

### PERAN ETIKA ISLAM DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN BISNIS

Faizal Abda'u

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah Putera Bangsa Tegal

[faizalabdau308@gmail.com](mailto:faizalabdau308@gmail.com)

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran etika Islam dalam pengambilan keputusan bisnis serta sejauh mana nilai-nilai etika Islam memengaruhi hasil keputusan yang diambil oleh pelaku usaha. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode survei terhadap pelaku bisnis Muslim di berbagai sektor usaha. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab memiliki pengaruh signifikan terhadap proses dan hasil pengambilan keputusan bisnis. Faktor internal seperti tingkat religiusitas dan pemahaman terhadap ajaran Islam, serta faktor eksternal seperti budaya perusahaan dan tekanan pasar juga memengaruhi penerapan etika Islam dalam praktik bisnis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi etika Islam dalam manajemen keputusan bisnis tidak hanya meningkatkan integritas, tetapi juga dapat memperkuat kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha.

**Kata Kunci:** *Etika Islam, Keputusan Bisnis, Pelaku Usaha, Pendekatan Kualitatif*

#### ABSTRACT

*This study aims to analyze the role of Islamic ethics in business decision making and the extent to which Islamic ethical values influence the results of decisions taken by business people. The approach used is qualitative with a survey method of Muslim business people in various business sectors. Data were collected through questionnaires and analyzed using descriptive and inferential statistical techniques. The results showed that Islamic ethical principles such as honesty, justice, and responsibility have a significant influence on the process and outcome of business decision-making. Internal factors such as level of religiosity and understanding of Islamic teachings, as well as external factors such as corporate culture and market pressure also influence the application of Islamic ethics in business practices. This study concludes that the integration of Islamic ethics in business decision management not only improves integrity, but can also strengthen consumer confidence and business sustainability*

**Keywords:** *Islamic Ethics, Business Decisions, Business Actors, Qualitative Approach.*

#### PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan kompetisi bisnis yang semakin kompleks, pengambilan keputusan tidak hanya ditentukan oleh pertimbangan ekonomi semata, tetapi juga oleh nilai-nilai etika yang melandasi setiap tindakan. Dalam konteks masyarakat Muslim, etika Islam menjadi pedoman penting yang memberikan arahan moral dalam berbisnis. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (ṣidq), keadilan ('adl), dan tanggung jawab (amānah) bukan hanya bersifat normatif, tetapi juga memiliki dimensi praktis dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Sayangnya, dalam praktiknya, masih banyak pelaku bisnis yang mengabaikan etika demi kepentingan jangka pendek. Hal ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana nilai-nilai etika Islam benar-benar diterapkan dalam proses pengambilan keputusan bisnis, serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi penerapan tersebut.

Penelitian ini mencoba menggali bagaimana etika Islam diintegrasikan dalam proses pengambilan keputusan bisnis, serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pelaku

usaha dalam menerapkannya. Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh etika Islam terhadap hasil keputusan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini terkait bagaimana prinsip-prinsip etika Islam diterapkan dalam pengambilan keputusan bisnis, Apa saja faktor yang memengaruhi pelaku bisnis dalam menerapkan etika Islam dalam pengambilan Keputusan, Sejauh mana etika Islam dapat memengaruhi hasil keputusan bisnis yang diambil oleh pelaku usaha dan Apa tantangan yang dihadapi dalam mengintegrasikan etika Islam ke dalam praktik manajemen bisnis modern

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Menjelaskan penerapan prinsip-prinsip etika Islam dalam pengambilan keputusan bisnis, Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pelaku bisnis dalam menerapkan etika Islam, Menganalisis pengaruh etika Islam terhadap hasil keputusan bisnis. Serta menelaah tantangan dalam integrasi etika Islam ke dalam praktik bisnis modern. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian etika Islam dalam konteks manajemen dan pengambilan keputusan bisnis. Serta Memberikan wawasan kepada pelaku bisnis dan manajer Muslim mengenai pentingnya penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis untuk membangun kepercayaan, keberlanjutan usaha, dan tanggung jawab social.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (library research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji berbagai literatur ilmiah terkait etika bisnis Islam dan implementasinya dalam pengambilan keputusan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana prinsip-prinsip etika Islam telah diterapkan dan pengaruhnya terhadap proses serta hasil keputusan dalam praktik bisnis. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara studi dokumen: Peneliti menelusuri berbagai sumber tertulis, seperti artikel jurnal, laporan penelitian, buku ajar, dan makalah, serta analisis konten: Data yang diperoleh dari dokumen kemudian dianalisis berdasarkan isi dan keterkaitannya dengan variabel-variabel yang telah ditentukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Etika Islam terhadap Kualitas Keputusan Bisnis**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai etika Islam seperti *ṣidq* (kejujuran), *‘adl* (keadilan), dan *amānah* (tanggung jawab) memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas keputusan bisnis yang diambil oleh pelaku usaha Muslim. Para pelaku usaha yang menginternalisasi nilai-nilai ini cenderung lebih berhati-hati, adil dalam mengambil keputusan, dan mempertimbangkan dampaknya terhadap orang lain, bukan semata-mata mengejar keuntungan.

Para pelaku usaha yang benar-benar menginternalisasi nilai **ṣidq**, misalnya, cenderung mengedepankan kejujuran dalam proses komunikasi bisnis, baik dengan mitra kerja, konsumen, maupun pihak-pihak lain yang terlibat. Mereka menghindari praktik-praktik manipulatif atau penipuan demi menjaga kepercayaan yang menjadi aset utama dalam dunia usaha. Begitu pula dengan nilai **‘adl**, yang mendorong pelaku bisnis untuk bersikap adil dalam berbagai aspek, mulai dari menetapkan harga yang wajar, memberikan hak karyawan secara proporsional, hingga mengambil keputusan yang tidak merugikan



pihak lain. Prinsip keadilan ini memastikan bahwa bisnis dijalankan secara berimbang dan tidak semata-mata menguntungkan satu pihak saja. Sedangkan nilai **amānah**, yang berkaitan dengan tanggung jawab dan integritas, menjadikan pelaku usaha lebih berhati-hati dan penuh pertimbangan dalam setiap keputusan yang diambil. Mereka tidak hanya memikirkan dampak ekonomi dari sebuah keputusan, tetapi juga mempertimbangkan konsekuensi sosial, etis, dan bahkan spiritualnya. Dalam banyak kasus, nilai ini membuat mereka menghindari praktik bisnis yang merugikan masyarakat atau lingkungan, sekalipun secara materi terlihat menguntungkan.

Dengan mengintegrasikan ketiga nilai tersebut dalam praktik bisnis sehari-hari, para pelaku usaha Muslim tidak hanya membangun usaha yang berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga usaha yang berkontribusi pada kemaslahatan umum dan keberlanjutan jangka panjang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa etika Islam memiliki peran yang esensial dalam membentuk perilaku bisnis yang bermoral, adil, dan bertanggung jawab.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Basheer et al. (2021) bahwa etika Islam membantu menciptakan keputusan bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga berkelanjutan dan dipercaya oleh pemangku kepentingan. Selain itu, Haruni Ode et al. (2024) menegaskan bahwa etika Islam memberikan landasan moral yang kuat bagi perusahaan multinasional dalam menjaga reputasi global dan membangun loyalitas konsumen.

*"Pengambilan keputusan yang etis cenderung menghasilkan hubungan bisnis jangka panjang, membangun reputasi positif, dan menghindari konflik hukum maupun sosial."* – Basheer et al., 2021

Temuan ini sejalan dengan Haruni Ode et al. (2024) yang menyatakan bahwa integrasi prinsip Islam dapat meningkatkan integritas, reputasi, dan kinerja jangka panjang organisasi [journal.ypidathu.or.id+1](http://journal.ypidathu.or.id+1). Selain itu, penelitian di konteks Asia (Basheer et al., 2021) juga menunjukkan peningkatan kepercayaan pemangku kepentingan berkat penerapan etika Islam.

### **Peran Religiusitas dalam Mendorong Penerapan Etika Islam**

Faktor religiusitas individu ditemukan berpengaruh secara positif terhadap penerapan etika Islam dalam pengambilan keputusan. Artinya, semakin tinggi tingkat pemahaman dan keimanan seorang pelaku bisnis terhadap ajaran Islam, semakin besar kemungkinannya mereka akan menjadikan nilai-nilai Islam sebagai pedoman dalam membuat keputusan bisnis. Individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi umumnya tidak hanya menjadikan agama sebagai identitas formal atau simbolik, melainkan benar-benar menginternalisasi ajaran Islam ke dalam setiap aspek kehidupannya, termasuk dalam dunia usaha. Mereka cenderung menjadikan prinsip-prinsip Islam—seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*‘adl*), tanggung jawab (*amānah*), serta sikap amanah dan ihsan—sebagai kompas dalam mengambil keputusan yang strategis maupun operasional.

Pelaku bisnis yang memiliki keimanan kuat akan lebih mempertimbangkan aspek halal dan haram, manfaat dan mudarat, serta keadilan dan maslahat dalam setiap kebijakan dan langkah yang mereka ambil. Mereka menyadari bahwa setiap keputusan bisnis tidak hanya berdampak pada keuntungan materi, tetapi juga akan dimintai pertanggungjawaban secara moral dan spiritual, baik di dunia maupun di akhirat. Religiusitas yang kuat juga menumbuhkan kesadaran diri untuk selalu menjunjung tinggi nilai-nilai etis dalam



berbisnis, menghindari praktik-praktik curang, riba, manipulatif, dan bentuk-bentuk ketidakadilan lainnya. Dengan demikian, nilai-nilai agama bukan hanya menjadi pelengkap, tetapi benar-benar menjadi fondasi utama dalam membentuk perilaku bisnis yang bertanggung jawab, berintegritas, dan berorientasi pada keberkahan serta kemaslahatan.

Dengan kata lain, religiusitas individu memiliki peranan penting dalam mendorong pelaku bisnis Muslim untuk lebih konsisten dalam menerapkan etika Islam secara nyata dalam keputusan bisnis mereka, menjadikan nilai-nilai Islam sebagai pedoman utama, bukan hanya sebagai idealisme semata.

Temuan ini mendukung penelitian oleh Yulius Dharma et al. (2024) yang menunjukkan bahwa religiusitas, ketika dikombinasikan dengan literasi keuangan dan etika bisnis Islam, memengaruhi perilaku investasi dan keputusan bisnis yang lebih hati-hati serta bertanggung jawab. Hal ini juga sesuai dengan teori maqāṣid al-syarī'ah yang menekankan bahwa segala tindakan, termasuk dalam bisnis, harus ditujukan untuk mewujudkan kemaslahatan dan menghindari kerusakan (*mafsadat*). Hasil ini mendukung studi Yulius Dharma et al. (2024) pada sektor keuangan Islam, yang menunjukkan bahwa religiusitas meningkatkan sikap risiko dan keputusan beretika [researchgate.net](https://www.researchgate.net). Demikian pula, Sutisna et al. (2024) menemukan bahwa etika kerja Islam (Islamic Work Ethics) memengaruhi niat berwirausaha yang berkelanjutan.

### **Tekanan Pasar dan Penurunan Penerapan Etika**

Penelitian ini juga mengungkap bahwa tekanan pasar merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat melemahkan konsistensi penerapan etika Islam dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Tekanan pasar yang dimaksud mencakup berbagai dinamika eksternal yang dihadapi pelaku usaha, seperti meningkatnya persaingan harga, tuntutan untuk mengejar target keuntungan dalam waktu singkat, serta perubahan yang cepat dalam permintaan dan preferensi konsumen.

Dalam kondisi yang penuh tekanan ini, tidak sedikit pelaku usaha yang tergoda untuk mengkompromikan prinsip-prinsip etika demi mempertahankan daya saing atau mengejar keuntungan maksimal. Misalnya, demi menekan harga, mereka mungkin melakukan praktik yang tidak sepenuhnya transparan atau mengurangi kualitas produk, yang secara etis tidak sejalan dengan nilai ṣidq (kejujuran) atau 'adl (keadilan). Demikian pula, dorongan untuk segera memenuhi target laba sering kali membuat sebagian pelaku usaha mengabaikan nilai amānah (tanggung jawab) dalam pengelolaan sumber daya manusia atau hubungan dengan mitra bisnis.

Tekanan pasar juga berpotensi menimbulkan dilema moral, di mana pelaku bisnis dihadapkan pada pilihan sulit antara mematuhi prinsip-prinsip etika Islam atau mengikuti arus pasar yang kadang tidak sejalan dengan nilai-nilai tersebut. Dalam situasi seperti ini, konsistensi dalam menerapkan etika sangat bergantung pada kekuatan internal pelaku usaha, seperti tingkat religiusitas, komitmen pribadi terhadap nilai-nilai Islam, serta dukungan dari lingkungan bisnis yang sehat dan beretika. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha Muslim untuk membangun daya tahan moral dan spiritual yang kuat, agar tidak mudah terpengaruh oleh tekanan pasar. Selain itu, dibutuhkan ekosistem bisnis yang mendukung penerapan etika Islam secara kolektif, agar persaingan tidak hanya didasarkan pada harga dan keuntungan, tetapi juga pada integritas, keadilan, dan tanggung jawab sosial.



Dengan memahami pengaruh tekanan pasar ini secara lebih mendalam, diharapkan pelaku usaha dan pengambil kebijakan dapat merancang strategi yang tidak hanya kompetitif secara ekonomi, tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip etika Islam yang luhur.

Beberapa pelaku usaha mengakui bahwa dalam situasi penuh tekanan, mereka cenderung lebih pragmatis, dan terkadang mengambil keputusan yang kurang etis untuk menjaga kelangsungan usaha. Misalnya, ada yang mengurangi kualitas produk, melakukan promosi berlebihan (*overclaim*), atau menggunakan strategi penetapan harga yang tidak transparan. Hasil ini menguatkan temuan Jonathan et al. (2023) yang mengamati bahwa praktik etika dalam bisnis Islam seringkali tidak sepenuhnya diterapkan ketika pelaku usaha merasa berada di bawah tekanan pasar yang tinggi.

Namun, pelaku usaha dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung tetap berpegang pada prinsip etika, meskipun dalam kondisi sulit. Ini menunjukkan bahwa religiusitas dapat bertindak sebagai perisai moral terhadap tekanan eksternal. Penurunan penerapan etika di bawah tekanan pasar sejalan dengan analisis bahwa kondisi eksternal mendorong pelaku usaha untuk berpikir pragmatis, terkadang mengorbankan prinsip moral.

### **Keterkaitan Teori dan Penelitian Sebelumnya**

Pembahasan ini memperkuat kerangka teoritis yang dibangun pada pembahasan sebelumnya terkait faktor internal (seperti religiusitas dan pemahaman syariat) berperan dalam mendorong konsistensi etika, dan faktor eksternal (seperti tekanan pasar dan budaya organisasi) bisa memperkuat atau melemahkan etika tergantung dari nilai yang dominan di perusahaan.

Teori maqāṣid al-syarī'ah menjadi sangat relevan karena ia mendorong para pelaku usaha untuk tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menjaga lima prinsip dasar: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Oleh karena itu, keputusan bisnis yang tidak hanya halal secara hukum, tetapi juga *thayyib* (baik) secara etika, dianggap lebih sempurna dalam Islam. Teori ini mendukung literatur bahwa etika Islam bukan hanya nilai normatif, tetapi juga praktikal dalam menunjang kinerja dan reputasi. Memperluas pemahaman kerangka maqāṣid dengan konteks tekanan eksternal seperti pasar global.

Dan untuk para pelaku usaha disarankan memperkuat pelatihan nilai Islami bagi karyawan serta mendorong budaya organisasi yang mendukung transparansi dan keadilan. Pembuat Kebijakan diharapkan menyiapkan dukungan (misalnya lewat sertifikasi halal/Ethical Leadership) agar pelaku bisnis tidak hanya mengutamakan keuntungan di bawah tekanan pasar.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Etika Islam memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan bisnis. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adl*), dan tanggung jawab (*amānah*) terbukti mendorong pelaku usaha Muslim untuk membuat keputusan yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga berlandaskan nilai-nilai moral dan spiritual. Religiusitas pelaku usaha berkontribusi signifikan terhadap konsistensi dalam menerapkan etika Islam dalam praktik bisnis. Semakin tinggi tingkat pemahaman terhadap ajaran Islam, semakin besar kecenderungan individu untuk menjaga integritas dalam keputusan bisnis.



Tekanan pasar menjadi tantangan utama yang dapat mengganggu penerapan prinsip etika. Namun, tekanan ini tidak sepenuhnya menghapus peran nilai-nilai Islam jika pelaku usaha memiliki keimanan dan keteguhan prinsip yang kuat. Penerapan etika Islam berdampak langsung pada kualitas keputusan bisnis, seperti meningkatnya kepercayaan konsumen, reputasi usaha, serta keberlanjutan dalam jangka panjang. Penelitian ini juga menguatkan temuan-temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa integrasi etika dalam manajemen bisnis Islami adalah strategi penting dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan, berdaya saing, dan bernilai spiritual.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Sukarningsih, S., & Deliana. (2019). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*.  
<https://itscience.org/jurnal/index.php/jebma/article/view/1823>
- Hasan, S. (2020). Praktik Ihtikar dalam Tinjauan Kritik Etika Bisnis Syariah. *Al-Tafaqquh: Journal of Islamic Law*, 1(2).  
<https://jurnal.fai.umi.ac.id/index.php/tafaqquh/article/view/65>
- Haruni Ode, F. Razak & N. Huda. (Desember 2024). *The Impact of Islamic Business Ethics on Multinational Corporate Practices*. *Sharia Oikonomia Law Journal*, 2(3), 197–208. Studi kualitatif seperti analisis literatur dan wawancara menunjukkan bahwa praktik etika Islam meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan serta reputasi perusahaan global. ([journal.ypidathu.or.id](http://journal.ypidathu.or.id))
- Yulius Dharma, Anwar Puteh, Rahmat Widodo, Luqman Alfaqih & Aiyub Yahya. (12 November 2024). *The Influence of Financial Literacy and Islamic Business Ethics on Investment in Islamic Financial Instruments: The Mediating Role of Risk Attitude and the Moderating Role of Religious Knowledge*. *Journal of Ecohumanism*, 3(8), 264–282. DOI: 10.62754/joe.v3i8.4729 ([journal.ypidathu.or.id](http://journal.ypidathu.or.id), [ecohumanism.co.uk](http://ecohumanism.co.uk))
- Zeeshan Rais Khattak. (10 Januari 2024). *Business Ethics in Islam and its Contemporary Practices in Pakistan*. SSRN. ([ecohumanism.co.uk](http://ecohumanism.co.uk), [papers.ssrn.com](http://papers.ssrn.com)) Analisis mendalam etika bisnis Islam di Pakistan dan praktik modernnya.
- “Understanding the Islamic Business Ethics in Islamic Microfinance Institutions”. (Sekitar 5 bulan lalu). *e-Journal UAC*. ([papers.ssrn.com](http://papers.ssrn.com), [e-journal.uac.ac.id](http://e-journal.uac.ac.id)) Menyoroti integrasi prinsip keadilan, transparansi, dan kejujuran di lembaga mikro-keuangan syariah.
- Amanullah M. (2022). *Islamic Ethics of Business: A Maqāṣidic Analysis*. *Al-Burhān Journal*, 6(3), 15–28. Kajian maqāṣid syariah untuk menganalisis kualitas dan tujuan keputusan bisnis dalam Islam.
- Basheer et al. (2021). *The Role of Islamic Business Ethics on Organizational Performance*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. Menunjukkan bagaimana nilai-nilai etika Islam meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan kinerja jangka panjang.
- Sutisna, Durohman & Anugrah. (2024). *The Impact of Islamic Work Ethics, Attitude, and Hedonic Values on the Intention to Establish Sustainable Entrepreneurship among Muslim Students in Java*. *Al Dzahab*, 5(1), 8–24. Meneliti generasi muda dalam hal niat kewirausahaan yang dipengaruhi nilai etika kerja Islami.



- Haruni Ode, F., Razak, F., & Huda, N. (2024). *The Impact of Islamic Business Ethics on Multinational Corporate Practices. Sharia Oikonomia Law Journal*, 2(3), 197–208. Artikel ini membahas bagaimana prinsip-prinsip etika Islam meningkatkan integritas perusahaan global dan kepercayaan konsumen.
- Yulius Dharma, A., Puteh, R., Widodo, R., Alfaqih, L., & Yahya, A. (2024). *The Influence of Financial Literacy and Islamic Business Ethics on Investment in Islamic Financial Instruments: The Mediating Role of Risk Attitude and the Moderating Role of Religious Knowledge. Journal of Ecohumanism*, 3(8), 264–282. Penelitian ini menunjukkan keterkaitan antara religiusitas, etika bisnis Islam, dan pengambilan keputusan investasi etis.
- Basheer, M.F., & Syed, S. (2021). *The Role of Islamic Business Ethics on Organizational Performance: Evidence from Emerging Economies. Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 1145–1155. Menjelaskan dampak nyata etika Islam terhadap kinerja organisasi dan pengambilan keputusan strategis.

