu *ta etha*. “Ethos” yang berarti sikap, cara berpikir, watak kesusilaan atau adat. Kata ini identik dengan perkataan moral yang berasal dari kata latin “*mos*” yang dalam bentuk jamaknya *Mores* yang berarti juga adat atau cara hidup. Etika dan moral memiliki arti yang sama, namun dalam pemakaian sehari-harinya ada sedikit perbedaan dimana moral dipakai untuk perbuatan yang sedang dinilai/dikaji, sedangkan etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai yang ada dalam kelompok atau masyarakat tertentu (A’yun, 2024).

Melalui argumen ini, Yusuf Qaradawi menunjukkan bahwa etika bukanlah sebuah tanda hitam dalam bisnis Islam, namun etika merupakan bagian dari seluruh aktivitas bisnis yang dijalankan. Etika bisnis Islam harus diperhatikan dan diterapkan dalam setiap aspek, mulai dari proses transaksi hingga produk sosial akhir. Dengan demikian, bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai keadilan yang lebih besar dan perlakuan yang lebih murah hati sesuai dengan prinsip-prinsip syariah daripada hanya berfokus pada keuntungan ekonomi. Berikut adalah beberapa poin penting terkait peran etika dalam bisnis Islam diantaranya adalah

1. Pentingnya Niat yang Benar

Setiap tindakan bisnis dalam Islam harus dimulai dengan niat yang benar. Niat bukan hanya untuk mencari keuntungan semata, tetapi juga untuk memenuhi kewajiban sebagai hamba Allah dan memberikan manfaat kepada masyarakat. Etika bisnis dimulai dari niat yang ikhlas, yang mempengaruhi semua aspek lain dari bisnis.

2. Keadilan dalam Transaksi

Salah satu prinsip utama dalam bisnis Islam yang dibahas oleh Qaradawi adalah keadilan. Setiap transaksi harus dilakukan secara adil, tanpa ada pihak yang dirugikan. Etika dalam hal ini berarti memberikan hak yang sama kepada semua pihak yang terlibat, baik itu konsumen, karyawan, maupun mitra bisnis.

3. Kejujuran dan Transparansi

Kejujuran adalah fondasi dari bisnis yang baik. Etika bisnis Islam menuntut para pelaku bisnis untuk selalu jujur dan transparan dalam bertransaksi. Penyembunyian informasi atau manipulasi dianggap sebagai pelanggaran etika yang serius dalam Islam.

4. Larangan terhadap Praktik-praktik Haram

Dalam bisnis Islam, etika tidak hanya terkait dengan cara menjalankan bisnis, tetapi juga dengan jenis bisnis yang dijalankan. Yusuf Qaradawi menggarisbawahi bahwa bisnis harus bebas dari unsur-unsur haram seperti riba, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (judi). Menjaga bisnis tetap halal merupakan bagian integral dari etika bisnis dalam Islam.

5. Tanggung Jawab Sosial

Etika dalam bisnis Islam menurut Qaradawi juga mencakup tanggung jawab sosial. Bisnis tidak hanya untuk keuntungan pribadi, tetapi juga harus berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Ini dapat dilakukan melalui zakat, infaq, dan sedekah, serta dengan memperlakukan karyawan dan pelanggan dengan adil dan baik.

6. Akhir yang Baik (Kesejahteraan di Dunia dan Akhirat)

Bahwa tujuan akhir dari etika bisnis dalam Islam adalah mencapai kesejahteraan di dunia dan akhirat. Bisnis yang dilakukan dengan etika yang baik tidak hanya memberikan keuntungan materi tetapi juga membawa keberkahan dan ridha Allah SWT.

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 (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan (QS. Al-Qasas [28]: 77).

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung (QS. Al-Jumu'ah [62]:10).

Oleh karenanya Islam adalah agama yang sempurna, perlu adanya bahwa topik etika bisnis diangkat dalam rangka mensejajarkan semua unsur dan elemen. Etika bisnis Islam adalah bagian dari bermacam-macam prinsip moral dan pedoman pengajaran yang dikenal sebagai doktrin yang dapat membimbing manusia untuk mencapai kebahagiaan di kehidupan ini dan juga di kehidupan selanjutnya (Aji et al., 2023).

Etika Bisnis Islam menurut pemikiran Yusuf al-Qardhawi mempunyai pengaruh yang sangat signifikan di seluruh dunia. Pemikiran yang dinamik dan bersesuaian dengan keadaan dan suasana menjadikan beliau sering menjadi rujukan. Di antara sumbangan besar Yusuf al Qardhawi ialah memperkenalkan pendekatan dinamik untuk memahami Syari'ah (Qardhawi, 1997). Berkaitan dengan etika bisnis Islam, dalam karyanya yang monumental *Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtishadil Islami*, Yusuf al Qardhawi mendeskripsikan dan memaparkan tentang pentingnya norma dan etika dalam ekonomi, kedudukannya, dan pengaruhnya dalam

lapangan ekonomi yang berbeda-beda seperti: bidang produksi, konsumsi, dan bidang distribusi (Qardhawi, 1997).

وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا
كُلٌّ فِي كِتَابٍ مُبِينٍ

Artinya: Dan tidak ada suatu binatang melata pun di bumi melainkan Allah-lah yang memberi rezekinya, dan Dia mengetahui tempat berdiam binatang itu dan tempat penyimpanannya. Semuanya tertulis dalam Kitab yang nyata (*Lauh mahfuzh*) (QS. Hud [11]: 6).

Konsep Etika Bisnis Islam

Etika adalah aturan atau seperangkat prinsip yang mengatur kehidupan manusia. Sedangkan etika merupakan cabang filsafat yang membahas norma dan moralitas dengan cara yang kritis dan rasional (Putritama, 2018). Etika bisnis Islam didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang mencakup semua aspek kehidupan sehari-hari, termasuk kegiatan bisnis dan ekonomi. Budaya bisnis Islam menekankan nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi oleh umat Islam yang terlibat dalam bisnis. Ajaran Allah yang meletakkan dasar halal dan haram terkait transaksi adalah konsep ketuhanan dalam bidang bisnis. Menurut pernyataan Ibu Asriwati, "Kami di sini untuk melayani pelanggan dan terlibat dalam transaksi yang menjunjung tinggi keadilan; oleh karena itu, dalam transaksi bisnis kami, kami harus bertindak secara terhormat, karena jika kami tidak bertindak secara terhormat, maka itu tidak akan menjadi kepentingan terbaik kami, dan tujuan bisnis kami adalah berperilaku dengan cara yang menghormati Allah dan hukum serta adat istiadat Islam yang relevan". Meskipun produk yang kita produksi halal tetapi bila tidak barokah untuk apa kita bekerja (Hasan et al., 2023).

Ada beberapa konsep utama dalam etika bisnis Islam yang harus difahami bersama, diantaranya adalah

1. Keadilan (Al-Adl)

Keadilan adalah salah satu pilar utama dalam etika bisnis Islam. Setiap transaksi bisnis harus dilakukan dengan adil, di mana hak-hak semua pihak yang terlibat dihormati dan tidak ada yang dirugikan. Keadilan juga berarti memberikan harga yang wajar, upah yang pantas, dan tidak melakukan eksploitasi terhadap pihak lain.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطِ أَلْمُسْتَقِيمِ ذَلِكُمْ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ
تَأْوِيلًا

Artinya: Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya (QS. Al-Isra' [17]: 35).

2. Kejujuran dan Transparansi (As-Sidq)

Kejujuran adalah prinsip yang sangat penting dalam etika bisnis Islam. Pelaku bisnis harus selalu jujur dalam menyampaikan informasi, termasuk dalam iklan, negosiasi, dan transaksi. Transparansi juga diharapkan dalam semua aspek bisnis, sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan atau dipalsukan untuk keuntungan pribadi.

3. Amanah (Kepercayaan)

Amanah berarti kepercayaan atau tanggung jawab. Dalam bisnis Islam, menjaga amanah sangat penting. Pelaku bisnis harus menjalankan bisnisnya dengan penuh tanggung jawab, baik terhadap karyawan, mitra bisnis, maupun konsumen. Menjaga kepercayaan berarti tidak mengkhianati atau mengecewakan pihak-pihak yang telah menaruh kepercayaan.

4. Larangan Riba

Riba, atau bunga, dilarang dalam bisnis Islam karena dianggap merugikan dan tidak adil. Semua bentuk keuntungan yang dihasilkan dari utang dengan bunga dilarang. Sebaliknya, Islam mendorong

berbagi risiko melalui kemitraan bisnis seperti mudharabah atau musharakah, di mana keuntungan dan kerugian dibagi secara adil.

5. Tanggung Jawab Sosial

Dalam etika bisnis Islam, ada tanggung jawab sosial yang harus dipenuhi oleh pelaku bisnis. Ini termasuk memberikan zakat, berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, dan memastikan bahwa bisnis tidak merusak lingkungan atau menimbulkan dampak negatif lainnya. Bisnis tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga berperan dalam memperbaiki kondisi sosial dan lingkungan.

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya: Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya (QS. Al-Mudassir [74]: 38).

6. Larangan Gharar

Gharar adalah ketidakpastian atau spekulasi berlebihan yang dilarang dalam bisnis Islam. Transaksi yang mengandung unsur gharar dianggap tidak sah karena dapat merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, semua transaksi harus dilakukan dengan jelas dan terbuka, tanpa ada ketidakpastian yang dapat menyebabkan perselisihan.

7. Kerja Keras dan Profesionalisme

Islam mendorong umatnya untuk bekerja keras dan profesional dalam setiap usaha. Etika bisnis Islam menghargai kerja keras, keahlian, dan upaya maksimal dalam mencapai hasil yang baik. Bisnis yang dilakukan dengan etos kerja yang tinggi akan lebih bermanfaat dan diberkahi.

8. Keseimbangan (*Al-Mizan*)

Etika bisnis Islam juga menekankan pentingnya keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan spiritual. Pelaku bisnis harus memastikan bahwa mereka tidak hanya fokus pada keuntungan materi, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan spiritual, baik untuk diri mereka sendiri maupun untuk orang lain.

9. Kehormatan (*Haya*)

`Haya` adalah konsep kehormatan dan rasa malu yang mengarahkan seseorang untuk selalu bertindak dengan integritas. Dalam konteks bisnis, ini berarti menghindari perilaku yang memalukan, tidak etis, atau merugikan orang lain, serta menjaga nama baik dan reputasi dalam bisnis.

10. Kesejahteraan Umum (Maslahah)

Bisnis dalam Islam juga harus memperhatikan masalah, yaitu kemaslahatan umum atau kesejahteraan bersama. Keputusan bisnis harus mempertimbangkan dampaknya terhadap masyarakat luas dan memastikan bahwa tindakan tersebut membawa kebaikan bagi semua orang.

Konsep-konsep inilah yang membentuk kerangka kerja etika bisnis Islam yang tidak hanya mengarahkan bagaimana bisnis seharusnya dijalankan, tetapi juga menciptakan sebuah sistem ekonomi yang adil, transparan, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً
وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Artinya: Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan (QS. An-Nahl [16]: 97).

Menurut Muhammad Baqir al-Shadr etika bisnis Islam didasarkan pada nilai-nilai luhur yang ditemukan dalam sumber-sumber ajaran Islam seperti Al Qur'an, Hadist, Ijma' para ulama, dan qiyas (Joni, 2019). Dari subjudul tersebut, etika bisnis seperti ajaran moral yang mendidik manusia tentang etika, moralitas, kebenaran dan kebaikan, etika dan akhlak, dan bagaimana menghindari kemaksiatan, penipuan, kecurangan, kejahatan,

dan kemungkarannya. Demikian pula, Islam melarang untuk menolong orang yang haram, mendorong untuk berbuat dzalim, menyakiti perasaan orang lain, dan memakan makanan yang haram. Berbeda dengan konsep etika bisnis konvensional, yang didasarkan pada hasil pemikiran para filsuf dan penerimaan masyarakat umum terhadap moralitas berbagai praktik bisnis (Idri, 2015).

Konsep benar dan baik, tanpa kebenaran agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, kebohongan atau kedustaan adalah bagian dari sikap orang munafik (Qardhawi, 1997). Ibu Sania menyatakan bahwa “dalam memasarkan atau mempromosikan produk pada konsumen harus sesuai dengan kualitas produk itu sendiri, karena jika tidak sesuai akan tercipta ketidakpercayaan dan kekecewaan konsumen pada produk kita, hal ini akan berdampak buruk dan berujung pada hilangnya konsumen”.

Etika bisnis Islam menjelaskan bahwa setiap laba yang diperbolehkan harus mematuhi hukum nasional dan internasional, serta standar etika yang mencegah eksploitasi, manipulasi pasar, dan kesehatan yang buruk, sehingga menghasilkan pasar yang tidak hanya tidak menguntungkan bagi masyarakat umum, tetapi juga menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi sangat terkait dengan moralitas Islam, ibadah, keyakinan, dan kejujuran. Secara umum, prinsip etika bisnis Islam menurut Qardhawi (Yusuf et al., 2020).

Kemudian dalam kehidupan sosial juga ada etika dalam bahasa Arab biasanya disebut dengan Akhlak. Secara bahasa Akhlak berasal dari bahasa Arab yang berbentuk jamak dari kata khuluq atau akhalq memiliki arti tabiat atau budi pekerti, kebiasaan atau adat, keperwiraan, kesatriaan, kejantanan, dan agama dan dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara (Azis et al., 2022).

Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam dan etika bisnis Islam memiliki fungsi yang sangat penting dalam membentuk dan mengarahkan aktivitas bisnis agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Berikut adalah beberapa fungsi utama etika bisnis Islam (A'yun, 2024).

1. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. Pelaku bisnis yang berpegang pada etika bisnis Islam akan dikenal sebagai orang yang dapat dipercaya dan memiliki integritas. Inilah yang akan meningkatkan reputasi bisnis mereka dan membangun kepercayaan di antara konsumen, mitra bisnis, dan masyarakat luas.
2. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
3. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika.
4. Beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunnah.

Kesimpulan

Dalam pandangan Yusuf al-Qaradawi, etika memainkan peran yang sangat vital dalam bisnis Islam. Etika tidak hanya sebagai tambahan, tetapi sebagai inti yang membentuk dan membedakan praktik bisnis dalam Islam dari bisnis konvensional. Menurut al-Qaradawi, etika dalam bisnis Islam dimulai dari niat yang benar dan mencakup prinsip-prinsip seperti keadilan,

kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu bisnis yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan materi tetapi juga untuk mencapai kesejahteraan sosial dan spiritual.

Dengan mematuhi larangan terhadap praktik-praktik haram seperti riba dan gharar, serta dengan memperhatikan tanggung jawab terhadap masyarakat, bisnis Islam diharapkan dapat membawa manfaat yang lebih luas, baik di dunia maupun di akhirat. Etika dalam bisnis Islam menurut Yusuf al-Qaradawi adalah landasan utama yang memastikan bahwa setiap aspek bisnis dilakukan dengan integritas dan keadilan, sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dengan menerapkan etika ini, bisnis tidak hanya akan sukses secara ekonomi tetapi juga mendapatkan keberkahan dan ridha Allah.

Referensi

- A'yun, N. (2024). Islamic Business Ethics Yusuf Al-Qardhawi's Perspective. *Al-Muttaqin: Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi*, 5(2), 150–156. <http://staisam.ac.id/jurnal/index.php/almuttaqin/article/view/195>
- Aji, G., Waraswati, A. N., Faturrokhman, M. L., Mutiara, N., & Virma, A. (2023). Peran Akuntansi dalam Etika Bisnis Islam. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.8734/musytari.v2i2.879>
- Azis, A., Husna, J., & Waharjani, W. (2022). Nilai-Nilai Profetik Seputar Etika Pendidik dalam Pembelajaran menurut Yusuf Al-Qardhawi. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(2 SE-Articles). <https://doi.org/10.21274/taalum.2022.10.2.220-248>
- Hasan, Z., Fahrul Amin, R., & Fathorrozi. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam pada UMKM Sumber Barokah di Desa Buduan Kecamatan Suboh Kabupaten Situbondo. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(2), 1–13. <https://doi.org/10.35316/idarah.2023.v4i2.1-13>
- Idri. (2015). *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Kencana.
- Joni, Y. (2019). *Ekonomi Islam Menurut Pandangan Muhammad Baqir al-Shadr*. Wade Group National Publishing.
- Maulana, N., & Zulfahmi, Z. (2022). Relevansi Konsep Pemikiran Ekonomi Islam Yusuf Qardhawi dan Penerapannya di Indonesia. *Al-Kharaj:*

Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 5(6), 2436–2449.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2332>

Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1), 1–20.
<https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19356>

Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani Press.

Rahayu, Y., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang. *Islamic Economics and Finance Journal*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.55657/iefj.v1i1.4>

Yusuf, M. M., Mohamed, S., & Ali Basah, M. Y. (2020). The impact of Ageing Population on Malaysian Economic Growth. *ASM Science Journal*, 13, 1–6. [https://doi.org/10.32802/asmscj.2020.sm26\(1.24\)](https://doi.org/10.32802/asmscj.2020.sm26(1.24))

Zakiah. (2021). Fenomena Endorsement Terhadap Penjualan Suatu Produk Ditinjau dari Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishadiyah: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 107–125.
<https://doi.org/10.31602/iqt.v7i2.6133>