

ETIKA BISNIS ISLAM

Editor

Prof. Dr. Iffatin Nur, M.Ag

Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, SE.,MM



**Samsul Huda, SE., M.SA., CA., Ak. | Mohammad Anis Sumadi, S.E.Sy., M.E. |
Achmad Luthfi Chamidi, ME. | Muhammad Alfian Wildani, S.E., M.M. | Dedi
Suselo, S.E., M.M. | Ahmad Suminto, S.H., M.E., CPFA. | Arlinta Prasetyan
Dewi, S.H.I., M.E.Sy., C.LAFM | Ashlihah, S.E., M.M. | Ahmad Khudhory, M.M
| Silachi Agusta Adi Putra, M.E | Adimas Agus Ahmad Asy'arie, S.E., M.E. |
Ganda Yulida Trisakti Pamungkas, M.E. | Moh. Syifa Uddin. Lc, M.H. |
Mei Santi, M.Sy | Dr. Saidatolakma Mohd Yunus**

Etika Bisnis Islam

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Etika Bisnis Islam

**Samsul Huda, SE., M.SA., CA., Ak. | Mohammad
Anis Sumadi, S.E.Sy., M.E. | Achmad Luthfi
Chamidi, ME. | Muhammad Alfian Wildani, S.E.,
M.M. | Dedi Suselo, S.E., M.M. | Ahmad Suminto,
S.H., M.E., CPFA. | Arlinta Prasetian Dewi,
S.H.I., M.E.Sy., C.LAFM | Ashlihah, S.E., M.M. |
Ahmad Khudhory, M.M | Silachi Agusta Adi
Putra, M.E | Adimas Agus Ahmad Asy'arie, S.E.,
M.E. | Ganda Yulida Trisakti Pamungkas, M.E.
| Moh. Syifa Uddin, Lc., M.H. | Mei Santi, M.Sy |
Dr. Saidatolakma Mohd Yunus**



Etika Bisnis Islam

ISBN : 978-634-7483-40-9

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

Penulis : Samsul Huda, SE., M.SA., CA., Ak. | Mohammad Anis Sumadi, S.E.Sy., M.E. | Achmad Luthfi Chamidi, ME. | Muhammad Alfian Wildani, S.E., M.M. | Dedi Suselo, S.E., M.M. | Ahmad Suminto, S.H., M.E., CPFA. | Arlinta Prasetyan Dewi, S.H.I., M.E.Sy., C.LAFM | Ashlihah, S.E., M.M. | Ahmad Khudhory, M.M | Silachi Agusta Adi Putra, M.E | Adimas Agus Ahmad Asy'arie, S.E., M.E. | Ganda Yulida Trisakti Pamungkas, M.E. | Moh. Syifa Uddin, Lc., M.H. | Mei Santi, M.Sy | Dr. Saidatolakma Mohd Yunus

Editor : Prof. Dr. Iffatin Nur, M.Ag, Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, SE., MM

Url Buku : <https://innovatixlabs.id/product/etika-bisnis-islam/>

Desain Cover : Innovatix Labs Team

Ukuran : xiv, 309, Uk: 15.5x23 cm

Cetakan Pertama : November 2025

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2025 by Takaza Innovatix Labs
All Right Reserved



Penerbit Takaza Innovatix Labs

Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) No. 044/SBA/2023

Jl. Berlian Raya Blok M4, Pegambiran Ampalu Nan XX,

Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat

No Hp: +62 811 50321 47

Website: www.takaza.id

E-mail: bookspublishing@takaza.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga buku ini yang berjudul “*Etika Bisnis Islam*” dapat tersusun dan disajikan kepada para pembaca. Buku ini dihadirkan sebagai kontribusi ilmiah dalam memperkaya literatur mengenai konsep, nilai, dan implementasi etika dalam praktik bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Perkembangan ekonomi global serta implementasi sistem keuangan digital menuntut pemahaman yang lebih komprehensif mengenai etika bisnis yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga menjunjung tinggi keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan sosial.

Prinsip-prinsip etika Islam yang didasarkan pada *Al-Qur'an*, *Hadis*, *ijma'*, dan *qiyas*, memberikan arah yang jelas dan tegas dalam pengelolaan bisnis agar sejalan dengan nilai kemaslahatan dan bebas dari praktik *gharar*, *riba*, *maysir*, dan ketidakadilan. Dalam konteks tersebut, buku ini mencoba menghadirkan pembahasan mendalam mengenai landasan normatif, regulasi, model penerapan bisnis syariah, serta tantangan dan peluang yang dihadapi pelaku usaha di era modern. Selain itu, buku ini memuat pemikiran dan perspektif para akademisi serta praktisi yang kompeten di bidang ekonomi dan bisnis Islam, sehingga diharapkan dapat menjadi rujukan yang kredibel bagi mahasiswa, dosen, peneliti, serta para pelaku industri.

Penyusun menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada seluruh penulis yang telah memberikan kontribusi pemikiran dan pengetahuan, serta kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan moral maupun akademik hingga buku ini dapat

terselesaikan dengan baik. Kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan guna penyempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang.

Semoga kehadiran buku ini memberikan manfaat, menjadi sumber inspirasi, dan membuka ruang diskusi konstruktif dalam pengembangan praktik bisnis yang beretika, berkelanjutan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I KONSEP AKHLAK, IHSAN DAN TAKWA DALAM BISNIS	1
A. Akhlak Sebagai Fondasi Etika Bisnis	1
B. Ihsan sebagai Karakter Kerja Profetik	6
C. Taqwa Sebagai Pedoman Etika Kerja	10
D. Integrasi Akhlak, Ihsan, dan Taqwa dalam Praktik Bisnis	14
E. References.....	20
F. Tentang penulis.....	20
BAB II FONDASI ETIKA DAN EPISTEMOLOGI DALAM PEMIKIRAN ISLAM: PENGANTAR KONSEPTUAL.....	21
A. Filsafat Etika Islam: Konsep Dasar dan Landasan	22
B. Sumber Utama Etika Islam	24
C. Konsep Kunci Etika dan Maqasid Syariah	25
D. Peran Tokoh Klasik dalam Etika Islam	27
E. Filsafat Epistemologi Islam: Sumber dan Validitas Pengetahuan.....	29
F. Definisi dan Ruang Lingkup Epistemologi Islam	29
G. Sumber-Sumber Pengetahuan yang Sah (Masadhir al-‘Ilm)	30
H. Kriteria Validitas Ilmu (Mi‘yar al-shihhah)	32
I. Tokoh Epistemologi dan Kontribusinya	33
J. Integrasi Etika dan Epistemologi.....	34
K. Dampak Etika Terhadap Epistemologi	36
L. Dampak Epistemologi Terhadap Etika	37
M. Studi Kasus Tokoh Integratif.....	38
N. Aplikasi dan Relevansi Kontemporer.....	39
O. Respon Epistemologi Islam Terhadap Post-Modernisme.....	42
P. Etika Islam dalam Konteks Pluralisme	43
Q. Konsep Islamisasi Ilmu Pengetahuan	44

R. Daftar Pustaka.....	45
S. Tentang Penulis.....	48
BAB III KEADILAN DAN AMANAH DALAM TRANSAKSI EKONOMI ISLAM	49
A. Konteks Keadilan	49
B. Konteks Amanah	52
C. Konsep Keadilan dalam Prespektif Transaksi Ekonomi Islam.....	53
D. Konsep Amanah dalam Perspektif Transaksi Ekonomi Islam	58
E. Landasan Dalil yang diperkaya dari Al-Qur'an dan Hadits.....	60
F. Implementasi dalam Ekonomi Islam Kontemporer	61
G. Daftar Pustaka.....	62
H. Tentang Penulis.....	64
BAB IV ETIKA DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL DAN GLOBALISASI.....	65
A. Etika dalam Perdagangan Internasional dan Globalisasi.....	65
B. Konsep Etika Bisnis Syariah	69
C. Perdagangan Internasional	70
D. Konsep Globalisasi.....	71
E. Studi Kasus Kebijakan Dumping dan Eksploitasi Manusia	73
F. Daftar Pustaka.....	76
G. Tentang penulis.....	77
BAB V HALAL, <i>SUPPLY CHAIN</i>, DAN KEBERLANJUTAN EKONOMI SYARIAH	79
A. Konteks Halal, <i>Supply Chain</i> dan Keberlanjutan	79
B. Konsep Halal dalam Ekonomi Syariah	83
C. Manajemen Rantai Pasokan/ <i>Supply Chain Management (SCM)</i>	85
D. Manajemen Rantai Pasokan Halal/ <i>Halal Supply Chain Management (HSCM)</i>	87
E. Konsep Keberlanjutan (<i>Sustainability</i>)	88
F. Studi Kasus	89
G. Daftar Pustaka.....	90
H. Tentang Penulis.....	92

BAB VI	PRINSIP TRANSPARANSI, INTEGRITAS, DAN AKUNTABILITAS DALAM ETIKA BISNIS ISLAM.....	94
A.	Nilai-nilai Etika Bisnis dalam Ekonomi Syariah.....	94
B.	Definisi Transparansi, Integritas, dan Akuntabilitas	96
C.	Implementasi Transparansi, Integritas, dan Akuntabilitas dalam Bisnis	99
D.	Hubungan Integratif Praktik Transparansi, Integritas, dan Akuntabilitas dalam Bisnis	102
E.	Daftar Pustaka.....	104
F.	Tentang penulis.....	110
BAB VII	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM	112
A.	Pendahuluan.....	112
B.	Implementasi Etika Bisnis Islam dalam CSR.....	115
C.	Integrasi <i>Maqashid Syari'ah</i> dalam CSR dan Relevansinya Pada SDGs	118
D.	Referensi	122
E.	Tentang penulis.....	124
BAB VIII	FRAMEWORK LITERASI DIGITAL ISLAMI DAN AKUNTABILITAS SOSIAL : SEBUAH MODEL PENANGGULANGAN KEJAHATAN TRANSAKSI ELEKTRONIK	126
A.	<i>Framework</i> Literasi Digital Islami & Akuntabilitas Sosial.....	126
B.	Etika Bisnis Islam.....	129
C.	Urgensi Literasi Digital dalam Menghadapi Penipuan	134
D.	Dasar dalam membangun Framework Literasi Digital Islami dan Akuntabilitas Sosial	141
E.	Prinsip <i>Mas'uliyah</i> (Tanggung Jawab) dan <i>Ihsan</i> (Berbuat Baik) Dapat Memperkuat Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital	146
F.	Studi Kasus	149
G.	Kesimpulan.....	151
H.	Daftar Pustaka.....	153
I.	Tentang Penulis	156

BAB IX IMPLEMENTASI REKLAMASI PANTAI: TINJAUAN BERBASIS ETIKA BISNIS ISLAM	157
A. Reklamasi Pantai di Indonesia dan Keberlanjutan	157
B. Penerapan Reklamasi Pantai Berbasis Etika Bisnis Islam	161
C. Referensi.....	169
D. Tentang Penulis.....	170
BAB X MODEL ETIKA BISNIS ISLAM DAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH (SENGKETA EKONOMI SYARIAH)	170
A. Konsep dan Prinsip Dasar Model Etika Bisnis Islam.....	171
B. Model Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Praktik Ekonomi Syariah	174
C. Peran Publikasi Karya Ilmiah dalam Pengembangan Ekonomi Syariah	176
D. Sengketa Ekonomi Syariah: Penyebab, Bentuk, dan Penyelesaiannya.....	178
E. Kesimpulan.....	181
F. Daftar Pustaka.....	182
G. Tentang Penulis.....	183
BAB XI SUMBER ETIKA BISNIS ISLAM: AL QUR'AN DAN HADITS	184
A. Pondasi Teologi Bisnis dan Paradigma Istikhlaf.....	184
B. Al-Qur'an: Konstitusi Utama Etika Bisnis	186
C. Al-Hadits: Pedoman Operasional dan Preseden Hukum.....	190
D. Sinergi Wahyu dalam karangter Pebisnis	193
E. Implementasi Kontemporer dan Tantangan Global.....	196
F. Kesimpulan.....	198
G. Daftar Pustaka.....	199
H. Tentang Penulis.....	201
BAB XII HAK DAN PERLINDUNGAN INVESTOR DAN PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)	202
A. Konteks Investor dan Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholders</i>)	202
B. Konsep Perlindungan dalam Islam.....	203
C. Kerangka Teoritis Perlindungan Investor dan Pemangku Kepentingan	206

D. Perlindungan <i>Stakeholders</i> Non-Investor	208
E. Mekanisme Perlindungan Investor dan <i>Stakeholders</i> serta Peraturan Pemerintah yang Mendukungnya.....	210
F. Studi Kasus	212
G. Daftar Pustaka.....	213
H. Tentang Penulis	219
BAB XIII <i>MAQASHID SYARIAH</i> DAN EKSESINYA DALAM ETIKA BISNIS.....	221
A. <i>Maqasid Syariah</i> dalam Etika Bisnis	221
B. Definisi <i>Maqashid Syariah</i> , dan Etika Bisnis Islam	226
C. <i>Maqashid Syariah</i> dan Ekksesinya dalam Etika Bisnis	241
D. Daftar Pustaka.....	244
E. Tentang Penulis	247
BAB XIV BISNIS ISLAM DAN DIGITALISASI.....	248
A. Pendahuluan.....	248
B. Landasan Konseptual.....	250
C. Peluang Digitalisasi dalam Bisnis Islam	252
D. Risiko Etis dan Tantangan	254
E. Integrasi Teknologi dengan Prinsip Islam	256
F. Implikasi Akademik dan Praktis.....	258
G. Kesimpulan.....	260
H. Daftar Pustaka.....	261
I. Tentang Penulis	263
BAB XV ETHICAL VIOLATIONS IN MALAYSIAN BUSINESS PRACTICES: ISSUES, REMEDIES, AND INSIGHTS FROM ISLAMIC ETHICS.....	265
A. Introduction	266
B. Business Ethics and Corporate Governance in Malaysia.....	267
C. Secular Ethics Frameworks: CSR and Stakeholder Theory.....	269
D. Islamic Business Ethics and Shariah Governance	271
E. Ethical Violations in Malaysian Business Practices.....	276
F. Insights from Islamic Ethics and Shariah Principles	282
G. Honoring Trust (<i>Amanah</i>) in Roles and Resources.....	282

H. P Justice (adl) and Equity in Dealings	283
I. Ihsan (Benevolence/Excellence).....	284
J. Maslahah (Public Interest) and Maqasid al-Shariah	286
K. Taqwa (God-consciousness).....	287
L. Repentance and Restoration	288
M. Barakah (Blessing) and Rizq (Provision).....	288
N. Shura (Consultation) and Inclusion	289
O. Conclusion	290
P. References.....	291
Q. About the author	295

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akhlak Based Ethical Business Framework	4
Gambar 2 Model Ihsan-Based Prophetic Work Character Framework.....	8
Gambar 3 Taqwa Based Ethical Work Framework.....	13
Gambar 4 Model Integrasi Akhlak, Ihsan, dan Taqwa dalam Praktik Bisnis	17
Gambar 5 Data Penipuan Online dan Literasi Digital Islami	137
Gambar 6 Perbandingan Literasi Digital Umum dan Islami	138
Gambar 7. Alur Framework Literasi Digital.....	144
Gambar 8. Prinsip Mas'uliyah dan Ihsan.....	149
Gambar 9 Framework Literasi Digital Islami dan Akuntabilita Sosial	151

BAB I

KONSEP AKHLAK, IHSAN DAN TAKWA DALAM BISNIS

Samsul Huda, SE., M.SA., CA., Ak.
Program Doktor Ekonomi Syariah Pascasarjana
UIN Sayyid Ali Rahamtullah Tulungagung

A. Akhlak Sebagai Fondasi Etika Bisnis

Akhlak merupakan pilar utama dalam etika bisnis Islam. Dalam perspektif syariah, aktivitas bisnis tidak sekadar proses ekonomi yang diarahkan untuk memperoleh keuntungan, tetapi merupakan bagian dari ibadah yang mengandung dimensi moral dan tanggung jawab spiritual. Karena itu, akhlak berfungsi sebagai fondasi yang mengarahkan perilaku pelaku usaha agar selalu berada dalam koridor kejujuran, keadilan, amanah, serta tata kelola bisnis yang etis dan berkeadaban. Literatur ekonomi Islam menempatkan akhlak pada posisi yang sangat sentral, karena kualitas moral seseorang menjadi determinan utama dalam membentuk kualitas interaksi sosial dan transaksi ekonominya. Bisnis yang tidak berlandaskan akhlak berpotensi melahirkan tindakan eksploitatif, merugikan, dan jauh dari keberkahan; sebaliknya, bisnis berbasis akhlak memunculkan kepercayaan, keberlanjutan, serta kontribusi bagi masyarakat luas.

Secara terminologis, akhlak dipahami sebagai sifat batin yang tertanam kokoh dalam jiwa sehingga melahirkan tindakan secara spontan tanpa memerlukan pertimbangan panjang. Suhayib (2021) menegaskan bahwa akhlak merupakan kondisi kejiwaan yang konsisten menghasilkan tindakan baik secara berkelanjutan. Akhlak

Etika Bisnis Islam

Buku “Etika Bisnis Islam” menyajikan pemahaman menyeluruh mengenai prinsip moral dan nilai-nilai dasar yang membentuk perilaku bisnis berlandaskan syariat. Dimulai dengan pembahasan tentang akhlak, ihsan, dan takwa sebagai fondasi karakter profesional, buku ini mengupas epistemologi etika Islam, sumber-sumber hukumnya, serta kedudukan keadilan, amanah, transparansi, dan akuntabilitas dalam transaksi ekonomi. Pembahasan meluas pada isu global seperti etika perdagangan internasional, praktik dumping, keberlanjutan rantai pasok halal, peran tanggung jawab sosial perusahaan, dan urgensi literasi digital Islami sebagai respon atas meningkatnya kejahatan transaksi elektronik. Kajian ini diperkaya dengan studi kasus kontemporer termasuk reklamasi pantai, sengketa ekonomi syariah, perlindungan investor dan pemangku kepentingan, serta relevansi Maqashid Syariah dalam penguatan tata kelola bisnis yang adil dan berkeadaban. Buku ini menjadi rujukan penting bagi akademisi, praktisi, dan regulator yang berupaya membangun ekosistem bisnis yang bermartabat, berkelanjutan, dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

ISBN 979-624-1462-40-9



9

