

# Etika Bisnis *dalam* Kajian Islam

Siska Yuli Anita  
Tuti Supatminingsih  
Sinta Rusmalinda  
Karyono  
Ajeung Syilva Syara Noor Silmi Sudrajat  
Lutfi Maulana  
Nurlailiyah Aidatus Sholihah  
Masnawaty Sangkala  
Fitri Raya  
Adi Muhammad Nur Ihsan  
Ahmad Maulidizen  
Fikry Ramadhan Suhendar  
Evriyenni  
Zumara

Editor: Muhamad Rizal Kurnia



# **ETIKA BISNIS DALAM KAJIAN ISLAM**

**Siska Yuli Anita  
Tuti Supatminingsih  
Sinta Rusmalinda  
Karyono  
Ajeung Syilva Syara Noor Silmi Sudrajat  
Lutfi Maulana  
Nurlailiyah Aidatus Sholihah  
Masnawaty Sangkala  
Fitri Raya  
Adi Muhammad Nur Ihsan  
Ahmad Maulidizen  
Fikry Ramadhan Suhendar  
Evriyenni  
Zumara**

# ETIKA BISNIS DALAM KAJIAN ISLAM

## Penulis:

Siska Yuli Anita  
Tuti Supatminingsih  
Sinta Rusmalinda  
Karyono  
Ajeung Syilva Syara Noor Silmi Sudrajat  
Lutfi Maulana  
Nurlailiyah Aidatus Sholihah  
Masnawaty Sangkala  
Fitri Raya  
Adi Muhammad Nur Ihsan  
Ahmad Maulidizen  
Fikry Ramadhan Suhendar  
Evriyenni  
Zumara

Editor : **Muhamad Rizal Kurnia, M.E.**  
Tata Letak : **Asep Nugraha, S.Hum**  
Desain Cover : **Septimike Yourintan Mutiara, S.Gz.**  
Ukuran : **UNESCO 15,5 x 23 cm**  
Halaman : **vii, 180**  
ISBN : **978-623-09-2430-9**  
Terbit Pada : **Maret 2023**

Hak Cipta 2023 @ Sada Kurnia Pustaka dan Penulis

*Hak cipta dilindungi undang-undang dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.*

## **PENERBIT PT SADA KURNIA PUSTAKA**

Jl. Warung Selikur Km.6 Sukajaya – Carenang, Kab. Serang Banten  
Email : [sadapenerbit@gmail.com](mailto:sadapenerbit@gmail.com)  
Website : [sadapenerbit.com](http://sadapenerbit.com) & [repository.sadapenerbit.com](http://repository.sadapenerbit.com)  
Telpon/WA : +62 838 1281 8431

# KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan buku “Etika Bisnis Dalam Kajian Islam”. Buku yang ada di hadapan pembaca ini, merupakan hasil Kolaborasi Dosen antar Perguruan Tinggi di Indonesia.

Dalam kehidupan bermasyarakat diperlukan suatu sistem untuk mengatur bagaimana manusia bergaul. Sistem yang mengatur komunikasi membuat orang saling menghormati, memiliki tata krama, sopan santun disebut etika. Agama Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi nilai-nilai norma dan juga sopan santun serta rasa menghargai makhluk satu sama lain.

Dalam Islam, berbisnis juga diatur dalam etika bisnis Islam. Islam mengatur bahwa etika bisnis Islam adalah benar dan tidak bisa dipisahkan dengan hal-hal penting lainnya. Berbagai filosofi di dalam agama Islam mengajarkan tentang bagaimana menjalankan bisnis di dalam etika bisnis Islam.

Dalam penyusunan buku ini masih banyak kendala dan tantangan yang dihadapi oleh para penulis, namun dengan kesabaran dan ketekunan serta bantuan dan motivasi dari semua pihak sehingga buku “Etika Bisnis Dalam Kajian Islam” ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu para penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dalam penulisan buku-buku selanjutnya.

Tim Penulis

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB 1 SEJARAH BISNIS DALAM ISLAM .....</b>	<b>1</b>
Pengertian Bisnis .....	1
Sejarah Bisnis Dalam Islam .....	2
Rahasia Sukses Bisnis Nabi Muhammad SAW .....	3
Bisnis Non Syariah VS Bisnis Syariah.....	6
Daftar Pustaka .....	8
Profil Penulis .....	9
<b>BAB 2 KONSEP DAN TEORI ETIKA BISNIS ISLAM .....</b>	<b>10</b>
Pendahuluan .....	10
Konsep Etika Bisnis dalam Konteks Islam.....	12
Struktur Etika Islam .....	13
Konsep Produksi dalam Etika Bisnis Islam .....	16
Konsep Konsumsi dalam Etika Bisnis Islam .....	17
Mekanisme Penegakan.....	17
Kesimpulan .....	18
Daftar Pustaka.....	19
Profil Penulis.....	20
<b>BAB 3 PERBANDINGAN ETIKA BISNIS ISLAM DENGAN ETIKA BISNIS KONVENSIONAL.....</b>	<b>21</b>
Etika Dalam Bisnis.....	21
Etika Bisnis Dalam Islam Beserta Sumbernya.....	24
Perbandingan Etika Bisnis Islam dengan Etika Bisnis Konvensional .....	28
Daftar Pustaka.....	29
Profil Penulis.....	30
<b>BAB 4 KONSEP ETIKA BISNIS DALAM AL-QUR'AN DAN AL-HADITS .....</b>	<b>31</b>
Pengertian Etika Bisnis.....	31
Konsep Etika Bisnis Al-Qur'an dan Al-Hadits.....	33
Daftar Pustaka.....	40

Profil Penulis.....	42
<b>BAB 5 PERILAKU BISNIS YANG DIPERBOLEHKAN DAN DILARANG DALAM ISLAM .....</b>	<b>43</b>
Perilaku Bisnis dalam Etika Islam .....	43
Perilaku Bisnis yang Diperbolehkan dalam Islam .....	48
Perilaku Bisnis yang dilarang dalam Islam .....	49
Daftar Pustaka.....	51
Profil Penulis.....	53
<b>BAB 6 ETIKA DISTRIBUSI DALAM PERSPEKTIF ISLAM .....</b>	<b>54</b>
Pengertian Etika Distribusi.....	54
Distribusi Menurut Perspektif Islam.....	55
Nilai dan Etika Distribusi dalam Ekonomi Islam.....	58
Daftar Pustaka.....	64
Profil Penulis.....	66
<b>BAB 7 ETIKA KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF ISLAM .....</b>	<b>67</b>
Pengertian Etika .....	67
Etika Konsumsi dalam Islam.....	68
Daftar Pustaka.....	78
Profil Penulis.....	80
<b>BAB 8 ETIKA PROFESI DALAM PERSPEKTIF ISLAM .....</b>	<b>81</b>
Pendahuluan .....	81
Landasan Etika Profesi dalam Islam.....	81
Standar Etika Islam untuk Para Profesional .....	82
Ciri-ciri Orang yang Hidup dengan Etos Kerja Islami .....	83
Tujuan Kerja Ideal Seorang Muslim Jelas Perlu Bekerja.....	85
Kewajiban Pekerja pada Masa Umar bin Al Khathab .....	87
Daftar Pustaka.....	90
Profil Penulis.....	91
<b>BAB 9 ETIKA PEMASARAN DALAM ISLAM.....</b>	<b>92</b>
Pendahuluan .....	92
Islam dan Pemasaran.....	93
Bonus Demografi dan Potensial Market .....	105
Isu kontemporer dalam Pemasaran Islam.....	109
Kesimpulan .....	113
Daftar Pustaka.....	114
Profil Penulis.....	115

<b>BAB 10 ETIKA PERIKLANAN DALAM ISLAM .....</b>	<b>116</b>
Pendahuluan .....	116
Pengertian Iklan .....	116
Perspektif Iklan Dalam Islam .....	118
Penutup .....	127
Daftar Pustaka .....	127
Profil Penulis .....	128
<b>BAB 11 ETIKA TRANSAKSI BISNIS <i>ONLINE</i> DALAM ISLAM .....</b>	<b>129</b>
Pendahuluan .....	129
Prinsip Jual Beli Dalam Islam .....	131
Permasalahan Transaksi Bisnis <i>Online</i> .....	133
Etika Transaksi Bisnis <i>Online</i> Dalam Islam .....	135
Daftar Pustaka .....	139
Profil Penulis .....	142
<b>BAB 12 ETIKA BISNIS DALAM BISNIS INTERNASIONAL .....</b>	<b>143</b>
Etika Bisnis Internasional .....	143
Prinsip-prinsip dalam Bisnis Internasional .....	145
Bentuk-Bentuk dalam Beretika Bisnis Internasional .....	148
Pandangan Islam tentang Bisnis Internasional .....	151
Daftar Pustaka .....	152
Profil Penulis .....	153
<b>BAB 13 <i>GOOD CORPORATE GOVERNANCE</i> DALAM ISLAM .....</b>	<b>154</b>
Definisi <i>Good Corporate Governance</i> .....	154
<i>Good Corporate Governance</i> (GCG) dalam Konsep Islam .....	155
Prinsip-Prinsip <i>Good Corporate Governance</i> Secara Umum ...	157
Prinsip-Prinsip <i>Good Corporate Governance</i> Dalam Islam .....	157
Tujuan <i>Good Corporate Governance</i> .....	161
Manfaat <i>Good Corporate Governance</i> .....	162
Daftar Pustaka .....	163
Profil Penulis .....	165
<b>BAB 14 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM .....</b>	<b>166</b>
Pengertian Tanggung Jawab Sosial .....	166
Jenis-jenis CSR .....	168
Manfaat dan Tujuan CSR dalam Perusahaan .....	170

<i>Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam</i> .....	171
Daftar Pustaka.....	178
Profil Penulis.....	180

# BAB 1 SEJARAH BISNIS DALAM ISLAM

**Siska Yuli Anita, M.M.**

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

## **Pengertian Bisnis**

Kita seringkali mendengar kata bisnis atau "*business*" dalam Bahasa Inggris, kata dasarnya adalah *busy* yang artinya sibuk. Pada Bahasa yang sederhana, bisnis adalah suatu kegiatan atau pekerjaan yang memberikan keuntungan kepada seseorang. Pada Bahasa yang lebih kompleks, bisnis adalah suatu organisasi atau badan lain yang bergerak dalam kegiatan komersial, profesional yang tujuannya adalah memperoleh keuntungan. Beberapa definisi tentang bisnis menurut para ahli diantaranya:

1. Bisnis adalah kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan individu tersebut (Hughes dan Kapoor, 2012)
2. Bisnis adalah Lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat serta semua hal yang mencakup berbagai usaha yang dilakukan oleh pemerintah maupun swasta (Brown, Pretello, 1976)
3. Bisnis adalah perusahaan yang menyediakan produk atau layanan yang diinginkan oleh pelanggan. (Jeff Madura, 2007)
4. Bisnis adalah suatu bentuk aktivitas yang utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas tersebut. (L.R Dicksee, 1992)

### 5. Prinsip *Mudharabah*

Dalam bisnis Islam, prinsip *Mudharabah* merupakan akad kerjasama untuk mengelola bisnis dimana terdapat pembagian tugas dan peran antara pihak pemilik modal dan pihak pengelola modal. Keuntungan dari bisnis akan dibagi sesuai kesepakatan Bersama, dan kerugiannya pun akan ditanggung secara Bersama-sama.

### Daftar Pustaka

Abu hasan Ali Abdul Hayyi Al-Hasani An-Nadwi, (1992). Empat Sendi Agama Islam Shalat, Zakat, Puasa, Haji, Jakarta

Brown, R. D. dan G. J. Petrello. (1976). Introduction to Business, An Integration Approach. Beverly Hills:Glen Coe Press.

David A. Aaker, (1992) "The Value of Brand Equity", Journal of Business Strategy, Vol. 13 Issue: 4, pp.27-32.

Madura, Jeff. (2007). *Introduction To Business*. Edisi Keempat. Jakarta : Salemba Empat.

Pride, William M., Hughes, Robert J., dan Kapoor, Jack R. (2014). Pengantar Bisnis, Salemba Empat: Jakarta.

## PROFIL PENULIS



### **Siska Yuli Anita, M.M.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis dimulai pada tahun 2013 silam. Hal tersebut bermula sejak penulis bekerja pada sektor Perbankan yaitu The Hongkong and Shanghai Banking Corporation (HSBC). Selama menekuni bidang pekerjaan tersebut, penulis sembari menempuh Pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi yaitu jenjang S2 pada tahun 2016. Penulis berhasil menyelesaikan Magister nya pada tahun 2018 dan pada tahun yang sama dengan kelulusan Magister nya, penulis mencoba mengikuti proses perekrutan Aparatur Sipil Negara oleh Badan Kepegawaian Negara (BKN). Penulis berhasil lolos pada seleksi tersebut dibawah naungan Kementerian Agama kekhususan instansi yaitu penempatan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Ekonomi, Manajemen dan Bisnis. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif mengajar sebagai dosen Aparatur Sipil Negara di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Penulis juga aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut dan pada tahun 2022 berhasil lolos sebagai anggota penerima hibah penelitian dengan kluster penelitian kolaborasi antara UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, UIN Sumatera Utara Medan, dan UIN Raden Intan Lampung. Selain hal tersebut, penulis juga aktif menulis beberapa jurnal. Beberapa jurnal yang telah terbit ada pada jurnal Nasional maupun jurnal Internasional. Penulis juga menulis beberapa buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara tercinta ini.

Email Penulis: [siskayulianita@radenintan.ac.id](mailto:siskayulianita@radenintan.ac.id)

# BAB 2 KONSEP DAN TEORI ETIKA BISNIS ISLAM

**Dr. Tuti Supatminingsih S.E., M.Si.**

Universitas Negeri Makassar

## **Pendahuluan**

Ada sekitar 1,3 miliar Muslim di dunia. Sekitar seperlima dari populasi dunia. Seperti halnya agama universal lainnya, ada keragaman budaya yang besar di antara mereka. Demikian pula, tingkat pengabdian dan praktik keagamaan sangat bervariasi antara individu dan budaya. Ini adalah tantangan besar ketika berhadapan dengan etika bisnis dari perspektif agama. Studi "koneksi" budaya atau negara tertentu untuk menghubungkan mereka sangat berguna jika diperlukan. "Bulu-bulu" ini adalah Islam normatif berdasarkan sumber dan ajaran yang diterima secara umum. Asumsi implisit di sini adalah bahwa ajaran semacam itu cenderung mempengaruhi pikiran dan tindakan orang beriman sampai batas tertentu. Pengenalan singkat yang mungkin bisa membantu.

Istilah "Islam" berasal dari akar bahasa Arab [SLM], yang berarti damai, tunduk dan menerima. Secara religius, istilah tersebut berarti mencapai perdamaian. Dengan Tuhan [Tuhan] 1 ; Jagalah [ketenangan batin] dan ciptaan Allah kepada Allah dalam ketaatan. Percayalah padanya dan terima bimbingan dan arahnya. Definisi yang luas ini menjelaskan mengapa Islam secara umum lebih dari sekedar "agama" dalam arti sempit dan terutama tentang aspek spiritual dan ritual kehidupan. Padahal, istilah "agama" merupakan terjemahan tidak lengkap dari kata Arab "*din*" yang secara harfiah berarti cara hidup. Cara hidup ini mencakup aspek kehidupan agama, spiritual, moral, sosial, pendidikan, ekonomi dan politik. Isu-isu seperti etika bisnis merupakan bagian integral dari ekspresi perintah agama. Dalam

## Daftar Pustaka

- Abdallah, S. (2010). Islamic ethics: an exposition for resolving ICT ethical dilemmas. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 8(3), 289-301.
- Ahmad, S. F. (1991). The ethical responsibility of business: Islamic principles and implication. *Journal of Objective Studies*, 3(1), 23-43.
- Beauchamp, T. L. and Bowie, N. E. (2004). *Ethical theory and business*. New Jersey: Prentice Hall
- Beekun, R. I. (1997). *Islamic business ethics*. Virginia: The International Institute of Islamic Thought

## PROFIL PENULIS



### **Dr. Tuti Supatminingsih, S.E., M.Si.**

Lahir pada tanggal 2 April 1961 di Masamba. Beliau lulus dari Fakultas Bisnis dan Studi Pembangunan Universitas Hasanuddin pada tahun 1985, setelah itu beliau melanjutkan studi S2 program Studi Agribisnis di Universitas Hasanuddin. dan meraih gelar PhD pada tahun 1999. Pada tahun 2018 beliau meraih gelar PhD (Dr.) pada Program Studi Ekonomi Islam, Program Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Saat ini menjadi dosen tetap pada program Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar dan Rektor KPRI Universitas Negeri Makassar.

Email Penulis: [tuti.supatminingsih@unm.ac.id](mailto:tuti.supatminingsih@unm.ac.id)

# **BAB 3 PERBANDINGAN ETIKA BISNIS ISLAM DENGAN ETIKA BISNIS KONVENSIONAL**

**Sinta Rusmalinda, S.A.B., M.M.**

Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Falah Cicalengka Bandung

## **Etika Dalam Bisnis**

Etika merupakan rambu-rambu yang disepakati secara sukarela oleh setiap anggota dalam suatu kelompok. Bisnis akan bermoral apabila terdapat etika di dalamnya, yang mana etika tersebut tentunya merupakan rambu-rambu yang sebelumnya sudah ada dan perlu diketahui oleh para pelaku bisnis, yang mana tujuannya untuk menyeimbangkan. Dengan adanya etika atau rambu-rambu dalam menjalankan bisnis diharapkan bisa menjadi pengingat serta sebagai bimbingan para pelaku bisnis agar sesuai dengan aturan yang sudah disepakati tersebut. Dimana tentunya rambu-rambu tersebut harus selalu diikuti serta dilaksanakan agar terjadi keselarasan.

Hubungan bisnis merupakan hubungan yang luas, bukan semata-mata hubungan antar pebisnis saja, namun hubungan bisnis bisa menjadi hubungan nasional bahkan internasional, mengingat hubungan bisnis akan melibatkan pemerintahan serta orang-orang terkait yang akan ikut serta dalam pelaksanaan bisnis tersebut. Oleh karena itu untuk kesepakatan mengenai etika dalam bisnis harus dilaksanakan secara transparan di antara semua pihak yang terlibat yang mana tentunya di dalamnya terdapat golongan masyarakat, pemerintahan, para pebisnis tentunya serta masyarakat asing agar semua pihak memiliki rambu-rambu yang sama tidak menjalankan bisnis sesuai keinginannya. Keberhasilan bisnis tentunya tidak akan

karena celaka baginya. Nilai ilahiyah dan nilai insaniyah merupakan dua sumber etika bisnis Islam.

### **Perbandingan Etika Bisnis Islam dengan Etika Bisnis Konvensional**

Di dalam Al-Qur'an dan Hadits sangat banyak penjelasan mengenai nilai-nilai ekonomi, namun dalam prakteknya terdapat tiga nilai yang berbeda antara ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Adapun diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Nilai Dasar Pemikiran
2. Dasar nilai keseimbangan
3. Dasar nilai keadilan

Menurut Dr. Mustafa E Nasution yang Dikutip oleh Dr. Neni Sri Imaniyati terdapat beberapa perbedaan bisnis Islam dengan bisnis konvensional adalah sebagai berikut:

1. Asas
2. Motivasi
3. Etos kerja
4. Sikap mental
5. Amanah
6. Modal
7. Sumber daya manusia
8. Manajemen strategik
9. Manajemen operasional
10. Manajemen keuangan
11. Manajemen pemasaran

Kesimpulan atau garis besar mengenai perbedaan ekonomi Islam dan ekonomi konvensional bila merujuk pada pendapat Dr. Mustafa E. Nasution perbedaan ekonomi Islam dan konvensional terdapat pada asumsi dasar dan latar belakang filosofi. Asumsi pada ekonomi konvensional yaitu manusia berusaha mencapai hal yang diinginkan setinggi-tingginya atau sepuasnya, atau bagaimana mendapatkan keuntungan dengan modal sekecil-kecilnya dengan keuntungan sebesar-besarnya. Namun dalam pandangan atau ekonomi Islam dasarnya yaitu al-Qur'an dan hadits yang berlandaskan pada tauhid, khilafah, *ma'ad* serta *rububiyah*.

## Daftar Pustaka

Muhammad, Paradigma, Metodologi & Aplikasi Ekonomi Syari'ah  
(Yogyakarta:Graha Ilmu,2008)

Qardhawi, Darul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishadil Islami, (Jakarta:  
Gema Insani, 2002)

Samsiyah Nur, "Keadilan dalam Islam" dalam [http://www.Keadilan  
dalam Islam.Info.html](http://www.Keadilan<br/>dalam Islam.Info.html) 20 Maret 2012

## PROFIL PENULIS



### **Sinta Rusmalinda, S.A.B., M.M.**

Penulis lahir di Bandung tanggal 7 Agustus 1993, beliau anak ke 2 dari 2 bersaudara. Menempuh pendidikan S1 di TELKOM UNIVERSITY prodi Administrasi Bisnis Konsentrasi Sumber Daya Manusia, dan menempuh pendidikan S2 di UNIVERSITAS WINAYA MUKTI Prodi Manajemen konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia. Saat ini beliau menjadi dosen tetap di Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Falah Cicalengka Bandung pada Prodi Hukum Ekonomi Syariah. Sebelum menjadi dosen beliau pernah menjadi pengajar di SMP Islam Sunan Ampel Sumedang serta SMK Merdeka Bandung dan sempat lama berkarir sebagai HRD (*Human Resource Development*) di salah satu klinik di Bandung. Dan saat ini beliau tergabung di dalam (POSHDESI) Perkumpulan Program Studi dan Dosen Hukum Ekonomi Syariah. Dan untuk mewujudkan dosen yang profesional beliau juga aktif dalam melakukan penelitian serta dalam menulis buku yang berkaitan dengan bidang Hukum Ekonomi Syariah, Manajemen, Administrasi Bisnis serta bidang Ekonomi lainnya.

Email Penulis : [sintarusmalinda@staialfalah.ac.id](mailto:sintarusmalinda@staialfalah.ac.id)

# BAB 4 KONSEP ETIKA BISNIS DALAM AL-QUR'AN DAN AL- HADITS

**Karyono, S.Pd., M.H.**

Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Kunir

## **Pengertian Etika Bisnis**

Saat ini, bisnis dan perdagangan adalah pekerjaan yang dilakukan oleh banyak orang di muka bumi ini, bisnis adalah bisnis memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan. (Fauroni 2008) aktivitas bisnis merupakan sesuatu yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan manusia untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai kemakmuran.

Di era globalisasi, perkembangan teknologi yang pesat dan perkembangan zaman modern mempengaruhi persaingan dunia bisnis yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman agama tentang etika bisnis. Etika diperlukan untuk membentuk dan membangun sikap, termasuk etika bisnis. (Kusuma et al. 2023) Ajaran Islam yang bersumber dari wahyu Al-Qur'an dan sunah Nabi Al-Hadits menjadikan etika sebagai urat nadi kehidupan. Selain itu, Islam adalah agama yang mengajarkan nilai-nilai etika yang tinggi. Menurut salah satu tugas utama kerasulan Nabi Muhammad SAW adalah menyempurnakan akhlak terpuji.

Etika adalah teori perilaku manusia menurut nilai baik dan buruk. (Anggraeni 2020) Kata etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang berarti adat atau kebiasaan. (Bertens 1993) Majid Fahri Mengungkap konsep etika adalah gambaran rasional tentang sifat dan dasar

pelanggan setia,(Sudirman et al. 2022) yang akan menguntungkan perkembangan bisnis di masa depan. Dan sebaliknya, jika penjualnya tidak ramah, apalagi pelayan yang kasar, dia akan kabur, dalam artian tidak akan mau beli lagi. Kolega dan karyawan juga merasa tidak nyaman ar ai diperlakukan tidak baik. Dengan ar aini, keramahtamahan menguntungkan semua orang yang terlibat dalam transaksi.

### Daftar Pustaka

- Ahmad, Munawir warson. 1997. *AL MUNAWIR KAMUS ARAB-INDONESIA*. Penerbit Pustaka Progressif.
- Anggraeni, Vilma Dewi. 2020. *Etika Kepribadian*. PT Penerbit IPB Press.
- Ar-Rifa'i, Muhammad Nasib. 1999. *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*. Gema Insani.
- Bertens, K. 1993. *Etika K. Bertens*. Gramedia Pustaka Utama.
- Darmawan, Kasis. n.d. "Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sar- jana Agama (S.Ag.) dalam Bidang Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir."
- Dendy Sugono, Cormentya Sitanggung, Menek Hardaniwati. 2008. *KAMUS BAHASA INDONESIA*. Departemen Pendidikan Nasional.
- Fakhry, Majid. 1996. *Etika dalam Islam*. diterbitkan Pustaka Pelajar bekerjasama dengan Pusat Studi Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fauroni, Lukman. 2008. *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*. Pustaka Pesantren.
- Kusuma, Rr Chusnu Syarifa Diah, Latersia Br Gurusinga, Andi Hasrun | Yudhi Novriansyah, Muhammad Hasan, Rokhimah, Tiur Rajagukguk | Yusnaini, Catarina Cori Pradnya Paramita, Yuan Badrianto, Jajang Suherman, Iwan Henri Kusnadi, August

Halomoan Siregar, Victor | Christian Daniel Manu, Abdi Sakti Walenta | Setiyawami, Bernadetta Dwi Suatmi, and Silvia Sofyan. 2023. *Etika Bisnis (Etika dan Penerapannya)*. Media Sains Indonesia.

Qutb, Sayyid. 2000. *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an Jld 11 Ed.Super Lux*. Gema Insani Press.

Shiddieqy (Teungku), M. Hasbi Ash. 2000. *Tafsir al-Qur'anul Majid an-Nuur: Surat 1-4*. Pustaka Rizki Putra.

S.S, Ernawati Waridah. 2017. *Kamus Bahasa Indonesia*. Bmedia.

Sudirman, Acai, Amruddin, Rd D. Lokita Pramesti Dewi, Abdi Sakti Walenta, I. Ketut Merta, Ratih Pratiwi, Hafidz Hanafiah, Sebastianus Bambang Dwianto, Sukatin, I. Dewa Nyoman Usadha, Popy Novita Pasaribu, and Nadiah Abidin. 2022. *Manajemen Strategik (Konsep, Teori dan Praktik)*. Media Sains Indonesia.

Zamzam, H. Fakhry, and Havis Aravik. 2020. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Deepublish.

## **PROFIL PENULIS**



### **Karyono, S.Pd., M.H.**

Ketertarikan penulis terhadap Ilmu Hukum dan Ekonomi Syariah dimulai pada Tahun 2010. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darussalam Kunir dengan memilih Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial. Kemudian masuk UIN Bandung dengan memilih Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (HES) dan berhasil lulus pada Tahun 2020. Penulis memiliki kepakaran dibidang Hukum Ekonomi Syariah. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Penulis juga aktif di berbagai kegiatan kajian ilmiah dan pengembangan masyarakat. Aktif juga melakukan pengabdian kepada masyarakat dan keorganisasian. Penulis memiliki pengalaman kerja sebagai Tenaga Kependidikan di Pondok Pesantren Darussalam Kunir pada Tahun 2014-2017 dan sebagai Guru di MTs/MAS PP Darussalam Kunir pada Tahun 2017-2019. Saat ini, penulis sebagai dosen dan Ketua Lembaga Penjaminan Mutu sejak Tahun 2020.

Email Penulis: kar88538@gmail.com

# BAB 5 PERILAKU BISNIS YANG DIPERBOLEHKAN DAN DILARANG DALAM ISLAM

Ajeung Syilva Syara Noor Silmi Sudrajat, S.H., M.H.  
Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Falah

## **Perilaku Bisnis dalam Etika Islam**

Moralitas secara luas didefinisikan sebagai standar perilaku yang baik. Agama Islam telah mengatur segala macam etika, mulai dari etika sehari-hari hingga etika bermuamalah hingga politik, ekonomi dan hukum. Etika atau moralitas dalam ajaran Islam merupakan wujud keIslaman, ketakwaan, dan keyakinan yang dilandasi oleh keyakinan yang teguh terhadap kebenaran Allah SWT. Pada dasarnya Allah menurunkan Islam untuk dijadikan landasan dalam meningkatkan akhlak atau etika yang baik dan benar. Ditinjau dari segi etimologi, etika berasal dari bahasa Yunani *ethikos* yakni mempunyai pengertian yang ganda: pertama, sebagai konseptualisasi seperti aturan, moral, benar, salah, wajib, tanggung jawab, dll. Kedua, seperti yang diterapkan pada karakter moral atau perilaku moral, sehingga dapat terwujudnya kehidupan yang lebih baik. Ketiga, terwujudnya kehidupan yang lebih baik secara moral.

Etika adalah filsafat moral. Jadi tujuan etika adalah moralitas. Etika adalah istilah yang digunakan untuk mencakup praktik dan aktivitas yang membedakan apa yang baik dari apa yang buruk, aturan yang mengatur aktivitas tersebut dan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, nilai-nilai yang dijunjung tinggi atau diarahkan oleh aktivitas dan praktik tersebut. Dalam pandangan Robert C. Solomon, moralitas tidak diartikan sebagai aturan dan ketaatan, tetapi sebagai

3. Jual Beli *Mudhtar* (terpaksa) yaitu orang menjual dagangannya dengan harga di bawah standar karena terpaksa (karena berhutang/memenuhi kebutuhannya), maka jual beli semacam itu tidak dilarang, hanya makruh. Biasanya, orang tersebut ditolong dan diberikan qiradh (pinjaman lunak) agar ia dapat lepas dari belenggu kesulitan yang menimpanya, sebagaimana perkataan Ali r.a., "*Akan datang suatu masa sebagian orang beruang menggigit apa yang ada di tangannya, suatu perbuatan yang tidak pernah diperintahkan*".
4. Jual beli *lakon* atau *talji'ah*. Jika seseorang takut terhadap seseorang yang berlaku tidak adil terhadap hartanya, kemudian ia menjual hartanya untuk menghindari diganggu oleh orang yang tidak adil tersebut, dan mengadakan perjanjian jual beli sesuai dengan syarat dan ketentuan, maka jual beli itu batal karena tidak ada pihak yang benar-benar bermaksud seperti ini. Jual beli itu seperti bermain atau sandiwara. (Harahap, 2011).

### Daftar Pustaka

- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. (2009). Manajemen Bisnis Syariah, Bandung : Alfabeta
- Chapra, M. Umer. (1999). Islam dan Tantangan Ekonomi, Surabaya: Risalah Gusti
- Dawabah, Asyraf M. (2005). Menjadi Pengusaha Muslim, Jakarta : Pustaka Al Kautsar
- Fauroni, Lukman. (2003). Rekonstruksi Etika Bisnis : Perspektif Al Qur'an Journal IQTISAD, Journal of Islamic Economics, Vol. 4 No. 1, Maret 2003
- Muhammad dan Alimin. (2004). Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam
- Rasyid, Daud. (1998). Islam Dalam Berbagai Dimensi, Jakarta : Gema Insani Press, Rivai, Veithzal. Islamic Marketing, Jakarta: PT Gramedia Pustaka

## **Perilaku Bisnis Yang Diperbolehkan dan Dilarang Dalam Islam**

Saifullah, Muhammad. (2011).Etika Bisnis syariah dalam Praktek Bisnis Rasulullah, Walisongo, Volume 19, Nomor 1, Mei 2011.

Sholahuddin. (2007). Asas-Asas Ekonomi Islam,Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Sudarsono Heri . (2003). Konsep Ekonomi Islam, Yogyakarta: Ekonisa

## PROFIL PENULIS



### **Ajeung Syilva Syara Noor Silmi Sudrajat M.H**

Lahir di Bandung 07 Oktober 1994, anak ke 1 dari 3 bersaudara. Penulis tertarik terhadap hukum ekonomi syariah dimulai pada tahun 2003 silam. Penulis menempuh pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Hukum Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung lulus pada tahun 2017. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan studi jenjang S2 di prodi Hukum Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Bandung lulus pada tahun 2020.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Hukum Bisnis Syariah, dan saat ini menjadi dosen tetap di Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Falah Cicalengka. Saat ini penulis tergabung di dalam (POSDHESI) Perkumpulan Program Studi dan Dosen Hukum Ekonomi Syariah. Selain itu, penulis juga menjabat sebagai Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah di STAI Al-Falah. Saat ini penulis seringkali menjadi pembicara dalam berbagai kegiatan yang berkenaan dengan kepakarannya tersebut. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya. Beberapa penelitian telah publikasi pada jurnal Nasional yang telah terakreditasi. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan Negara tercinta ini.

Email Penulis: [Ajeungsyilva@staialfalah.ac.id](mailto:Ajeungsyilva@staialfalah.ac.id)

# BAB 6 ETIKA DISTRIBUSI DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Lutfi Maulana, S.Pd., M.H.

Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Kunir

## Pengertian Etika Distribusi

Selain produksi dan konsumsi, distribusi merupakan salah satu proses dalam kegiatan ekonomi manusia. Kajian distribusi selalu menjadi topik hangat pembahasan dalam ekonomi Islam, karena pembahasan dalam distribusi tersebut tidak hanya menyangkut aspek ekonomi tetapi juga aspek sosial dan politik yang hingga saat ini menarik perhatian para pemikir ekonomi Islam dan konvensional.

Secara etimologis, “etika” berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua kata, yaitu *Ethos* dan *Ethikos*. *Ethos* berarti alam, karakter umum, tempat umum. *Ethikos* berarti moralitas, sopan santun, perilaku dan perbuatan baik (Bagus, 1996, p. 21).

Distribusi adalah kegiatan penyaluran barang dari produsen ke konsumen melalui suatu mekanisme distribusi atau penyaluran barang dari tempat produksi ke berbagai tempat dimana pengguna barang berada. Dalam distribusi terdapat dua aspek penting. *Pertama*, penentuan lembaga yang terlibat dalam pendistribusian barang baik pihak grosir, pengecer, atau agen komersial. *Kedua*, yakni cara penyimpanan atau pergudangan dan alat angkut yang akan digunakan sebagai alat angkut yang digunakan untuk mendistribusikan barang dari pabrik suatu perusahaan kepada entitas yang membantu menyalurkan produk kepada konsumen (Syukur, 2018).

Distribusi juga dapat diartikan sebagai tindakan mengirimkan atau menyalurkan produk secara tepat waktu kepada pengguna atau konsumen. Saluran distribusi diperlukan karena produsen menghasilkan produk dengan menyediakan barang atau produk yang

## Etika Distribusi Dalam Perspektif Islam

politik hingga ekonomi. Secara eksplisit dan tegas Allah memerintahkan untuk bertindak adil dan akibat dari tidak menerapkan keadilan, yaitu akan muncul perbuatan-perbuatan yang keji dan mengerikan juga permusuhan yang terjadi diantara manusia (QS. an-Nahl [16]: 90).

Dalam bidang ekonomi, negara sebaiknya dapat memberikan jaminan dan memberikan kepastian bahwa setiap warganya memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh dan menggunakan sumber daya ekonomi. Akibatnya, setiap individu dapat hidup dengan kebutuhan minimum seperti pangan, papan, kesehatan, sandang, ibadah dan pendidikan. Oleh karena itu, negara harus mengatur penggunaan sumber daya ekonomi tersebut sedemikian rupa sehingga didistribusikan secara adil dan merata, sehingga pada akhirnya negara maupun anggota masyarakat tidak merugikan masyarakat manapun dalam hal untuk mendapatkan haknya terhadap sumber daya ekonomi (Huda, 2012, p. 50)

Dari penjabaran tersebut menegaskan bahwa etika distribusi ekonomi Islam menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan dan kebebasan karena tujuannya agar kekayaan tidak menumpuk di sebagian kecil masyarakat, tetapi selalu beredar di seluruh masyarakat secara meluas. Keadilan distribusi juga mampu memberikan jaminan distribusi kekayaan secara merata dan adil, yang akhirnya akan mampu meningkatkan kualitas hidup manusia ke arah yang jauh lebih baik.

### Daftar Pustaka

- An-Nabhani, T. (n.d.). *Membangun sistem ekonomi alternatif: Perspektif Islam* / Taqtyddin An-Nabhani ; penerjemah, Maghfur Wachid ; editor, Munawar Ismail. Risalah Gusti, 2009.
- Aprianto, N. E. K. (2017). *KEBIJAKAN DISTRIBUSI DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI ISLAM*. JURNAL HUKUM ISLAM, 73–96. <https://doi.org/10.28918/jhi.v0i0.693>

- Assauri, S. (1987). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep dan strategi*. CV Rajawali.
- Aziz, A. (2013). *Etika bisnis perspektif Islam implementasi etika Islami untuk dunia usaha*. Alfabeta.
- Bagus, L. (1996). *Kamus filsafat* (Ed. 1). Gramedia Pustaka Utama.
- Dewantara, A. (2020). *ETIKA DISTRIBUSI EKONOMI ISLAM (Perbandingan Sistem Distribusi Kapitalis dengan Sistem Distribusi Islam)*. Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 4(01), Article 01. <https://doi.org/10.30868/ad.v4i01.652>
- Hakim, L. (2016). *Ihtikar Dan Permasalahannya Dalam Perspektif Hukum Islam*. Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam, 7(2), 320-330. <https://doi.org/10.30739/darussalam.v7i2.20>
- Huda, N. (Ed.). (2012). *Keuangan publik Islami: Pendekatan teoritis dan sejarah* (Ed. 1., cet. 1). Kencana.
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan etika ekonomi Islam (1st ed.)*. Gema Insani Pres.
- Rahman, A., Soeroyo, Nastangin, & Sonhadji, H. M. (1995). *Doktrin ekonomi Islam* ([Ed. lisensi]). Dana Bhakti Wakaf.
- Rahmawaty, A. (2013). *DISTRIBUSI DALAM EKONOMI ISLAM*. 1.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (cet 3). PT Raja Grafindo Persada.
- Syukur, M. (2018). *DISTRIBUSI PERSPEKTIF ETIKA EKONOMI ISLAM. Profit : Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2(2), 33-51. <https://doi.org/10.33650/profit.v2i2.559>

## **PROFIL PENULIS**



### **Lutfi Maulana, S.Pd., M.H.**

Lahir di Indramayu, 22 Mei 1997. Ketertarikan penulis terhadap ilmu syariah dimulai pada tahun 2011 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke MAS PP Darussalam Kunir dan berhasil lulus pada tahun 2014. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Pendidikan Agama Islam di STIT

Muslim Asia Afrika Jakarta pada tahun 2018. kemudian, penulis menyelesaikan studi S2 di prodi Hukum ekonomi Syariah di UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan lulus pada tahun 2020. Penulis memiliki kepakaran dibidang Hukum Ekonomi Syariah. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan pendanaan mandiri. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dan jurnal ilmiah dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara.

Email Penulis: [luthfimaulana213@gmail.com](mailto:luthfimaulana213@gmail.com)

# BAB 7 ETIKA KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Dr. Nurlailiyah Aidatus Sholihah, S.H.I., M.H.

Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Kunir

## Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang artinya kebiasaan atau adat istiadat. Pengertian ini menunjukkan bahwa etika erat kaitannya dengan kebiasaan hidup yang baik pada suatu masyarakat maupun individu. Etika dalam pengertian ini sejalan dengan moral dalam bahasa Latin atau disebut dengan *mos* atau *mores* yang diartikan dengan adat istiadat dan kebiasaan. Dengan demikian, etika dan moral memiliki arti yang sama yaitu suatu sistem yang mengatur bagaimana manusia harus menjalani kehidupannya dengan baik. Berdasarkan pengertian tersebut, etika dan moral bersifat normatif dan mengikat pada setiap individu. Hal ini dikarenakan etika dalam pengertian ini berisi norma-norma konkret yang dijadikan pedoman dan pegangan hidup manusia dalam setiap aspek kehidupan (Widyastuti, 2019, pp. 127–128).

Etika juga dipahami sebagai ilmu yang di dalamnya dikaji tentang nilai dan norma yang tidak secara langsung memberikan perintah secara konkret untuk dijadikan pegangan yang siap untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Etika dalam pengertian ini dipahami sebagai suatu disiplin ilmu filsafat moral (Ihwanudin et al., 2022, p. 19; Widyastuti, 2019, p. 128).

Etika merupakan rambu-rambu yang berlaku di masyarakat yang harus dipatuhi dan dijalankan. Etika berfungsi sebagai pembimbing bagi anggota masyarakat untuk melakukan suatu tindakan yang terpuji atau dikenal dengan *good conduct* (Zamzam & Aravik, 2020, p. 1).

## Etika Konsumsi Dalam Perspektif Islam

konvensional konsumsi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan fisik semata dengan memaksimalkan tingkat kepuasan individu. Berdasarkan tujuan konsumsi tersebut maka dalam tujuan konsumsi seorang muslim nilai ibadah menjadi salah satu tolak ukur untuk menilai tingkat kepuasan konsumen. Adapun tolak ukur kepuasan konsumsi dalam ekonomi konvensional dinilai berdasarkan banyaknya barang yang dikonsumsi (Rozalinda, 2014, p. 97).

### Daftar Pustaka

- al-Asfahani, A.-R. (1961). *Al-Mufradat fi al-Gharib al-Qur'an*. Musthafa al-Rab al-Ahlabi.
- al-Qardawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Z. Arifin, Trans.). Gema Insani Press.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islam untuk Dunia Usaha*. al-Beta.
- Baqi, M. F. A. (2017). *Al-Lu'lu' wal Marjan: Shahih Bukhari Muslim* (M. A. bin Usman, Trans.). Elex Media Komputindo.
- Departemen Agama. (1997). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.
- Djallel, L., & Khilmy, A. bin A. R. (2020). *A Conceptual Study on Consumer Needs from an Islamic Marketing Perspective*.
- Ghafur, Abd. (2016). *Konsumsi dalam Islam*. II(II).
- Hamdi, B. (2022). *Prinsip dan Etika Konsumsi Islam: Tinjauan Maqashid Syariah*. 23(1), 1–15.
- Idri. (2015). *Hadits Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadits Nabi*. Kencana.
- Ihwanudin, N., Nurbaeti, B. R., Kasmanto, H., & dkk. (2022). *Etika Bisnis dalam Islam: Teori dan Aplikasi*. Widina Bhakti Persada.
- Ilyas, R. (2016). *Etika Konsumsi dan Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 1(1).
- Kasir, I. (2005a). *Tafsir al-Qur'an al-'Azim* (Vol. 3). Dār Al-ḥadīṣ.

- Kasir, I. (2005b). *Tafsir al-Qur'an al-'Azim* (Vol. 5). Dār Al-ḥadīṣ.
- Makanan Seimbang*. (n.d.). Retrieved February 8, 2023, from <https://www.klikdokter.com/gaya-hidup/diet-nutrisi/makanan-seimbang>
- Mardiah, E. N. (2021). *Konsep Keamanan Pangan dalam al-Quran dan Implementasinya: Studi Living al-Quran tentang Pemahaman Masyarakat Kec. Sukmajaya Kota Depok terhadap Konsep Makanan Halal dan Thayyib dalam al-Quran serta Implementasinya*. A-Empat.
- Nuruddin, A. (2002). *Dari mana Sumber Hartamu (Renungan tentang bisnis Islam dan ekonomi Syariah)*. Erlangga.
- Rahim, A. (2013). *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad saw*. Stain Jember Press.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya*. Rajawali Pers.
- Shihab, M. Q. (2000). *Wawasan al-Qur'an*. Mizan.
- Shihab, M. Q. (2016a). *Tafsir Al-mishbah "Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-qur'an"* (Vol. 1). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2016b). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Qur'an* (Vol. 3). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2016c). *Tafsir Al-mishbah "Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-qur'an"* (Vol. 7). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2017). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Qur'an* (Vol. 4). Lentera Hati.
- Tambunan, N., & Manshuruddin. (2022). *Makna Makanan Halal dan Baik dalam Islam*. Cattleya Darmaya Fortuna.
- Wahyuningsih, S. (2022). *Konsep Etika dalam Islam*. 8(1).
- Widyastuti, S. (2019). *Implementasi Etika Islam dalam Dunia Bisnis*. IRDH.
- Zamzam, F., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Deepublish.

### PROFIL PENULIS



#### **Dr. Nurlailiyah Aidatus Sholihah, S.H.I., M.H.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu syariah dimulai pada tahun 2005 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Madrasah Aliyah Keagamaan di MAK Ali Maksum Yogyakarta dan berhasil lulus pada tahun 2008. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi al-Ahwal al-Syakhsyiyah pada tahun 2012 di UIN Sunan

Kalijaga Yogyakarta. Pada tahun 2018 penulis menyelesaikan studi S2 di prodi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Pada tahun 2022 penulis menyelesaikan S3 di Prodi Hukum Islam dengan konsentrasi Hukum Ekonomi Syariah di UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Hukum Ekonomi Syariah. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis artikel dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: [nurlailiyahfikry@gmail.com](mailto:nurlailiyahfikry@gmail.com)

# **BAB 8 ETIKA PROFESI DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

**Masnawaty Sangkala, S.E., M.Si., Ph.D., AK., CA., CPA.**  
Universitas Negeri Makassar

## **Pendahuluan**

Agar diakui oleh masyarakat, etika profesi merupakan sub bidang perilaku etis yang menitikberatkan pada bagaimana seseorang harus melaksanakan pekerjaannya secara etis. Profesional harus mampu melakukan yang terbaik dan bertanggung jawab atas pekerjaan yang mereka lakukan sesuai dengan persyaratan pekerjaannya untuk mempraktekkan etika di tempat kerja. Sebagai agama global, Islam menawarkan pemahaman yang komprehensif tentang hal ini juga.

Karena ekonomi beroperasi dalam kerangka sistem ekonomi, etika bisnis melibatkan pertanyaan tentang sistem ekonomi umum dan khusus, yang pada gilirannya membahas penggunaan bahasa moral yang tepat saat mengevaluasi sistem. Ekonomi, juga dikenal sebagai bisnis, perdagangan, atau perdagangan, sangat penting bagi kehidupan manusia. Ada banyak informasi tentang etika profesi dalam Al-Qur'an. Bab buku ini mencoba memberikan beberapa ide tentang hal-hal yang perlu dipikirkan saat memilih ukuran untuk mendesain sesuatu yang profesional yang sesuai dengan tujuan yang ingin Anda capai. serta konsep-konsep yang dapat digunakan sebagai masukan dalam hal ini.

## **Landasan Etika Profesi dalam Islam**

Setiap muslim mengandalkan bimbingan karir untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Seperti yang dijelaskan Nabi Muhammad ketika beliau masih muda, bisnis adalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam usahanya, ia hanya

### Daftar Pustaka

Djakfar, Muhammad (2008), *etika bisnis islam (Tataran Teoritis dan Praktis)*, Malang, UIN-MALANG PRESS (Anggota IKAPI).

Bin Ahmad Al-Haritsi, DR.Jaribah (2006), *FIKIH EKONOMI UMAR bin Al-Khathab*, Jakarta Timur, KHALIFA (Pustaka Al-kautsar Grup).

## PROFIL PENULIS



**Masnawaty Sangkala, S.E., M.Si., Ph.D., Ak., CA., CPA.**

Adalah Dosen pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar sejak tahun 1998 sampai sekarang, dilahirkan di Makassar pada tanggal 1 Agustus 1965. Penulis Mengajar di bidang Sistem Informasi Akuntansi, Auditing dan Sistem Pengendalian Manajemen. Sejak

Tahun 1995 - 2017 penulis bekerja sebagai Auditor pada kantor Akuntan Publik , pada Tahun 2018 - Sekarang penulis telah menjadi pimpinan pada kantor Akuntan Publik “ Masnawaty Sangkala S.E.,M.Si.,Ph.D.,Ak.,CA.,CPA” Pengalaman dibidang Akuntansi pada tahun 1995- sekarang membantu Menyusun Laporan Keuangan dan memeriksa Laporan Keuangan di beberapa perusahaan baik perusahaan Jasa, Dagang, Manufaktur , Badan Layanan Umum (BLU) Maupun Badan Layanan Umum Daerah (BLUD).

Email Penulis: [wati\\_4529@yahoo.co.id](mailto:wati_4529@yahoo.co.id)

# BAB 9 ETIKA PEMASARAN DALAM ISLAM

**Fitri Raya, M.Ek.**

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

## **Pendahuluan**

Islam adalah agama yang lengkap yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia. Islam adalah agama yang dapat menyeimbangkan antara hablum minallah (hubungan dengan Allah) dan hablum minannas (hubungan antar manusia) tentang dunia dan akhirat. ajaran Islam secara utuh sebagai agama terakhir, Islam mampu menjawab semua persoalan penting kemanusiaan. Dalam Islam aspek Ibadah dan muamalah menjadi hal yang sangat penting dan utama dalam ajaran Islam ketika seseorang mempelajari dan mengenal Islam secara lebih mendalam. Islam mengajarkan umatnya untuk berniaga, sebagaimana yang di tauladankan oleh Nabi Muhammad SAW menjadi seorang saudagar yang termahsyur dengan sifat kejujurannya dalam berdagang.

Nabi Muhammad SAW memberikan tauladan kepada pengikutnya untuk menjadi seorang pembisnis atau saudagar dengan menerapkan etika bisnis Islam yaitu menjalankan kegiatan muamalah sesuai dengan syariat Islam yang di ridhai Allah SWT dan menghindari hal-hal yang dilarang dan bathil sebagaimana firman Allah Ta'ala yang artinya, *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamu dengan jalan yang bathil, 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-Nisaa: 29).

Islam menilai praktik perdagangan sebagai hal yang penting dilakukan umat manusia. Salah satu bukti keutamaan dari berdagang

### Daftar Pustaka

- Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta.
- Charles W. Lamb dkk, *Pemasaran (Marketing)*, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi ke-2, Yogyakarta: Andi, 2012.
- Hardius Usman dkk., *Islamic Marketing; Sebuah Pengantar*, Edisi Ke-1, Cet. Ke-1, (Depok: Rajawali Press, 2020.
- Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: UII, 2008.
- Mustafa Edwin Nasution, et. al., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- Mohamad Zaenal Arifin, et.al., Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits Dan Aplikasinya Pada perbankan syariah, *Madani Syariah*, Vol. 5, No. 2 Agustus 2022, h. 84.
- Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi dan Isu-Isu Kontemporer*, Cet. Ke-1, Edisi Ke-2, Depok: Rajawali Pers, 2019.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran (Principles of Marketing)*, Jilid 1, Jakarta: PT Prenhallindo, 1997.
- Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

## PROFIL PENULIS



### **Fitri Raya, M.Ek.**

Penulis lahir di desa Muara Megang kec. Megang sakti Kab. Musi Rawas Sumatera Selatan. Pendidikan Dasar ditempuh di kampung halaman di SD Negeri Muara Megang lulus tahun 1999, melanjutkan jenjang MTs di Pondok Pesantren Riyadhus Sholihin Megang Sakti lulus 2002, kemudian melanjutkan ke jenjang MA di Pondok Pesantren Mazro'illah Lubuk Linggau lulus tahun 2005. Setelah lulus MA merantau ke Yogyakarta melanjutkan program profesi D1 Manajemen Administrasi Rumah Sakit (hanya saja ijazahnya hilang saat kejadian gempa Jogja tahun 2006). Karena belum mau pulang ke kampung halaman akhirnya melanjutkan kuliah lagi S1 di Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta lulus tahun 2010.

Kembali melanjutkan kuliah pascasarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta lulus tahun 2012. Setelah lulus S2, Penulis merantau ke Palembang dan mengajar di UIN Raden Fatah Palembang dan UIGM Palembang. Pada tahun 2015 Penulis hijrah ke Jakarta dan kembali dipercaya menjadi salah satu dosen di prodi Akuntansi Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia (UNUSIA) Jakarta. Pada awal 2019 penulis hijrah ke kota serang setelah diterima menjadi ASN di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Di sela mengajar penulis juga aktif menjadi anggota Rumah Moderasi Beragama UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dan menjadi pengurus pusat Fatayat NU.

Email penulis [fitri.raya@uinbanten.ac.id](mailto:fitri.raya@uinbanten.ac.id)

# BAB 10 ETIKA PERIKLANAN DALAM ISLAM

**Adi Muhammad Nur Ihsan, S.M., M.M.**  
Universitas Cipasung Tasikmalaya

## **Pendahuluan**

Pasar merupakan salah satu tempat yang tidak pernah lepas dari kehidupan manusia. Secara sederhana pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan pedagang. Sejarah mencatat bahwa Nabi Muhammad SAW juga merupakan seorang pedagang. Beliau menjadi seorang pedagang ketika diajak pamannya yaitu Abu Thalib, pada masa itu Rasul masuk ke berbagai pasar di berbagai negeri. Berdasarkan sejarah tersebut artinya kita sebagai umat Nabi Muhammad SAW dapat meneladani adab dan kebiasaan Beliau ketika berdagang. Karena berdagang bukan hanya soal untung rugi, melainkan juga soal surga dan neraka.

## **Pengertian Iklan**

Periklanan adalah segala upaya memperkenalkan atau mempresentasikan secara berbayar yang bertujuan untuk mempromosikan ide, barang, atau jasa (Kotler dan Keller, 2016). Pengiklan tidak hanya dilakukan perusahaan bisnis tetapi juga badan amal, nirlaba, dan pemerintah (Kotler dan Keller, 2016). Iklan yang ditayangkan harus selaras dengan keputusan sebelumnya tentang target pasar, posisi merek, dan program pemasaran.

Perusahaan yang akan beriklan sebaiknya menetapkan target pencapaian iklan, dan diakhir melakukan evaluasi dari iklan yang ditayangkan. Sebagai contoh sebuah produsen minuman X akan melakukan periklanan. Sebelum melakukan periklanan penjualan

### Penutup

Iklan memiliki tujuan utama untuk memberikan informasi seputar barang atau jasa kepada pembeli dan calon pembeli. Islam mengajarkan agar tidak menawarkan dan menjual produk barang atau jasa yang haram. Contohnya adalah mengiklankan kebohongan, penipuan, janji palsu, iklan judi dan lainnya yang dilarang oleh aturan agama.

Umat Islam harus berpikir jernih, jangan sampai hanya mengejar untung di dunia namun merugi di akhirat. Bisnis bukan hanya soal untung dan rugi, akan tetapi juga soal surga dan neraka. Bisnis yang dijalankan dengan aturan agama Islam tentunya akan membawa keberkahan. Jadilah pengusaha muslim yang tidak hanya memikirkan untung dan rugi. Jadikan usaha yang dijalankan sebagai jalan berdakwah. Misalnya dengan mengajak sesama pengusaha untuk menjalankan syariat Islam dalam menjalankan bisnis.

### Daftar Pustaka

- Hanif, H. (2018). Landasan Syariah Dalam Etika Periklanan. NUKHBATUL'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam, 4(1), 84-96.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc

## **PROFIL PENULIS**



### **Adi Muhammad Nur Ihsan, S.M., M.M.**

Penulis dilahirkan di Ciamis pada tanggal 21 Oktober. Saat ini bertempat tinggal di Kota Banjar Jawa Barat. Pendidikan SMA ditempuh di SMA N 1 Banjar jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS), lulus pada tahun 2013. Melanjutkan ke jenjang S1 pada tahun 2013 di Universitas Jenderal Soedirman (Unsoed), mengambil program studi Manajemen dengan konsentrasi Sumber Daya Manusia (SDM) dan lulus pada tahun 2017. Selama berkuliah pada jenjang S1 penulis aktif dalam berbagai kepanitiaan dan organisasi baik di internal maupun eksternal kampus. Tahun 2019 penulis melanjutkan ke jenjang S2 pada Kampus, Program Studi dan konsentrasi yang sama yaitu program studi Magister Ilmu Manajemen Universitas Jenderal Soedirman.

Selama mengikuti kuliah S2 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsoed, penulis juga bekerja sebagai Staf Pelaksana Teknis di Bawaslu Kota Banjar Jawa Barat. Alamat kantor Jl. Brigjen M Isa no 150, Purwaharja Kota Banjar. Sebelum bekerja di Bawaslu, penulis bekerja sebagai Area Sales Supervisor di PT Kino Indonesia, Tbk. Selain sebagai Staf Bawaslu Kota Banjar, saat ini penulis juga tercatat sebagai Dosen pada Program Studi Manajemen Universitas Cipasung Tasikmalaya.

Email Penulis: [adi.mnurihsan@uncip.ac.id](mailto:adi.mnurihsan@uncip.ac.id)

# BAB 11 ETIKA TRANSAKSI BISNIS *ONLINE* DALAM ISLAM

Ahmad Maulidizen, SE.Sy., M.Sh., AWP

STIMIK ESQ

## Pendahuluan

Bisnis digital saat ini merupakan bisnis paling progresif akan terus berkembang dan kuat seiring berjalannya waktu. Bisnis digital yaitu bisnis nyata media *online*. Bisnis digital merupakan perusahaan yang menerapkan teknologi sebagai keunggulan dalam operasional. Era digital berdampak pada perkembangan kehidupan bisnis dengan ketiadaan modal dan lokasi, sehingga setiap orang dapat menjalankan bisnis (Maryati & Masriani, 2019).

Asosiasi Perdagangan Elektronik Indonesia (IDEA) optimistis pertumbuhan ekonomi *e-commerce* akan meningkat 15-20% pada 2023. Pertumbuhan tersebut ditopang oleh tiga faktor pendukung. Salah satunya adalah untuk mendukung konsumsi domestik *e-commerce*. *Kedua*, persentase pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 77% (210 juta) dan terus bertambah, dan *ketiga*, digitalisasi kelas menengah meningkat, dengan 12 juta orang berpartisipasi selama epidemi (Simamora, 2023).

Teknologi digital memiliki efek positif pada perekonomian dengan peningkatan produktivitas, inovasi produk, dan banyak peluang untuk penciptaan usaha baru, membentuk dasar bagi suatu organisasi menghasilkan nilai dan bersaing, mengalami pertumbuhan dan profitabilitas (Nugraha & Murniawaty, 2018). Teknologi informasi terus berinovasi dan berubah dan menjadi semakin kompleks, dan dapat membawa banyak kemudahan bagi kehidupan manusia. Penghiburan ini juga dapat dirasakan dalam dunia keuangan

konsumen sangat diperlukan. Dalam keterbukaan ini penjual harus memiliki karakter kejujuran dalam kegiatan jual belinya. Dalam jual beli *online*, konsumen tidak bisa langsung mengamati barang yang dijual.

### 3. Keamanan Dalam Pelayanan

Tujuan utama komunitas adalah untuk menerima kualitas layanan sebaik mungkin. Dengan terjaminnya keamanan dalam pelayanan, maka proses produksi dan distribusi serta pelayanan itu sendiri akan berjalan normal. Layanan yang melibatkan penjualan *online*, misalnya jika pelanggan membeli barang yang tidak sesuai, dapat ditukar atau dikembalikan, tetapi ada juga yang tidak memiliki sistem seperti ini.

### Daftar Pustaka

- Ali, Z. M. (2022). Etika Jual Beli *Online* Dalam Islam. *Jurnal Tafsir Hadist STIU Darul Hikmah*, 8(2), 99–114.
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli *Online* (*Online Shop*) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(1), 52–62.
- Fitriani, L., Suryani, D., Agustina, D., & Putri, M. A. (2021). Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli *Online*. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 1(2), 11–18.
- Hendarysah, D. (2019). *E-Commerce* Di Era Industri 4.0 dan Society 5.0. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184.
- Mardani. (2015). *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. Refika Aditama.
- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). Peluang Bisnis Di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha: Strategi Memperkuat Perekonomian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 53–58.
- Maulidizen, A. (2019a). Business Ethics: Analysis of al-Ghazali's Economic Thought With Sufism Approach. *Religia: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 22(2), 160–177.
- Maulidizen, A. (2019b). Economic Thought of Ibn Taimiyah and

- Relevance to the World Economic and Community Economic System. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 20(2), 131–146. <https://doi.org/10.14421/esensia.v20i2.2103>
- Mursal, & Suhadi. (2015). Implementasi Prinsip Islam Dalam Aktivitas Ekonomi: Alternatif Mewujudkan Keseimbangan Hidup. *Jurnal Penelitian*, 9(1), 67–92.
- Musnaini, Junita, A., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Business* (1st ed.). CV. Pena Persada.
- Mutiah, D. (2019). *6 Masalah yang Kerap Bikin Konsumen Frustasi Saat Belanja Online*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4106129/6-masalah-yang-kerap-bikin-konsumen-frustasi-saat-belanja-online>
- Nugraha, A. E. P., & Murniawaty, I. (2018). Syariah Digital Business: Strategi dan Pengembangan Bisnis Berkelanjutan. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 241–252.
- Nuriasari, S. (2014). Bisnis *Online* Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Adzkiya*, 2(1), 1–26.
- Pagani, M. (2013). Digital Business Strategy and Value Creation: Framing the Dynamic Cycle of Control Points. *MIS Quarterly*, 37(2), 617–632.
- Pujiyanti, S. D., & Wahdi, A. (2020). Transaksi Bisnis *Online* dalam Perspektif Islam. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 91–102.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam (Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi)*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslang, Kara, M., & Wahab, A. (2020). Etika Bisnis *E-Commerce* Shopee Berdasarkan Maqasid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 665–674. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1412>
- Simamora, N. (2023). *IDEA Optimistis Pertumbuhan Ekonomi E-Commerce Naik 15%-20% di 2023*. Industri.Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/idea-optimistis-pertumbuhan-ekonomi-e-commerce-naik-15-20-di-2023>
- Suhel, Asngari, I., Mardelena, & Andaiyani, S. (2018). The Economic Scale of Small-Medium Enterprises Financing in Sharia Banking.

*International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(3), 112–117.

Trisna, N. M. S. W., & Zulkifli, F. F. (2021). Bisnis Kreatif Di Era Digital Dengan Mengangkat Kearifan Lokal. *Jurnal Da Moda*, 2(2), 42–47.

Ulum, M. (2020). Prinsip-prinsip Jual Beli *Online* Dalam Islam dan Penerapannya Pada *E-Commerce* Islam di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 49–64. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1115>

Wulandari, D. N., Santoso, B., & Athar, H. S. (2017). Etika Bisnis *E-Commerce* Berdasarkan Maqasid Syariah Pada Marketplace Bukalapak.com. *JMM -UNRAM-Master of Management Journal*, 6(1), 1–13.

## **PROFIL PENULIS**



### **Ahmad Maulidizen, SE.Sy., M.Sh., AWP.**

Lulus S1 di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2014, lulus S2 di Program Master of Shariah, University of Malaya tahun 2016 dan sedang menyelesaikan S3 di Program Doktor Pengkajian Islam bidang Ekonomi di Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah. Penulis merupakan dosen tetap Program Studi Manajemen STIMIK ESQ. Penulis juga merupakan Associate Wealth Planner Syariah dari FPSB Indonesia, dan Dewan Pengawas Syariah Sertifikasi MUI. Selain itu, penulis telah publikasi artikel di jurnal bereputasi dan reviewer pada jurnal akreditasi dan Internasional seperti Cogent Business and Management (Scopus Q2), Quality: Access to Success (Scopus Q3), European Journal of Islamic Finance University of Turin, Italy dan Malaysia Journal of Syariah and Law.

Email Penulis: [ahmadzen682@gmail.com](mailto:ahmadzen682@gmail.com)

# BAB 12 ETIKA BISNIS DALAM BISNIS INTERNASIONAL

Dr. H. Fikry Ramadhan Suhendar, Lc., MA.

STIE Miftahul Huda Subang

## **Etika Bisnis Internasional**

Etika merupakan apa yang dianggap pantas atau tidak untuk dilakukan, khususnya bagi pelaku usaha yang melakukan suatu bisnis tertentu. Hal ini erat kaitannya dengan apa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau bisnis tidak boleh merugikan orang lain. Etika bisnis lebih luas daripada peraturan yang berlaku seperti yang tertuang dalam Undang-Undang di suatu negara. Etika bisnis dapat dijadikan pegangan oleh para pelaku bisnis dalam negeri maupun luar negeri, karena dalam melaksanakan suatu bisnis akan memberikan dampak bagi perusahaan maupun masyarakat sosial jika rambu-rambu bisnis (etika) tidak ditegakkan, konsekuensinya akan menyebabkan pelaku bisnis bisa melakukan apa saja untuk kepentingan perusahaan bahkan melakukan suatu hal bertentangan dengan peraturan yang ada baik Undang-Undang atau peraturan yang dibuat atas hasil kesepakatan antar bersama antara mitra bisnis. Hal ini yang menjadikan bahwa etika erat kaitannya dengan kebiasaan dalam disuatu tempat yang dikaitkan dengan norma, peraturan yang dijunjung tinggi dalam suatu masyarakat atau negara yang bermitra. Adapun etika menurut Islam sangat erat kaitannya dengan Akhlak atau budi pekerti yang harus dijunjung tinggi, pada dasarnya agama Islam diturunkan untuk memperbaiki moral dan etika bagi kehidupan manusia. Sehingga etika dalam pandangan Islam merupakan suatu pedoman yang harus digunakan umat Islam untuk berperilaku dalam segala aspek dan kondisi kehidupan. Etika bisnis merupakan

## Etika Bisnis Dalam Bisnis Internasional

Islam melarang penimbunan yang berdampak pada meningkatnya harga karena barang langka di pasaran, hal ini juga menurut bisnis internasional pun sangat dilarang untuk menimbun barang yang berakibat kelangkaan pasar dan permainan harga. (A. Riawan Amin & Tim FEBS FEUI, 2010, p. 32)

### Daftar Pustaka

- A. Riawan Amin & Tim FEBS FEUI. (2010). *Menggagas Manajemen Syariah Teori dan Praktik The Celestial Management*. Salemba Empat.
- Diphayana, W. (2018). *Perdagangan Internasional*. Deepublish.
- Fitri Rezeki, R. S., Karen Alfa Pontoan, Mario Valentinus Poluakan, Asnat Cornelia Bani Bili, (2022). *Bisnis Internasional*. Media Sains Indonesia.
- M Ma'ruf Abdullah. (2012). *Manajemen Syariah Berbasis Syariah*. Aswaja Pressindo. [www.aswajapressindo.co.id](http://www.aswajapressindo.co.id)
- Sudarso, A., Chandra, E., Manullang, S. O., Purba, B., Simarmata, H. M. P., Butarbutar, M., Hasibuan, M., Krisnawati, A., Simanjuntak, M., Rengganis, A., Kusumadewi, Y., & Gandasari, D. (2021). *Etika Bisnis: Prinsip dan Relevansinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Undang-Undang No 7 Tentang Perdagangan*. (2014).

## PROFIL PENULIS



### **Dr. H. Fikry Ramadhan Suhendar, Lc., MA.**

Lahir di Subang, 22 Mei 1986 Putra dari pasangan H. Endang Suhendar Lc. (Alm) dan Ibu Hj. Leli Julawati. dan istri Dr. Hj. Nurlailiyah Aidatus Sholihah MH. telah dikaruniai putri Ayeesha Shafeeyah Fikry dan Amira Saida Fikry. (insyaAllah akan ada anak ketiga). Pendidikan yang ditempuh SD III Pamanukan, MTS Miftahul Huda Rancasari, MAK Darul Ulum Jombang, Al-Azhar University S1 lulus pada tahun 2008 , Universiti Kebangsaan Malaysia S2 Lulus pada Tahun 2012. Penulis kemudian melanjutkan jenjang pasca sarjana S3 di UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan lulus pada di tahun 2022, Dosen LB di STAI Darussalam Kunir Subang. Jabatan yang Pernah dijabat adalah sebagai PK III bidang kemahasiswaan pada tahun 2016-2019, Pembantu Ketua II bidang SDM dan Keuangan pada tahun 2020-2021 dan Ketua STIE Miftahul Huda pada tahun dari 2022- sampai pemilihan. Karya ilmiah berupa Buku: Wakaf Saham Syariah Di Indonesia Dari Teori Ke Praktik, Lembaga Keuangan Syariah dan jurnal-jurnal Internasional yang terindeks Sinta maupun Jurnal lokal.

Email: [fikry@stiemifdasubang.ac.id](mailto:fikry@stiemifdasubang.ac.id) atau [abiayeesha@gmail.com](mailto:abiayeesha@gmail.com)

# BAB 13 *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DALAM ISLAM

Evriyenni, S.E., M.Si., CTT.

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

## **Definisi *Good Corporate Governance***

*Cadbury Committee* pada tahun 1992 pertama kali memperkenalkan *Corporate Governance (CG)* dalam laporannya yaitu *Cadbury Report* (Tjager dkk, 2003). *Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI)* (2001) mendefinisikan CG sebagai “seperangkat aturan yang menghubungkan antara pemegang saham, manajer, kreditor, pemerintah, karyawan dan stakeholder internal dan eksternal lainnya sehubungan dengan hak dan tanggung jawab, atau sistem dimana perusahaan diarahkan dan dikendalikan”.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara No. 117/M-MBU/2002, CG merupakan “suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memerhatikan pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika”.

Berdasarkan beberapa definisi sebelumnya, CG dapat disimpulkan sebagai suatu sistem dan proses serta seperangkat aturan yang dibangun perusahaan agar terarah dan terkendali agar tercipta tata hubungan yang baik dan adil serta transparan bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan serta pihak terkait lainnya dalam perusahaan.

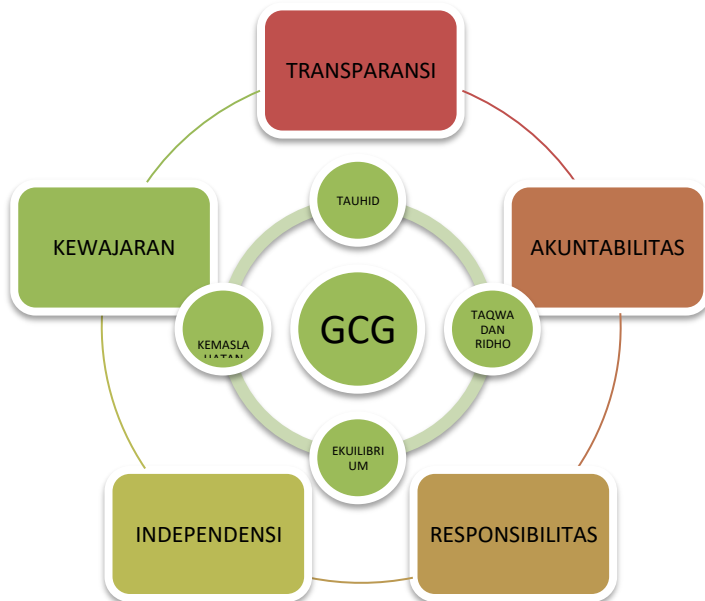
Sedangkan *Good Corporate Governance (GCG)* secara definitif merupakan “sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua

#### 4. Kemaslahatan

Kemaslahatan merupakan penerapan kepemimpinan dan kewenangan agama untuk memelihara kerukunan fisik dan sosial yang juga bertujuan untuk memenuhi tujuan penerapan syariat Islam, yaitu untuk memperoleh kemaslahatan umat manusia seutuhnya. Hal tersebut sesuai dengan QS. Al-Anbiya Ayat 107 yang artinya:

*“Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.”*

Secara umum, maslahat diartikan sebagai kebaikan (kesejahteraan) dunia dan akhirat. Para ahli ushul fiqh mendefinisikannya sebagai segala sesuatu yang mengandung manfaat, kebaikan dan menghindarkan diri dari mudharat, kerusakan dan mafsadah.



**Gambar 13.1. Prinsip-Prinsip GCG dalam Islam dan Umum**

Sumber: Muqorrobin (2011), *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)*.

mengakses tambahan modal yang dibutuhkan perusahaan untuk tujuan ekspansi.

6. Perusahaan yang sukses menerapkan GCG akan lebih diminati oleh para investor karena dinilai dapat memberikan mereka keuntungan terutama dengan nilai saham yang meningkat serta penerimaan dividen dari perusahaan. Bagi pemerintah dan negara, kenaikan penerimaan keuntungan perusahaan juga dapat meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak.
7. Lingkungan kerja yang sehat karena GCG akan meningkatkan motivasi serta kepuasan karyawan sebagai stakeholder perusahaan. Peningkatan ini dinilai penting karena berkaitan dengan tingkat produktivitas karyawan yang merasa menjadi bagian di perusahaan tempatnya bekerja atau dikenal dengan prinsip *sense of belonging*,
8. Baiknya pelaksanaan GCG pada suatu perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan stakeholders perusahaan sehingga citra positif stakeholder kepada perusahaan juga meningkat.
9. GCG yang diterapkan dengan konsisten akan meningkatkan kualitas laporan keuangan perusahaan. Hal ini dikarenakan pihak manajemen perusahaan akan lebih berhati-hati dalam bertindak terutama tidak melakukan intervensi informasi yang ada dalam laporan keuangan. Pemikiran tersebut mengacu pada kewajiban pengelola perusahaan untuk mematuhi berbagai aturan dan juga prinsip akuntansi yang berlaku dan penyajian informasi secara transparan.

## **Daftar Pustaka**

Al-Qur'an dan Terjemahan

Anwar, S. (2007). *Studi Hukum Islam Kontemporer*, Jakarta: RM Books

Arif, M. S., dan Djasuli, M. (2022). Good Governance Dalam Sudut Pandang Islam (Penjelasan Al-Qur'an). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (EMBISS)*, 2(2), 207-218.

Cadbury Committee. (1992). *Report of the Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance*. London: Gee.

## ***Good Corporate Governance Dalam Islam***

- Dwiridotjahjono, J. (2009). Penerapan Good Corporate Governance : Manfaat Dan Tantangan Serta Kesempatan Bagi Perusahaan Publik Di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2), 101–112,
- Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI). (2001). *Corporate Governance: Tata Kelola Perusahaan*. Edisi ketiga. Jakarta: Prentice Hall.
- Ghani, M. A. (2005). *The Spirituality in Business*. Jakarta: Pena Pundi Aksara.
- Kementerian BUMN [Instruksi, pengumuman, dsb.] KEP-117/MBU/2002 tanggal 31 Juli 2002, *tentang Penerapan Praktek Good Corporate Governance Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN)*. Jakarta. LL KBUMN 2002 (1) : 15 hlm
- Komite Nasional Kebijakan Governance. (2011). *Pedoman Umum Good Corporate Governance Bisnis Syariah*.
- Moeljono, D. (2005). *Good Corporate Culture Governance Sebagai Inti Dari Good Corporate Governance*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Monks, Robert A.G, dan Minow, N. (2003). *Corporate Governance 3rd Edition*, Blackwell Publishing.
- Muqorobin, M. (2011). *Fikih Tata Kelola Organisasi Laba*. Sebuah Pengantar Universitas Muhammadiyah: Purwokerto.
- Prabowo, M. S. (2018). Good Corporate Governance (GCG) Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum QISTIE*,11(2).
- Tjager, I. N., Alijoyo, F. A., Djemat, H. R., dan Soembodo, B. (2003). *Corporate Governance, Tantangan dan Kesempatan bagi Komunitas Bisnis Indonesia*. PT Prenhallindo.

## PROFIL PENULIS



### **Evriyenni, S.E., M.Si., CTT.**

Lahir di Batuphat, Lhokseumawe pada 13 April 1983 menyelesaikan Pendidikan dasar (TK-SMA) di Tamansiswa, PT. ARUN LNG. Co pada tahun 2001. Memiliki ketertarikan pada ilmu akuntansi menjadi motivasi penulis untuk mengambil program studi Sarjana (S1) Akuntansi di Universitas Syiah Kuala dan berhasil lulus pada tahun 2006. Penulis kemudian melanjutkan Studi Magister (S2) Program Akuntansi konsentrasi Sektor Publik di Universitas Syiah Kuala pada tahun 2009 dan lulus pada tahun 2011 dengan predikat “Dengan Pujian (Cumlaude)”. Untuk lebih mendalami bidang akuntansi, penulis kemudian mengambil Studi Doktor (S3) program Doktor Ilmu Manajemen konsentrasi Akuntansi Sektor Publik pada tahun 2018 di Universitas Syiah Kuala dan saat ini sedang tahap penyelesaian Disertasi yang akan selesai pada tahun 2023.

Sebagai Dosen, ketertarikan penulis dalam bidang akuntansi juga dituangkan dalam kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi dengan mengajar mata kuliah Akuntansi maupun bidang ekonomi linear lainnya. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis juga aktif sebagai peneliti bidang kepakaran tersebut dibuktikan dengan beberapa tulisan hasil penelitian yang telah dipublikasi. Selain itu penulis juga aktif melakukan pengabdian masyarakat sebagai bentuk dedikasi dan agen masyarakat dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara.

Email Penulis: [evriyenni@gmail.com](mailto:evriyenni@gmail.com)

# BAB 14 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Zumara, S.H.I, M.E.I

Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Kunir

## **Pengertian Tanggung Jawab Sosial**

Tanggung jawab sosial (CSR) adalah sebuah kolaborasi tersistem dimana organisasi, terutama bisnis memiliki komitmen tertentu kepada klien, mitra, karyawan, dan pemilik saham (*stakeholder*), komunitas dan jaringan perusahaan dalam setiap aspek operasional mirip dengan masalah lingkungan yang tersisa dengan beberapa masalah seperti polusi, limbah, keamanan hasil produksi dan karyawan perusahaan. ( “Tentang CSR | CSR JABAR,” accessed February 20, 2023).

Dalam Undang-Undang Tahun 2007 nomor 40 pasal 1 ayat 3 telah dicantumkan pengertian CSR tentang Perseroan Terbatas (UUPT) yang berbunyi sebagai berikut.

*“Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”*

CSR (*corporate social responsibilities*) dalam hal ini berbentuk tanggung jawab sosial tertentu bagi para pemegang kebijakan suatu perusahaan tertentu. (Santoso, Tinjauan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi Di Filipina. Deepublish, 2021) Segala aspek kinerja perusahaan termasuk ke dalam tanggung jawab tersebut, seperti

## Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Perspektif Islam

*“Carilah keridhaanku dengan berbuat baik kepada orang-orang lemah kalian, karena kalian diberi rezeki dan ditolong disebabkan orang-orang lemah kalian.”*

Dalam riwayat Nasa’i,

إِنَّمَا يَنْصُرُ اللَّهُ هَذِهِ الْأُمَّةَ بضعيفها: بدعوتهم، وصلاتهم، وإخلاصهم

*“Sesungguhnya Allah akan menolong umat ini dengan sebab orang-orang yang lemah dari mereka, yaitu dengan doa, sholat dan keikhlasan mereka.”*

Begitu pula disebutkan *“wa man lam yasykurinnas lam yasykurillah”* barangsiapa yang tidak menampakkan rasa syukurnya kepada manusia maka dianggap sebagai orang yang tidak bersyukur kepada Allah, dan bentuk syukur kepada manusia salah satunya dengan adanya tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

\*\*\*\*\* **Wallahu A’lam bishowab**\*\*\*\*\*

### Daftar Pustaka

- Fauzani. *Screening Saham Syariah dan Implementasinya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Daftar Efek Syariah*. Penerbit A-Empat, 2021.
- Haliwela, NS. *“Peran Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Oleh Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Dalam Mendorong Pembangunan Di Maluku,”* 2013.
- Progres Tazkia. *“Pandangan Islam Tentang CSR,”* February 28, 2022. <https://kseiprogres.com/pandangan-Islam-tentang-csr/>.
- Santoso, Eko Budi, Maria Assumpta Evi Marlina, and Kazia Laturette. *Tinjauan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi Di Filipina*. Deepublish, 2021.

“Tentang CSR | CSR JABAR.” Accessed February 20, 2023.  
<http://csr.jabarprov.go.id/page/tentang-csr>.

UMA, BAMAI. “Apa Itu CSR? Ini Fungsi, Jenis, Tujuan, contoh, dan Corporate.” *Biro Administrasi Mutu Akademik dan Informasi Universitas Medan Area - Biro Administrasi Mutu Akademik dan Informasi Terbaik di Sumatera Utara* (blog), September 27, 2022.  
<https://bamai.uma.ac.id/2022/09/27/apa-itu-csr-ini-fungsi-jenis-tujuan-contoh-dan-manfaatnya-corporate/>.

Zumara, dkk, Orientasi pencatatan Zakat : *Analisis prinsip akuntansi Syariah*, Prosiding Seminar Nasional STIE AAS, 2021

## PROFIL PENULIS



### **Zumara, S.H.I., M.E.I.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu ekonomi syariah dimulai sejak kuliah jurusan Ekonomi Islam di IAIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2004 yang kini telah berganti nama menjadi UIN Sunan Ampel kemudian dilanjutkan pada jenjang berikutnya dengan jurusan yang linier di PASCA SARJANA pada kampus yang sama dan dapat terselesaikan pada tahun 2006.

Penulis saat ini pun semakin menggeluti keilmuan Ekonomi Islam dengan banyak terlibat dalam penulisan-penulisan artikel dan karya ilmiah juga dalam rangka mewujudkan tanggung jawab sebagai dosen profesional, penulis pun berusaha aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Keaktifan menulis buku di berbagai bidang dengan niatan dapat berkontribusi positif bagi bangsa dan negara juga Agama Islam tercinta. Teringat pepatah lama: Macam mati meninggalkan belang, maka manusia mati meninggalkan amal, Amallah yang kelak akan terus di bawa sampai menghadap Allah untuk dipertanggung jawabkan, semoga goresan kecil ini bermanfaat dan menjadi bagian Amal baik yang Allah Ridhoi. Amin.

Email Penulis: [zumarazumara8@gmail.com](mailto:zumarazumara8@gmail.com)

# Etika Bisnis dalam Kajian Islam

Dalam kehidupan bermasyarakat diperlukan suatu sistem untuk mengatur bagaimana manusia bergaul. Sistem yang mengatur komunikasi membuat orang saling menghormati, memiliki tata krama, sopan santun disebut etika. Agama Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi nilai-nilai norma dan juga sopan santun serta rasa menghargai makhluk satu sama lain. Dalam Islam, berbisnis juga diatur dalam etika bisnis Islam. Islam mengatur bahwa etika bisnis Islam adalah benar dan tidak bisa dipisahkan dengan hal-hal penting lainnya. Berbagai filosofi di dalam agama Islam mengajarkan tentang bagaimana menjalankan bisnis di dalam etika bisnis Islam.

Pokok bahasan dalam buku “Etika Bisnis Dalam Kajian Islam” ini mencakup: Sejarah Bisnis Dalam Islam, Konsep Dan Teori Etika Bisnis Islam, Perbandingan Etika Bisnis Islam Dengan Etika Bisnis Konvensional, Konsep Etika Bisnis Dalam Al-Qur’an Dan Al-Hadits, Perilaku Bisnis Yang Diperbolehkan Dan Dilarang Dalam Islam, Etika Distribusi Dalam Perspektif Islam, Etika Konsumsi Dalam Perspektif Islam, Etika Profesi Dalam Perspektif Islam, Etika Pemasaran Dalam Islam, Etika Periklanan Dalam Islam, Etika Transaksi Bisnis Online Dalam Islam, Etika Bisnis Dalam Bisnis Internasional, *Good Corporate Governance* Dalam Islam, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Perspektif Islam.

