Amorti: Jurnal Studi Islam Interdisipliner
Vol. 5, No. 2 April 2026, pp. 1531-1551
http://journal.amorfati.id/index.php/amorti | | ISSN 2962-9209

Interdisciplinary Scope of Contemporary Islamic Studies • Interdisciplinary Islamic Education • Interdisciplinary Islamic Law, Ethics, and Fatwa Studies • Interdisciplinary Islamic Economics, Finance, and Philanthropy • Islam, Society, and Culture • Islam, Politics, Governance, and Public Policy • Islam, Gender, Family, and Human Rights • Islam, Media, Communication, and Digital Da'wah • Islam, Health, Environment, and Sustainable Development • Islam, Science, Technology, Artificial Intelligence, and Digital Transformation

Konsep Akidah dan Akhlak bagi Pelaku Ekonomi Dan Implementasinya dalam Bisnis Modern

Choirul Anwar [a,1,*], Ali Maulida[b,2], Lina Marlina[c,3]

[*a,b,c] Institut Agama Islam Al – Hidayah, Bogor;
[1]tauhidberjaya@gmail.com; alimaulida77@gmail.com[2]; linakholid2589@gmail.com[3]
*Correspondent Author; tauhidberjaya@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history
Received:
14-02-2026
Revised:
13-03-2026
Accepted:
20-04-2026

Keywords
Akidah dan Akhlak
Pelaku Ekonomi
Bisnis modern.

ABSTRACT

Fenomena krisis etika dalam praktik bisnis kontemporer, seperti penipuan, riba, dan manipulasi pasar, melatarbelakangi perlunya rekonstruksi nilai-nilai spiritual dalam aktivitas ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep akidah dan akhlak sebagai pilar fundamental bagi pelaku ekonomi serta merumuskan mekanisme implementasinya dalam etika bisnis di era global. Menggunakan pendekatan *kualitatif* dengan metode studi kepustakaan (*library research)*, penelitian ini mengkaji literatur klasik dan kontemporer termasuk Al-Qur'an dan Hadis sebagai rujukan utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akidah berfungsi sebagai fondasi *teologis* yang membangun kesadaran pertanggungjawaban (*hisab*) dan kontrol internal, sementara akhlak menjadi manifestasi lahiriah melalui sifat *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*. Integrasi integral antara *iman*, *syariah*, dan *muamalah* terbukti krusial dalam mewujudkan tata kelola perusahaan yang *adil* serta revitalisasi bisnis modern melalui transparansi digital (*tabligh*), perlindungan data (*amanah*), dan sistem bebas *riba*. Kesimpulannya adalah penguatan fondasi akidah dan akhlak bagi pelaku ekonomi bukan sekadar kebutuhan *teologis*, melainkan keharusan moral dan sosial untuk mengatasi krisis etika kontemporer guna mencapai kemaslahatan (*maqasid al-syariah*) baik di dunia maupun akhirat. Integrasi nilai-nilai ini memastikan bahwa bisnis tidak lagi hanya berorientasi pada profit semata, tetapi bertransformasi menjadi instrumen ibadah yang membawa keberkahan secara sistemik. Selain hal itu, pelaku ekonomi memiliki pola pikir (*mindset)* dan tujuan kemaslahatan sosial yang tinggi.

CC–BY-SA license.

Introduction

Fenomena krisis etika dalam praktik bisnis dan perdagangan kontemporer (*fraud, riba, gharar*, dan manipulasi pasar). Realitas masyarakat menunjukkan terjadinya *fraud* (ketidakadilan, eksploitasi, atau penipuan). Padahal Islam melarang praktik ekonomi yang mengandung unsur ketidakadilan, eksploitasi, atau penipuan yang hakikatnya merampas harta secara bathil dengan dalil (Q.S. An-Nisā' 4:29). Begitu pula Nabi Muhammad SAW melarang berbuat curang dan penipuan. Hal ini terdapat dalam hadits, *Rasulullah SAW bersabda: "Barangsiapa membawa pedang untuk menyerang kami, maka dia bukan dari golongan kami.*

Dan barangsiapa menipu kami, maka dia bukan golongan kami."(HR. Muslim)(Muslim, n.d.)

Realitas masyarakat menunjukkan terjadinya jual beli riba dan dianggap sebagai hal yang lumrah dan biasa. Padahal dalam Islam terdapat larangan untuk jual beli dengan riba, karena Islam tidak hanya bersifat ibadah ritual di masjid tetapi berimplikasi pada sistem ekonomi yang adil dan berimbang, karena riba cenderung mengakumulasi kekayaan pada segelintir pihak dan menekan daya beli masyarakat luas. (Q.S. Al-Baqarah 2:275) Perniagaan di masyarakat membuktikan banyak terjadinya *gharar* dan manipulasi besar – besaran. Sedangkan Islam mengatur perniagaan dengan larangan jual beli *gharar*. Dari Abu Hurairah RA *"Rasulullah SAW melarang jual beli al-hashah dan jual beli gharar*" (HR Muslim)(Muslim, n.d.)

Islam pun memberikan larangan keras untuk memakan harta orang lain dengan cara yang batil dan *buruk* sesuai dalam al – Qur'an, "*Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui*" (QS. Al-Baqarah/2 :188). Dengan demikian, pelaku ekonomi sangat penting untuk memiliki fondasi *akīdah* dan *akhlāq* dalam *Islām*. Dalam perspektif hukum Islam, seluruh aktivitas ekonomi (*muʻāmalah māliyyah*) tidak berdiri netral, melainkan terikat pada dimensi teologis. Akīdah menjadi dasar orientasi niat, tujuan, dan batasan dalam aktivitas ekonomi. Seorang Muslim memandang kegiatan bisnis sebagai bagian dari *ibādah* apabila dilandasi tauḥīd dan ketaatan kepada hukum Allah. *Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdi kepada-Ku. (Q.S. al-Żāriyāt [51]: 56)*

Ayat ini menegaskan bahwa seluruh aktivitas manusia, termasuk ekonomi, harus bernilai ibadah. Artinya, orientasi bisnis bukan sekadar profit, tetapi penghambaan kepada Allah. Sehingga larangan memakan harta secara bāṭil menunjukkan bahwa akīdah menuntut kepatuhan pada batasan syarʻī dalam transaksi. Dalam berniaga seorang yang memiliki *Akīdah* yang kuat akan mendapatkan hidayah berupa Kesadaran *Hisāb* (Pertanggungjawaban). Setiap apa yang dijual atau yang dibeli akan dimintakan pertanggung jawaban di sisi Allah Ta'ala. Hal ini tercantum dalam firman-Nya, *Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula.*(Q.S. al-Zalzalah [99]: 7–8). Kesadaran eskatologis ini membentuk kontrol internal (*al-rāqib al-dākhilī*) dalam perilaku ekonomi, sehingga pelaku usaha menghindari *riba, gharar*, dan *tadlīs* meskipun tanpa pengawasan eksternal. Jika *akīdah* adalah fondasi batin, maka *akhlāq* adalah manifestasi lahiriah dalam praktik transaksi. Ada beberapa akhlak yang mulia yang diajarkan Islam dalam berniaga yaitu *adil, jujur, amanah, tabligh* dan *fathonah*. Begitu pula Islam mengajarkan larangan penipuan (*ghasy*) sebagai prinsip fundamental dalam hukum transaksi *Islām*.

Ibn Taymiyyah dalam *Al-Ḥisbah fī al-Islām* beliau menegaskan: "Keadilan adalah penopang pasar; dengan kezaliman pasar akan rusak". *Ibn Khaldun* dalam *Al-Muqaddimah*, beliau menjelaskan bahwa kezaliman ekonomi menghancurkan peradaban (*al-ẓulm muʼżin bi kharāb al-ʻumrān*). Ini menunjukkan bahwa krisis *akhlāq* ekonomi berdampak sistemik terhadap masyarakat. Terdapat sebuah kaidah *fiqh* dalam mengatur praktik *muʻāmalah*, yaitu:

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

"*Pada dasarnya, segala bentuk muʻāmalah (transaksi dan interaksi sosial-ekonomi) hukumnya boleh, kecuali terdapat dalil yang menunjukkan keharamannya."* Namun kebolehan tersebut tetap dibatasi oleh prinsip *akīdah* dan *akhlāq*. Tanpa fondasi iman dan moral, *muʻāmalah* berubah menjadi instrumen eksploitasi. Relasi antara *īmān, syarīʻah*, dan *muʻāmalah* dalam sistem ekonomi Islām bersifat integral dan tidak terpisahkan. Ekonomi dalam Islam bukan sekadar aktivitas rasional untuk memperoleh keuntungan, tetapi bagian dari sistem penghambaan (*ʻubūdiyyah*) kepada Allah yang berlandaskan akidah dan terikat

hukum *syar'i.* (Al-Syāṭibī, 2018) dalam *Al-Muwāfaqāt*, beliau menjelaskan bahwa seluruh hukum syariah, termasuk *mu'āmalah*, bertujuan menjaga lima prinsip utama (*maqāṣid al-khams*): agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Sistem ekonomi Islam tidak boleh merusak prinsip-prinsip tersebut.

Dalam sistem ekonomi Islām, tidak ada dikotomi antara agama dan aktivitas ekonomi. *Īmān* menjadi fondasi teologis, *syarī'ah* menjadi kerangka normatif, dan mu'āmalah menjadi arena praksis. Ketiganya membentuk sistem ekonomi yang berorientasi pada: *Tauḥīd*, Keadilan (*'adl*), Kejujuran (*ṣidq*), Amanah, dan Kemaslahatan (*maṣlaḥah*). Inilah yang membedakan ekonomi Islām dari sistem ekonomi sekuler yang hanya berorientasi pada profit semata. Revitalisasi nilai *tauḥīd* dalam praktik bisnis modern sangat penting untuk dilakukan. Realitas Bisnis modern memberikan gambaran praktik yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Dengan adanya beberapa praktik diantaranya, digital marketing rawan manipulasi informasi, sistem keuangan global masih didominasi praktik ribawi. Dan algoritma bisnis sering berorientasi eksploitasi perilaku konsumen.

Revitalisasi tauhid berarti adalah dengan mengembalikan kesadaran bahwa Allah adalah tujuan akhir, Menjadikan bisnis sebagai amanah, membangun sistem ekonomi berbasis keadilan dan tanggung jawab sosial dan menginternalisasi nilai *ihsān* (profesionalisme spiritual). Jika meniadakan tauhid dalam sistem ekonomi Islām dapat berkonsekuensi pada bisnis berubah menjadi alat eksploitasi, profit menjadi "tuhan baru", etika menjadi relatif dan pragmatis. Sebaliknya Jika bisnis berorentasi tauhid maka berkonsekuensi pada bisnis menjadi bernilai ibadah, keuntungan menjadi sarana, bukan tujuan mutlak, sistem ekonomi menjadi adil, berkelanjutan, dan berorientasi akhirat.

Berdasarkan telaah literatur tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat empat celah penelitian utama. Pertama, kajian bisnis modern masih cenderung mendikotomikan aktivitas ekonomi dengan dimensi akidah sehingga nilai tauhid belum dijadikan fondasi konseptual perilaku ekonomi (Mufarrochah et al., 2025). Kedua, penelitian etika bisnis Islam lebih banyak menyoroti aspek akhlak atau kepatuhan syariah tanpa mengkaji hubungan kausal antara akidah, kesadaran eskatologis (*hisab*), dan pembentukan kontrol diri (*al-rāqib al-dākhilī*) (Zaki, 2025). Ketiga, perkembangan ekonomi digital menghadirkan berbagai persoalan etika baru yang belum banyak dianalisis menggunakan paradigma akidah dan akhlak Islam(Istiqomah et al., 2025). Keempat, penelitian terdahulu masih didominasi pendekatan *legalistik* sehingga belum menghasilkan model integratif yang menghubungkan akidah sebagai fondasi teologis, akhlak sebagai karakter moral, dan implementasinya dalam praktik bisnis kontemporer(Sari et al., 2025). Oleh karena itu, penelitian "Konsep Akidah dan Akhlak bagi Pelaku Ekonomi dan Implementasinya dalam Bisnis Modern" memiliki urgensi ilmiah untuk membangun kerangka konseptual yang mengintegrasikan dimensi teologis, etis, dan praktik bisnis dalam perspektif Islam.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada upayanya merevitalisasi konsep klasik Islam untuk menjawab tantangan bisnis modern secara sistematis: Penelitian ini merumuskan model integrasi Hierarkis Tiga Pilar yang tidak terpisahkan antara *Iman* (fondasi spiritual), *Syariah* (kerangka normatif), dan *Muamalah* (arena praktik). Novelty ini menegaskan bahwa tanpa iman, bisnis menjadi sekuler, dan tanpa muamalah, iman tidak memberi manfaat nyata bagi Masyarakat. Penelitian ini juga menawarkan model baru dalam menerapkan sifat-sifat Rasulullah *Sidiq, Tabligh, Amanah* dan *Fathonah* (STAF) ke dalam ekosistem bisnis digital: 1) *Tablīgh Digital* yaitu menggunakan transparansi informasi dan kejujuran algoritma dalam pemasaran. 2) *Amānah Big Data* yaitu memandang perlindungan data pribadi dan privasi konsumen sebagai amanah teologis, bukan sekadar kepatuhan hukum. 3) Model *Corporate Governance* Berbasis Tauhid yaitu penelitian ini menyusun hierarki tata kelola perusahaan yang dimulai dari Tauhid sebagai fondasi kepemimpinan, berlanjut pada internalisasi budaya organisasi, dan berujung pada Ihsan dalam pelayanan. 4) Ekspansi Konsep Ihsan Korporat yaitu memperluas makna *Ihsan* (profesionalisme spiritual) ke dalam ranah tanggung jawab sosial perusahaan yang selaras dengan prinsip modern *Environmental, Social, and Governance* (ESG). Dengan demikian, membangun kembali kesadaran tauhid dalam praktik bisnis modern bukan sekadar kebutuhan teologis, tetapi kebutuhan moral dan sosial untuk mengatasi krisis

etika ekonomi kontemporer.

Method

Penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif berdasarkan jenis penelitian *library research* (kepustakaan). Menurut (Creswell, 2009) Penelitian kualitatif menggunakan asumsi-asumsi filosofis yang berbeda, strategi-strategi penyelidikan, serta metode-metode pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang berbeda pula. Meskipun prosesnya memiliki beberapa kesamaan, prosedur penelitian kualitatif lebih mengandalkan data berupa teks dan gambar, memiliki langkah-langkah analisis data yang khas, serta memanfaatkan beragam strategi penyelidikan. Pada kenyataannya, strategi penyelidikan yang dipilih dalam suatu proyek penelitian kualitatif memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap prosedur penelitian yang digunakan. Bahkan, dalam satu strategi yang sama pun, prosedur tersebut tidak selalu bersifat seragam. (Creswell, 2009) menyampaikan langkah pertama dalam setiap proyek penelitian adalah meluangkan waktu yang cukup banyak di perpustakaan untuk menelaah berbagai penelitian yang telah dilakukan mengenai suatu topik.

Library research (penelitian kepustakaan) merupakan sumber daya perpustakaan digunakan sebagai acuan utama dalam proses melakukan penelitian, yaitu buku, jurnal, database, dan materi lainnya, berfungsi untuk mengumpulkan informasi dan mendukung pertanyaan akademik atau ilmiah (Nurhayati & Rosadi, 2022). Hal Ini dilakukan untuk mengeksplorasi dan menganalisis literatur, data, dan sumber yang ada terkait dengan topik atau pertanyaan penelitian tertentu dengan melibatkan pemanfaatan sumber daya yang tersedia di perpustakaan. (Abdurrahman, 2024) Perpustakaan menjadi akses utama untuk para peneliti dalam menggali berbagai materi ilmiah dan membangun pengetahuan yang ada dan berkontribusi pada bidang studi mereka.

Penelitian ini berdasarkan pada dua sumber data, yaitu sumber primer dan sekunder. Sumber primer meliputi Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber utama pendalilan dalam Islam. Adapun sumber sekunder terdiri dari buku, jurnal ilmiah, serta karya akademik yang relevan dengan topik penelitian lima tahun terakhir (2020 – 2025) database yang digunakan (Google Scholar, Perpusnas, JSTOR, repositori lokal), atau metode analisis data (analisis tematik, sintesis naratif). Studi dokumentasi dipilih dalam melakukan pengumpulan data yaitu dengan mengumpulkan dan mengkaji berbagai literatur yang berkaitan dengan nilai-nilai akidah dan akhlak personal. kemudian mengalisis data menggunakan metode deskriptif-analitis setelah mendapatkan data.

Hasil dan Pembahasan

1. Definisi Pelaku Ekonomi

Secara etimologi, Ekonomi atau *economic* merupakan kata dari bahasa Yunani yaitu kata *oikos* atau *oiku* yang bermakna "rumah tangga", dan *nomos* bermakna "aturan". Ekonomi bisa memiliki makna yaitu ilmu yang membahas tentang cara manusia dalam mengatur sumber daya yang ada yang berfungsi untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Sektor ekonomi mencakup sektor perbuatan manusia yang terkait dengan produksi, distribusi, jasa dan konsumsi.

Pelaku ekonomi adalah individu, kelompok, atau lembaga yang berperan dalam menjalankan aktivitas perekonomian. Dalam kegiatan ekonomi, pelaku ekonomi dapat berperan sebagai konsumen, produsen, maupun distributor yang saling berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan ekonomi tidak akan berlangsung secara efektif tanpa adanya pelaku ekonomi yang menjalankan fungsi-fungsi tersebut. Menurut (Sukirno, 2016), pelaku ekonomi merupakan pihak-pihak yang melakukan kegiatan produksi, konsumsi, dan distribusi dalam suatu sistem perekonomian.

Adapun (Mankiw, 2022) menjelaskan bahwa dalam perekonomian modern terdapat empat pelaku ekonomi utama yang saling berinteraksi melalui arus barang, jasa, dan faktor produksi,

yaitu rumah tangga konsumen, rumah tangga produsen (perusahaan), rumah tangga pemerintah, dan sektor luar negeri. Keempat sektor tersebut membentuk suatu sistem yang saling bergantung sehingga tercipta keseimbangan dalam kegiatan ekonomi. Dengan demikian, secara umum pelaku ekonomi dapat dikategorikan menjadi empat sektor, yaitu: (1) rumah tangga konsumen, (2) rumah tangga produsen, (3) rumah tangga pemerintah, dan (4) sektor luar negeri.

2. Definisi Bisnis

Bisnis dalam ilmu ekonomi adalah suatu organisasi yang menjual jasa atau barang untuk mendapatkan laba kepada konsumen atau bisnis lainnya. Bisnis kosakata bahasa Inggris *business*, dari kata *busy* bermakna sibuk dalam perspektif individu, komunitas, ataupun masyarakat. Maknanya adalah sibuk melakukan pekerjaan dan aktivitas yang mendatangkan keuntungan. Bisnis menurut (Chwee Huat, 1990) merupakan istilah umum yang menggambarkan seluruh aktivitas maupun institusi yang memproduksi barang & jasa dalam kehidupan manusia. Dengan demikian, bisnis adalah suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat. (Griffin & Ebert, 2007) mendefinisikan bisnis sebagai seluruh aktivitas yang berkaitan dengan proses penyediaan barang maupun jasa yang ditujukan untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan serangkaian aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi dalam menghasilkan, menyediakan, dan mendistribusikan barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, sekaligus memperoleh keuntungan sebagai tujuan utama kegiatan tersebut.

3. Definisi Bisnis perspektif Islam

Bisnis perspektif Islam dikenal dengan *al-tijārah*. *Al – tijārah* (Perniagaan atau jual beli) dalam istilah bahasa adalah usaha untuk meraih keuntungan (*ar-ribḥ*). Kata *tijārah* dengan wazan *fi'ālah* menunjukkan aktivitas yang terus – menerus diperbaharui. (Asyur, 1984) dalam tafsirnya menjelaskan bahwa yang dimaksud *ribḥ* adalah keberhasilan dalam perdagangan, yaitu terwujudnya penjualan barang dagangan dengan harga lebih tinggi dari modal. Dengan demikian, *tijārah* adalah upaya membeli dan menjual kembali barang dengan harga lebih tinggi, demi mendapatkan selisih (*margin*) untuk memenuhi kebutuhan hidup atau disimpan sebagai harta. Di dalam Al-Qur'an terdapat sembilan ayat yang berbicara tentang *tijārah* digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Pengelompokan Makna *Tijārah* dalam Al-Qur'an

Kelompok	Jumlah Ayat	Surah dan Ayat	Makna Utama	Pesan Pokok
Etika bisnis duniawi	6 ayat	al-Baqarah [2]: 282; al-Nisā' [4]: 29; al-Tawbah [9]: 24; al-Nūr [24]: 37; al-Jumu'ah [62]: 11; Quraisy [106]: 2	Aktivitas perdagangan sebagai bagian dari mu'āmalah	Menegakkan kejujuran, keadilan, kerelaan para pihak, administrasi transaksi, keseimbangan antara bisnis dan ibadah, serta tidak menjadikan perdagangan sebagai penghalang ketaatan kepada Allah.
Perniagaan akhirat	2 ayat	Fāṭir [35]: 29; al-Ṣaff [61]: 10–11	Perniagaan dengan Allah	Amal saleh, iman, infak, dan jihad merupakan "perniagaan" yang pasti memperoleh keuntungan berupa ampunan dan surga.

Perniagaan orang munafik	1 ayat	al-Baqarah [2]: 16	Perdagangan yang merugi	Orang munafik menukar petunjuk dengan kesesatan sehingga kehilangan keuntungan dunia dan akhirat.

4. Definisi Akidah

Akidah secara etimologi berasal dari kata *al-'aqd*, yang berarti ikatan (*al-rabṭ*), pengikatan (*al-ibrām*), penguatan (*al-iḥkām*), peneguhan (*al-tawatsuq*), pengokohan, pengencangan dengan kuat (*al-syiddah bi quwwah*), kekokohan (*al-tamāsuk*), kerapatan (*al-marāṣṣah*), dan penetapan (*al-iṡbāt*); juga bermakna keyakinan (*al-yaqīn*) dan kepastian yang mantap (*al-jazm*). Kata *al-'aqd* merupakan lawan dari *al-ḥall* (melepas). Dikatakan: *'aqadahu ya'qiduhu 'aqdan* (ia mengikatnya dengan suatu ikatan). Dari kata ini juga berasal istilah "ikatan sumpah" dan "akad nikah". (Al-Aṡarī, 1435)

Allah Ta'ālā berfirman: "Allah tidak menghukum kalian karena sumpah-sumpah kalian yang tidak disengaja, tetapi Dia menghukum kalian karena sumpah-sumpah yang kalian ikat (teguhkan)." (QS. al-Mā'idah: 89). Akidah adalah suatu ketetapan (keyakinan) yang tidak menerima keraguan bagi orang yang meyakininya. Dalam istilah agama, akidah adalah sesuatu yang menjadi objek keyakinan (kepercayaan), bukan amalan; seperti Iman kepada Allah dan Allah mengutus para rasul. Kesimpulannya adalah sesuatu yang diikat kuat oleh hati manusia dengan keyakinan yang pasti, maka itulah yang disebut akidah, baik itu benar maupun salah.

(Al-Jazairi, 2002) menyampaikan bawah akidah adalah kumpulan dari hukum-hukum kebenaran yang jelas serta dapat diterima oleh akal, pendengaran dan perasaan, hati manusia meyakini dan memujinya, pasti benar, *shahih* dan tidak ada yang menyalahinya, serta hal itu benar dan selamanya berlaku. Menurut (Al-Aṡarī, 1435) definisi akidah secara terminologi adalah perkara-perkara yang wajib dibenarkan oleh hati, degannya jiwa akan tenang, sehingga menjadi keyakinan yang kokoh, dan tidak ada keraguan. Artinya, akidah adalah keimanan yang pasti dan tegas yang tidak meragukan bagi orang yang meyakininya. Jika suatu pengetahuan belum mencapai tingkat keyakinan yang pasti, maka tidak disebut sebagai akidah. Disebut akidah karena manusia mengikat hatinya pada hal tersebut.

Adapun akidah Islam adalah keyakinan yang pasti terhadap *rububiyah* Allah Ta'ālā, *uluhiyah*-Nya, nama-nama dan sifat-sifat-Nya, para malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, para *Rasul*-Nya, hari akhir, serta takdir baik dan buruk. Juga mencakup seluruh perkara gaib yang telah ditetapkan, pokok-pokok agama, serta apa yang telah disepakati oleh para *salaf saleh*, disertai dengan sikap tunduk sepenuhnya kepada Allah Ta'ālā dalam perintah, hukum, ketaatan, dan mengikuti Rasul-Nya ﷺ beserta keluarganya. Dan bagi akidah Islam, terdapat nama-nama lain di kalangan *Ahlus Sunnah wal Jamaah* yang sinonim dengannya dan menunjukkan maknanya, di antaranya: "*Tauhid*", "*Sunnah*", "*Ushul ad-Din* (pokok-pokok agama)", "*Fiqh al-Akbar*", "*Syariah*", dan *"Iman*". Itulah sebutan-sebutan yang paling terkenal di kalangan Ahlus Sunnah untuk ilmu akidah.

Secara historis, (Amahzun, 2004) menyampaikan fase awal perjalanan dakwah Rasulullah SAW di Mekah, fokus utama dakwahnya adalah pada upaya memperbaiki akidah, membersihkannya dari kotoran – kotoran pemujaan berhala (*atheisme*) dan mendidik jiwa dengan melepaskannya dari sifat – sifat tak terpuji, sehingga hati orang – orang saat itu dapat menyatu untuk sama – sama mengesakan Allah dan menghilangkan sisa – sisa kejahiliyahan dari jiwa mereka. Menurut (Amahzun, 2004) dalam bukunya menyampaikan bahwa fokus ayat-ayat al-Qur'an pada fase ini adalah memperhatikan pada usaha untuk mengakarkan keimanan ke dalam jiwa individu muslim, yaitu menjelaskan unsur – unsur keimanan yang berkaitan dengan hati, perkataan, perbuatan, dan memusatkan perhatiannya pada konsekuensi – konsekuensi kalimat tauhid *'La IlahaIllallah'*, berarti upaya mengubah manusia dari berbagai kebiasaan, adat istiadat dan tradisi *jahiliyah* kepada pokok – pokok dasar dan

hukum – hukum Islam dalam berbagai aspek kehidupan. Selama 13 tahun, Allah mengukuhkan akidah umat Islam yaitu pada periode Mekah. Wahyu Allah turun di kota ini untuk menjelaskan berbagai makna dan maksud dari akidah ini berkaitan dengan pengamalannya dalam realitas kehidupan.

5. Akidah dalam berbisnis

Dalam Praktik berbisnis nilai – nilai akidah tauhid melahirkan amanah. Adapun sifat amanah mampu melahirkan tanggung – jawab. Begitu pula sifat tanggung – jawab akan melahirkan etika bisnis. Dengan demikian, sistem ekonomi Islām dibangun atas kesadaran eskatologis (*hisab*), teologis (*tauhid)*, dan moral (*akhlak*).

a. Tauḥīd sebagai landasan ontologis aktivitas ekonomi.

Tauhid menegaskan bahwa Allah adalah sumber hukum, pemilik hakiki harta, dan tujuan akhir aktivitas manusia. *"Milik Allah-lah kerajaan langit dan bumi."* (QS. Āli 'Imrān [3]: 189)

"*Katakanlah (Nabi Muhammad), sesungguhnya shalat, ibadah, hidup, dan matiku* hanyalah untuk *Allah, Tuhan seluruh alam."* (QS. al-An'ām [6]: 162) Aktivitas ekonomi termasuk dalam cakupan "*maḥyāyā*" (hidupku), sehingga harus berorientasi tauhid.

1) Prinsip Tauhid Rubūbiyyah

(a) Allah sebagai *al-Mālik* (Pemilik Mutlak Sumber Daya)

Allah berfirman*, "Maha Suci Allah yang di tangan-Nya segala al – Mulk (kerajaan)."* (QS. al-Mulk [*67*]: 1) begitu pula Allah berfirman, *"Dan milik Allah-lah al – Mulk (kerajaan) langit dan bumi."* (QS. Āli 'Imrān [3]: 189. Implikasi tauhid pelaku bisnis yaitu kesadaran bahwa Allah adalah *al-Mālik* menegaskan bahwa kepemilikan manusia bersifat relatif (*istikhlāf*). Harta bukan milik absolut, tetapi amanah yang harus dikelola sesuai syariat. (Ibn Taymiyyah, 2005) dalam *Majmū' al-Fatāwā* menjelaskan bahwa Allah adalah pemilik hakiki segala sesuatu, dan manusia hanyalah pengguna yang dibatasi hukum Allah. Pelanggaran terhadap hukum ekonomi (*riba* dan *gharar*) adalah bentuk melampaui batas kepemilikan yang diizinkan. Ibn al-Qayyim dalam *Miftāḥ Dār al-Sa'ādah* menegaskan bahwa tauhid *rububiyyah* melahirkan sikap *tawadhu'* dalam kepemilikan dan menghilangkan kesombongan ekonomi.

(b) Allah sebagai *al-Razzāq* (Pemberi Rezeki)

Allah berfirman dalam al – Qur'an*, "Sesungguhnya Allah Dialah Maha Pemberi rezeki Yang Maha* Kuat *lagi Maha Kokoh."* (QS. al-Żāriyāt [51]: 58) dan *"Tidak satu pun makhluk bergerak di bumi melainkan Allah yang menjamin rezekinya."* (QS. Hūd [11]: 6). Rasulullah Muhammad SAW bersabda, *"Seandainya kalian bertawakkal kepada Allah dengan sebenar-benarnya tawakkal, niscaya Dia akan memberi rezeki sebagaimana Dia memberi* rezeki *kepada burung."* (HR. al-Tirmiżī). Implikasi tauhid pelaku bisnis yaitu menghindari praktik haram karena rezeki sudah dijamin Allah dan menumbuhkan *tawakkal* dan optimisme dalam usaha. Muḥammad ibn 'Abd al-Wahhāb dalam *Kitāb al-Tawḥīd* menekankan bahwa keyakinan terhadap Allah sebagai *al-Razzāq* meniadakan ketergantungan hati kepada selain-Nya dalam urusan ekonomi.

(c) Allah sebagai *al-Mudabbir* (Pengatur Alam Semesta)

Allah berfirman dalam al – Qur'an, "*Dia mengatur urusan dari langit ke bumi*." (QS. al-Sajdah [32]: 5). Ayat ini membrikan kesadaran bahwa Allah mengatur seluruh sistem kosmik menumbuhkan kepatuhan pada *sunnatullah* dalam bekerja, yaitu: disiplin, profesional, dan teratur. Ibn al-Qayyim dalam *Shifā' al-'Alīl* menjelaskan bahwa pengakuan terhadap *tadbīr* Allah melahirkan sikap sabar dan tidak curang dalam mencari hasil.

2) Prinsip *Tauhid Uluhiyyah* bahwa Allah yang berhak disembah dan meniadakan sesembahan selain-Nya

(a) Allah Satu-satunya yang Berhak Disembah. Allah berfirman dalam al – Qur'an, "*Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku."* (QS. al-Żāriyāt [51]: 56). Bisnis menjadi ibadah jika diniatkan karena Allah dan sesuai syariat. Ibn Taymiyyah mendefinisikan *ibadah* sebagai "segala sesuatu yang dicintai dan diridhai Allah, baik perkataan maupun perbuatan lahir dan batin." Maka aktivitas ekonomi termasuk ibadah jika memenuhi syarat tersebut.

(b) Allah Berhak Mengatur dengan Hukum-Nya. Allah berfirman*, "Hukum itu hanyalah milik Allah." (QS. Yūsuf [12]: 40)* dan dalam ayat lain Dia berfirman*, "Apakah hukum*

jahiliah yang mereka kehendaki?" (QS. al-Mā'idah [5]: 50). Dalam ekonomi, ini berarti aturan Allah tentang larangan *riba, gharar, maysir*, dan *tadlīs* wajib ditaati. Muḥammad ibn 'Abd al-Wahhāb menegaskan bahwa menerima hukum selain hukum Allah sebagai otoritas mutlak termasuk penyimpangan tauhid uluhiyyah.

3) Prinsip Tauhid Asma' wa sifat

Allah memiliki nama dan sifat *al-Raqīb* (Maha Mengawasi). Allah berfirman, *"*Sesungguhnya *Allah Maha Mengawasi kamu."* (QS. al-Nisā' [4]: 1) Dengan memahami bahwa Allah memiliki nama dan sifat *al-Raqīb* seorang pembisnis akan merasa diawasi oleh Alloh yang akan melahirkan integritas dalam bisnisnya*.* Jika pelaku bisnis mentauhidkan Allah dalam *rububiyyah*-Nya, maka akan melahirkan kesadaran kepemilikan harta bersifat relatif dan memiliki *tawakkal* yang kuat. Begitu pula apabila pembisnis mentauhidkan Allah dalam *uluhiyyah*-Nya, maka dia akan jadikan bisnisnya sebagai perwujudan ibadah dan melahirkan ketundukan kepada hukum Allah. Dan Jika dia mentauhidkan Allah dengan *Asmā' wa ṣifāt*-Nya akan membentuk karakter profesional dan berintegritas. Etos kerja Islām bukan sekadar produktivitas, tetapi integrasi antara iman, hukum, dan moralitas.

4) Prinsip Khalīfah dan Amānah dalam Pengelolaan Harta

إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً

Allah berfirman*, "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan khalifah di bumi."* (QS. al-Baqarah [2]: 30 dalam ayat yang lain Allah berfirman, *"Infakkanlah sebagian dari harta yang Dia jadikan kamu sebagai khalifah atasnya."* (QS. al-Ḥadīd [57]: 7) Nabi Muhammad SAW bersabda *"Setiap kalian adalah pemimpin dan setiap kalian akan dimintai pertanggungjawaban atas kepemimpinannya*."(Al-Bukhārī, 1993)(Muslim, n.d.). Terkait dengan amanah Allah berfirman, "*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak."* (QS. al-Nisā' [4]: 58)

(Ibn Taymiyyah, 2005) dalam *Majmū' al-Fatāwā*, beliau menjelaskan bahwa manusia adalah hamba Allah dalam menegakkan keadilan dan kemaslahatan. Harta adalah amanah yang wajib digunakan sesuai hukum Allah. (Al-Jawziyyah, 1973) dalam *I'lām al-Muwaqqi'īn*, ia menegaskan bahwa seluruh syariat dibangun atas keadilan dan kemaslahatan; pengelolaan harta harus mencerminkan *maqāṣid al-syarī'ah*. (Ibn Abd al-Wahhab, 2019) dalam *Kitāb al-Tawḥīd*, beliau menekankan bahwa penyalahgunaan harta hingga melanggar hukum Allah menunjukkan kelemahan tauhid. Implikasinya terhadap ekonomi adalah kepemilikan bersifat relatif, bisnis adalah mandat moral, dan penyimpangan (korupsi, riba, manipulasi) adalah pengkhianatan amanah.

5) Konsep *Hisāb* dan *Mas'ūliyyah* (Pertanggungjawaban)

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

Allah berfirman*, "Barang* siapa *mengerjakan kebaikan seberat zarrah, niscaya ia akan melihat balasannya*." (QS. al-Zalzalah [99]: 7–8) Rasulullah SAW bersabda, *"Tidak akan* bergeser *kaki seorang hamba pada hari kiamat hingga ditanya tentang hartanya: dari mana diperoleh dan untuk apa dibelanjakan."* (At-Tirmidhi, n.d.). (I. al-Q. al-Jawziyyah, 2016) menjelaskan dalam *al-Jawāb al-Kāfī* bahwa kesadaran *hisab* menumbuhkan muraqabah (merasa *diawasi* Allah). Ibn Taymiyyah menekankan bahwa pasar adalah tempat ujian amanah dan keadilan.

b. Nilai-Nilai Akidah sebagai Pelaku Ekonomi

1) *Tauhid* (orientasi Ilahi), *Muraqabah* (kesadaran pengawasan Allah), dan *Ikhlas* (niat ibadah)

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Allah berfirman, "*Katakanlah (Nabi Muhammad), sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku, dan* matiku *hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam*." (Q.S. al-An'ām [6]: 162). Ibn Taymiyyah menyampaikan Ibadah mencakup seluruh aktivitas yang dicintai dan diridhai Allah, baik

perkataan maupun perbuatan yang nampak atau tersembunyi. Diantara bentuknya yaitu termasuk *mu'āmalah*.

2) *Ikhtiar*, *Tawakkal*, dan *Do'a* dalam Bisnis

فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ

Allah berfirman, *"Berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah dari rezeki-Nya."* (QS. al-Mulk [67]: 15) dan terkait tawakal Allah berfirman, *"Apabila engkau telah bertekad, maka bertawakkallah kepada Allah."* (QS. Āli 'Imrān [3]: 159). Tawakkal menurut Ibn al-Qayyim adalah perpaduan antara usaha maksimal dan ketergantungan hati kepada Allah.

3) *Rajā'* (Harap) dan *Khauf* (Cemas)

يَدْعُونَ رَبَّهُمْ خَوْفًا وَطَمَعًا

Allah berfirman dalam al – Qur'an tentang harap dan cemas, "*Mereka berdoa kepada Tuhan mereka dengan rasa takut dan harap*." (QS. al-Sajdah [32]: 16)

Implikasinya dalam bisnis, *Rajā'* adalah berharap keberkahan dan keuntungan halal. Khauf merupakan takut terhadap hisab dan azab atas praktik zalim. Ibn al-Qayyim (I. Q. al-Jawziyyah, 2019) dalam *Madārij al-Sālikīn* menyatakan keseimbangan *khauf* dan *rajā'* adalah inti keimanan.

4) Prioritas Ibadah dalam Bisnis

رِجَالٌ لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ

"*Laki*-laki *yang tidak dilalaikan oleh perdagangan dari mengingat Allah*." (QS. al-Nūr [24]: 37) Ayat ini menjadi *prinsip* bahwa bisnis tidak boleh mengalahkan kewajiban ibadah.

6. Definisi Akhlak

Secara etimologi, Akhlak adalah bentuk jamak dari *khuluq*. *Khuluq* adalah nama bagi perangai (*sajiyyah*) dan tabiat manusia yang telah diciptakan atasnya.

(Ibn Manzur, 1994) berkata: "*Al-Khuluq* (dengan dammah pada huruf *lam* atau sukun) adalah agama, tabiat, dan perangai. Hakikatnya adalah bahwa gambaran batin manusia—yaitu jiwanya, sifat-sifatnya, serta makna-makna yang khusus padanya—memiliki kedudukan yang sama dengan *khalq* (penciptaan) bagi gambaran lahiriahnya, sifat-sifatnya, serta makna-maknanya." Penulis kitab *Al-Qamus* (Al-Fairuzabadi, 2005) mengatakan: "*Al-Khuluq* (dengan dammah atau dua dammah) adalah perangai, tabiat, kehormatan diri (*muru'ah*), dan agama."

(Al-Ashfahani, 1992)berkata: "*Al-Khalq* dan *al-Khuluq* pada asalnya adalah satu (secara akar kata), seperti *asy-syarb* dan *asy-syurb*. Akan tetapi, kata *al-khalq* dikhususkan untuk bentuk, *rupa*, dan gambaran yang ditangkap oleh penglihatan mata (*bashar*), sedangkan *al-khuluq* dikhususkan untuk kekuatan dan perangai yang ditangkap oleh mata hati (*bashirah*)."

Secara terminologi, (Al-Jurjani, 1985) mendefinisikan *akhlak* Adalah, "Kondisi (keadaan) bagi jiwa yang tertanam kuat (*rasikhah*), kemudian lahir perbuatan-perbuatan dengan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Jika yang lahir darinya adalah perbuatan-perbuatan baik, maka kondisi tersebut dinamakan akhlak yang baik. Namun, jika yang lahir darinya adalah perbuatan-perbuatan buruk, maka kondisi yang menjadi sumber perbuatan itu dinamakan akhlak yang buruk."

Ibnu Miskawaih (Ibnu Miskawaih, 2011)dalam *Tahdzib al-Akhlaq* menyebutkan: "Akhlak adalah keadaan jiwa yang *mendorongnya* untuk melakukan perbuatan-perbuatan tanpa (perlu) pemikiran dan pertimbangan. Keadaan ini terbagi menjadi dua bagian:

(a) Bagian alami (*fitrah*)

Berasal dari watak dasar, seperti orang yang mudah tergerak oleh hal sepele menuju kemarahan dan emosi, atau orang yang pengecut karena hal ringan, atau orang yang kaget karena suara kecil, atau orang yang tertawa berlebihan karena hal kecil yang ia sukai, atau orang yang berduka karena hal sepele yang menimpanya.

(b) Bagian yang diperoleh (*mustafad*)

Melalui kebiasaan dan latihan (*training*). Terkadang permulaannya dilakukan dengan pertimbangan dan pemikiran, kemudian dilakukan secara terus-menerus tahap demi tahap

hingga akhirnya menjadi karakter (*malakah*) dan akhlak."

(Al-Jahiz, 1989) berpendapat bahwa: "Akhlak adalah keadaan jiwa yang dengannya manusia melakukan perbuatan-perbuatannya tanpa pertimbangan dan pilihan. Akhlak terkadang merupakan insting dan tabiat pada sebagian orang, dan pada sebagian lainnya tidak terjadi kecuali dengan olah jiwa (*riyadhah*) dan kesungguhan (*ijtihad*). Seperti sifat dermawan yang banyak ditemukan pada manusia tanpa perlu latihan, demikian pula keberanian, kesantunan (*hilm*), kesucian diri (*iffah*), keadilan, dan akhlak terpuji lainnya."

Tabel 2. Jenis Akhlaq

Jenis Akhlak	Pengertian	Contoh
Akhlak Mahmudah /Hasanah Jamilah/ /Karimah	Perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dan membawa kebaikan bagi diri sendiri maupun orang lain.	Pemaaf, penyantun, dermawan, sabar, kasih sayang (*rahmah*), lemah lembut, jujur, amanah.
Akhlak Sayyi'ah /Qabihah/Madzmumah)	Perilaku yang bertentangan dengan ajaran Islam dan berdampak buruk bagi diri sendiri maupun orang lain.	Pendendam, kikir, suka mengeluh, keras hati, pemarah, sombong, iri, dengki.

7. Akhlak Islam dalam berbisnis

Akhlak Rasulullah SAW sebagai Pelaku Ekonomi terlihat sebelum kenabian, Rasulullah ﷺ dikenal sebagai pedagang yang jujur dan terpercaya (*al-Amīn*).

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Pedagang *yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang sangat benar, dan para syuhada*." (HR. al-Tirmiżī)

Sesungguhnya engkau (Muhammad) benar-benar memiliki akhlak yang agung." (QS. al-Qalam [68]: 4) Ibn al-Qayyim (I. al-Q. al-Jawziyyah, 2005) dalam *Zād al-Ma'ād* menjelaskan bahwa mu'āmalah Nabi penuh kejujuran, keadilan, dan empati. Nabi Muhammad SAW telah menunjukkan jiwa kewirausahaan sejak usia muda. Sekitar usia *12* tahun, beliau ikut bersama pamannya, Abu Thalib, melakukan perjalanan dagang dari Makkah menuju Syam (Suriah), sehingga sejak dini telah mengenal aktivitas perdagangan dan dinamika pasar. Pengalaman tersebut terus berkembang hingga pada usia 17 tahun beliau menjadi pedagang mandiri yang menjalin kemitraan dengan Khadijah sebagai pemilik modal (*shahib al-māl*).

Kemudian, pada usia 25 tahun, Nabi Muhammad SAW menikahi Khadijah, sementara aktivitas perdagangan beliau tetap berlangsung dan semakin berkembang. Berkat integritas dan *profesionalismenya*, beliau dikenal sebagai saudagar yang sukses hingga ke berbagai wilayah, seperti Yaman, Suriah, Yordania, Bahrain, dan Irak. Keberhasilan bisnis Nabi Muhammad SAW didasarkan pada penerapan nilai-nilai etika yang menjadi faktor utama kesuksesan, yaitu *al-shiddīq* (jujur dan benar), *al-amānah* (dapat dipercaya), *al-tablīgh* (komunikatif dan transparan), serta *al-faṭānah* (cerdas dan profesional).

c. Nilai – nilai akhlak perilaku ekonomi

1) *Ṣidq* (Kejujuran) dalam Representasi Produk

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Allah berfirman dalam al – Qur'an tentang urgensi jujur, *"Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan jadilah bersama orang-orang yang jujur."* (QS. al-*Tawbah* [9]: 119) Rasulullah SAW Bersabda *Penjual dan pembeli memiliki hak khiyar selama belum berpisah; jika keduanya jujur dan menjelaskan (kondisi barang), maka diberkahi jual belinya*. (HR. al-Bukhārī No. 1973 dan Muslim)(Al-Bukhārī, 1993)(Muslim, n.d.) Hadits ini menegaskan bahwa keberkahan pasar bergantung pada kejujuran.(Ibn Ḥajar al-'Asqalānī, 1986)

2) *Amānah* (Integritas) dalam Kontrak

Allah berfirman dalam al – Qur'an supaya manusia senantiasa menjaga amanah, *"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaklah kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat."* (QS. al-Nisā' [4]: 58) Ibn al-Qayyim (Al-Jawziyyah, 1973) menyampaikan pelanggaran kontrak adalah bentuk pengkhianatan yang merusak *maqāṣid al-syarī'ah*.

3) *Tablīgh* (Transparansi Informasi)

Uqbah bin Amir radhiyallahu 'anhu, beliau mendengar Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda, *Seorang muslim adalah saudara bagi muslim yang lain, tidak halal bagi seorang muslim untuk menjual barang yang ada cacatnya kepada temannya, kecuali jika dia jelaskan.* (HR. Ibn Majah No. 2246)(Ibn Majah, n.d.). *Transparansi* merupakan bentuk amanah dan kejujuran dalam berniaga. Hendaknya setiap pelaku *ekonomi* untuk melakukan *tabligh* (transparansi informasi) dengan jelas dan baik.

4) *Faṭānah* (Profesionalisme & Kompetensi)

Islam menjunjung tinggi *profesionalisme* yang tercermin dari kualitas dan inovasi. Nabi *Muhammad* SAW bersabda,

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتْقِنَهُ

Sesungguhnya Allah mencintai jika salah seorang dari kalian melakukan pekerjaan, ia menyempurnakannya. (HR. al-Bayhaqī No. 4931)(Al-Bayhaqi, 2003) hadits ini menyampaikan bahawa *itqān* (ketekunan profesional) bagian dari *ihsan*.

5) *'Adālah* (Keadilan) dalam Harga & Distribusi

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالإِحْسَانِ

"*Sesungguhnya* Allah menyuruh (kamu) berlaku adil, berbuat kebajikan,.." (Q.S. al-Naḥl [16]: *90*) (Ibn Taymiyyah, 2005) dalam pembahasan *hisbah* melarang manipulasi harga (*iḥtikār*) dan menekankan untuk berbuat adil dalam bisnis.

6) *Iḥsān* (Pelayanan Terbaik)

Nabi Muhammad SAW bersabda, *"Sesungguhnya Allah mewajibkan ihsan dalam segala sesuatu. Apabila kalian membunuh maka lakukanlah dengan cara yang baik, dan apabila kalian menyembelih maka lakukanlah dengan cara yang baik. Hendaklah salah seorang di antara kalian menajamkan pisaunya dan memberikan kenyamanan kepada hewan sembelihannya."* (HR. Muslim No. 1955).(Muslim, n.d.)

Hadis ini menunjukkan bahwa *iḥsān* merupakan prinsip universal dalam seluruh aktivitas manusia, termasuk kegiatan ekonomi dan bisnis. Menurut Imam al-Nawawī, hadis ini *menjadi* dasar bahwa setiap pekerjaan harus dilakukan secara profesional, penuh tanggung jawab, dan dengan cara terbaik karena Islam memerintahkan *iḥsān* dalam seluruh aspek kehidupan, bukan hanya dalam ibadah *mahdah* (Al-Nawawī, 1996). Dengan demikian, iḥsān adalah puncak akhlak seorang Muslim yang melahirkan etos kerja profesional (*itqān al-'amal*), sehingga setiap transaksi dilakukan dengan kejujuran, kasih sayang, dan orientasi mencari rida Allah, bukan sekadar keuntungan materi.

7) Larangan Riba

Allah berfirman menjelaskan tentang haramnya berbuat riba, *"Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."* (Q.S. al-Baqarah [2]: 275)

Ayat ini menegaskan adanya perbedaan mendasar antara jual beli yang halal dan praktik riba yang diharamkan. (Ibn Kaśīr, 2002) menjelaskan bahwa keuntungan dalam jual beli diperoleh melalui pertukaran manfaat yang sah atas dasar kerelaan para pihak, sedangkan riba menghasilkan tambahan harta tanpa adanya pertukaran yang adil sehingga mengandung unsur kezaliman. Oleh karena itu**,** riba merusak nilai kasih sayang, solidaritas sosial, dan distribusi kekayaan yang sehat sehingga syariat menutup seluruh jalan yang dapat mengantarkan kepada praktik ribawi demi menjaga kemaslahatan masyarakat.

8) Larangan *Gharar*

"Rasulullah ﷺ melarang *jual beli al-ḥaṣāh dan jual beli yang mengandung gharar."* (HR. Muslim No. 1513)(Muslim, n.d.)

Larangan gharar bertujuan menjaga transparansi dan keadilan dalam setiap akad. (Al-Nawawī, 1996) menjelaskan bahwa *gharar* adalah setiap bentuk transaksi yang mengandung ketidakjelasan mengenai objek, harga, kuantitas, kualitas, atau kemampuan menyerahkan barang sehingga berpotensi menimbulkan perselisihan dan merugikan salah satu pihak (al-Nawawī, 1996). Hal ini menjelaskan bahwa syariat melarang gharar karena membuka peluang terjadinya penipuan dan ketidakadilan dalam transaksi. Menurut beliau, seluruh akad muamalah harus dibangun atas dasar kejelasan (*bayān*), kerelaan (*tarāḍī*), dan kepastian hak serta kewajiban masing-masing pihak. (Ibn Taymiyyah, 2005)

9) Larangan *Maysir* (Perjudian)

Allah berfirman tentang haramnya praktik maysir (perjudian), *"Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkurban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan* anak *panah adalah perbuatan keji termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu beruntung."* (Q.S. al-Mā'idah [5]: 90).

Menurut (Ibn Kaśīr, 2002) dalam *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm*, ayat ini merupakan dalil yang sangat tegas tentang keharaman maysir. Allah menyandingkan perjudian dengan khamar, penyembahan berhala, dan praktik mengundi nasib karena semuanya merupakan sarana yang menimbulkan kerusakan agama dan kehidupan sosial. Ibn Kaśīr menjelaskan bahwa perjudian menyebabkan permusuhan, kebencian, hilangnya harta, serta melalaikan manusia dari mengingat Allah dan menunaikan salat. Oleh karena itu, Islam menutup seluruh jalan yang mengandung unsur perjudian dan spekulasi agar harta diperoleh melalui usaha yang halal, produktif, dan membawa keberkahan.

10) Larangan *Tadlīs* (Penipuan)

Nabi Muhammad SAW bersabda, *"Barang* siapa *menipu kami, maka ia bukan termasuk golongan kami."* (HR. Muslim No. 101).(Muslim, n.d.)

Hadis ini menunjukkan haramnya seluruh bentuk penipuan dalam *muamalah*, baik dengan menyembunyikan cacat barang, mengurangi kualitas, memalsukan informasi, maupun memanipulasi timbangan dan harga. Ungkapan *"bukan golongan kami"* merupakan bentuk ancaman keras yang menunjukkan bahwa penipuan bertentangan dengan akhlak Rasulullah ﷺ dan prinsip kejujuran yang menjadi fondasi transaksi dalam Islam. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha wajib bersikap jujur, amanah, dan transparan agar tercipta keadilan serta kepercayaan dalam aktivitas ekonomi

11) *Syujā'ah* (Keberanian Mengambil Risiko yang Halal)

Allah berfirman dalam al – Qur'an, *"Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku* lemah *lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila engkau telah* membulatkan *tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang-orang yang bertawakal*." (Q.S. Āli 'Imrān [3]: 159).

(I. Q. al-Jawziyyah, 2019) menjelaskan dalam *Madārij al-Sālikīn* bahwa tawakal merupakan bentuk penyandaran hati sepenuhnya kepada Allah setelah seseorang melakukan ikhtiar yang maksimal. Tawakal bukan berarti meninggalkan sebab-sebab duniawi, tetapi menggabungkan usaha, perencanaan, musyawarah, dan keberanian mengambil keputusan dengan keyakinan bahwa seluruh hasil berada di bawah ketentuan Allah Swt. Dalam konteks bisnis, seorang Muslim dituntut memiliki keberanian untuk berinovasi, mengembangkan usaha, dan menghadapi risiko yang halal tanpa terjerumus ke dalam spekulasi (*maysir*) ataupun transaksi yang dilarang syariat. Sikap demikian mencerminkan keseimbangan antara profesionalisme, ikhtiar, dan ketakwaan kepada Allah.

12) *Raḥmah* (Kasih Sayang kepada Pembeli dan Mitra Bisnis)

Nabi Muhammad SAW bersabda, *"Semoga Allah merahmati seseorang yang bersikap mudah*

(lapang dan ramah) ketika menjual, ketika membeli, dan ketika menagih haknya." (HR. al-Bukhārī No. 2076).(Al-Bukhārī, 1993)

Menurut (Ibn Ḥajar al-'Asqalānī, 1986) dalam *Fatḥ al-Bārī*, hadis ini menunjukkan bahwa sikap *samāḥah* (lapang dada, mudah, santun, dan tidak mempersulit) merupakan akhlak mulia yang sangat dianjurkan dalam seluruh aktivitas muamalah. Seorang pedagang tidak boleh bersikap kasar, mempersulit konsumen, atau mengambil keuntungan dengan cara yang menzalimi pihak lain. Sebaliknya, Islam mendorong pelaku usaha untuk membangun hubungan bisnis yang dilandasi kasih sayang, toleransi, kemudahan, dan saling menguntungkan. Sikap tersebut akan mendatangkan keberkahan dalam harta sekaligus menjadi sebab turunnya rahmat Allah kepada pelaku usaha.

13) *Zakat*, Infak, dan Sedekah sebagai Penyuci Harta

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Allah berfirman tentang wajibnya untuk membayar zakat dalam setiap hasil bisnism *"Dan dirikanlah* salat*, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk.*" (Q.S. al-Baqarah [2]: 43). Juga terdapat ayat yang lain dalam al – Qur'an, "*Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu engkau membersihkan dan* menyucikan *mereka."* (Q.S. al-Taubah [9]: 103).

(Ibn Kaśīr, 2002) menjelaskan bahwa zakat merupakan kewajiban yang memiliki dimensi ibadah sekaligus sosial. Zakat berfungsi menyucikan jiwa dari sifat kikir, membersihkan harta dari hak orang lain, serta menjadi sarana pemerataan kesejahteraan di tengah masyarakat. Menurut beliau, Allah mengiringkan perintah salat dengan zakat di banyak ayat sebagai isyarat bahwa kesalehan spiritual harus diwujudkan pula dalam kesalehan sosial. Dalam konteks ekonomi Islam, zakat, infak, dan sedekah menjadi instrumen distribusi kekayaan yang mampu memperkuat solidaritas sosial, mengurangi kesenjangan ekonomi, serta mewujudkan kemaslahatan umum sesuai dengan tujuan syariat.

14) *Larangan* Berlaku Curang dalam Timbangan dan Takaran

Allah berfirman tentang larangan berbuat curang dalam bisnis, "*Celakalah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, tetapi apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi*." (Q.S. al-Muṭaffifīn [83]: 1–3).

Menurut (Ibn Kaśīr, 2002), surah al-Muṭaffifīn merupakan peringatan keras terhadap setiap bentuk kecurangan dalam aktivitas ekonomi. Kecurangan tidak terbatas pada pengurangan timbangan dan takaran, tetapi mencakup seluruh bentuk pengurangan hak orang lain, *seperti* manipulasi kualitas barang, pemalsuan informasi, mark-up yang zalim, hingga penyalahgunaan amanah dalam transaksi. Ibn Kaśīr menjelaskan bahwa ancaman "wail" menunjukkan beratnya dosa orang yang memperoleh keuntungan dengan merugikan pihak lain. Oleh sebab itu, Islam mewajibkan setiap pelaku usaha menegakkan kejujuran, keadilan, dan transparansi sebagai bentuk implementasi akhlak Islami dalam perdagangan.

Tabel 3. Ringkasan Nilai-Nilai Akhlak dalam Perilaku Ekonomi Islam

Aspek	Nilai/Prinsip	Implementasi dalam Bisnis	Tujuan
Etika Personal	*Ṣidq* (Kejujuran)	Menyampaikan kondisi barang dan informasi secara benar	Membangun kepercayaan dan keberkahan transaksi
	Amānah (Integritas)	Menunaikan hak dan kewajiban serta memenuhi kontrak	Menjaga kredibilitas pelaku usaha
	Tablīgh (Transparansi)	Memberikan informasi produk secara terbuka	Mencegah penipuan dan sengketa
	Faṭānah (Profesionalisme)	Bekerja secara kompeten, inovatif, dan berkualitas	Meningkatkan kualitas produk dan layanan

	'Adālah (Keadilan)	Menetapkan harga dan distribusi secara adil	Mewujudkan keseimbangan dan keadilan ekonomi
	Iḥsān (Pelayanan Terbaik)	Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan	Meningkatkan kepuasan dan keberkahan usaha
	Raḥmah (Kasih Sayang)	Bersikap ramah, toleran, dan tidak mempersulit mitra	Membangun hubungan bisnis yang harmonis
Larangan Syariah	*Riba*	Menghindari tambahan yang batil dalam transaksi	Menjaga keadilan ekonomi
	Gharar	Menghindari ketidakjelasan objek dan akad	Memberikan kepastian hukum transaksi
	Maysir	Menghindari perjudian dan spekulasi	Melindungi harta dari praktik yang merugikan
	Tadlīs	Tidak menyembunyikan cacat atau memalsukan informasi	Menjaga kejujuran dalam muamalah
	Kecurangan Timbangan	Menimbang dan mengukur secara benar	Melindungi hak konsumen dan produsen
Tanggung Jawab Sosial	Zakat, Infak, dan Sedekah	Menyalurkan sebagian harta untuk kemaslahatan umat	Mewujudkan pemerataan kesejahteraan dan penyucian harta

8. Implementasi Akidah dan Akhlak dalam berbisnis

a. Relasi Iman, Syariah dan Muamalah

Relasi iman, syariah, dan muamalah sebagai tiga pilar utama dalam sistem ekonomi Islam. Ketiganya bukan unsur yang berdiri sendiri, tetapi merupakan satu kesatuan yang saling melengkapi. Iman menjadi fondasi, syariah menjadi pedoman, dan muamalah menjadi implementasi nyata dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Dengan demikian, hal ini bertujuan untuk mewujudkan sistem ekonomi yang adil, bermoral, dan berorientasi pada kemaslahatan dunia serta akhirat

Menurut Imam Abū Isḥāq al-Syāṭibī (w. 790 H), ketiga aspek tersebut diarahkan untuk mewujudkan *maqāṣid al-syarī'ah*, yaitu menjaga agama (*ḥifẓ al-dīn*), jiwa (*ḥifẓ al-nafs*), akal (*ḥifẓ al-'aql*), keturunan (*ḥifẓ al-nasl*), dan harta (*ḥifẓ al-māl*).

Iman merupakan dasar dari seluruh aktivitas seorang muslim, termasuk aktivitas ekonomi. Iman menanamkan keyakinan bahwa Allah SWT adalah Pemilik seluruh alam semesta dan manusia hanyalah khalifah yang diberi amanah untuk mengelola harta sesuai dengan ketentuan-Nya. Karena itu, kegiatan ekonomi bukan sekadar mencari keuntungan, tetapi juga merupakan bagian dari ibadah dan bentuk pertanggungjawaban kepada Allah SWT.

Iman membentuk orientasi spiritual sehingga pelaku ekonomi: bekerja karena Allah SWT, menyadari bahwa rezeki berasal dari Allah, menghindari korupsi, suap, penipuan, dan riba, dan menjadikan bisnis sebagai sarana memperoleh keberkahan, bukan sekadar keuntungan. Tanpa orientasi ini, ekonomi menjadi sekuler dan oportunistik." Artinya, apabila iman tidak menjadi dasar aktivitas ekonomi, maka bisnis hanya berorientasi pada keuntungan materi. Akibatnya, nilai moral mudah diabaikan dan berbagai penyimpangan dapat terjadi.

Syariah merupakan seperangkat aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan Allah maupun dengan sesama manusia. Dalam bidang ekonomi, syariah menjadi pedoman agar seluruh transaksi berlangsung secara halal, adil, transparan, dan bebas dari praktik yang diharamkan. Syariah berfungsi sebagai batas normatif, yaitu menentukan mana yang halal dan mana yang haram. Tanpa batasan ini, ekonomi kehilangan batas moral (*halal/haram*)."

Artinya, syariah berfungsi sebagai pagar moral agar aktivitas ekonomi tetap berada dalam koridor yang diridhai Allah SWT.

Implementasi dalam Ekonomi Syariah menjadi pedoman dalam akad dan kontrak bisnis, transaksi jual beli, sistem keuangan syariah, pengelolaan zakat, infak, sedekah, dan wakaf, serta larangan *riba, gharar, maysir, risywah*, dan penipuan. *Muamalah* adalah seluruh aktivitas hubungan antar-manusia yang berkaitan dengan aspek sosial dan ekonomi, seperti perdagangan, investasi, kerja sama usaha, produksi, distribusi, konsumsi, dan pelayanan. Muamalah merupakan bentuk nyata dari implementasi iman dan syariah.

Implementasi dalam Ekonomi Muamalah diwujudkan dalam perdagangan yang jujur, *distribusi* yang adil, perlindungan konsumen, investasi halal, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan pelayanan yang mengedepankan nilai *iḥsān*. Jika tidak ada implementasi ini, iman dan syariah tidak terwujud dalam realitas sosial." Artinya, iman dan syariah tidak cukup hanya diyakini dan dipahami, tetapi harus diwujudkan dalam praktik nyata melalui aktivitas ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Tabel 4. Tiga Pilar

Pilar	Fungsi	Dampak jika tidak ada
Iman (Akidah/Tauhid)	Menjadi fondasi spiritual dan membentuk niat serta orientasi ibadah dalam aktivitas ekonomi.	Ekonomi menjadi sekuler, materialistis, dan oportunistik.
Syariah (Hukum & Regulasi)	Memberikan pedoman hukum dan batasan halal-haram dalam seluruh aktivitas ekonomi.	Transaksi kehilangan batas moral sehingga mudah terjadi riba, penipuan, dan ketidakadilan.
Muamalah (Praktik Sosial-Ekonomi)	Mewujudkan nilai iman dan syariah dalam kehidupan sosial dan aktivitas bisnis sehari-hari.	Nilai-nilai Islam hanya menjadi konsep dan tidak memberi manfaat nyata bagi masyarakat.

b. Implementasi Akidah dan Akhlak dalam bisnis *corporate governance*

1) Tauhid dan Kepemimpinan

Tauhid merupakan fondasi utama dalam tata kelola perusahaan Islami. Seluruh aktivitas bisnis dipandang sebagai ibadah kepada Allah SWT sehingga kepemimpinan dijalankan berdasarkan amanah, keadilan, dan tanggung jawab. Allah berfirman, *"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaklah kamu menetapkannya dengan adil*." (QS. An-Nisā' [4]: 58). Rasulullah SAW bersabda, *"Setiap kalian adalah pemimpin dan setiap kalian akan dimintai pertanggungjawaban atas kepemimpinannya."* (HR. al-Bukhārī dan Muslim)

Implementasi akidah dalam bisnis *corporate governance* berupa: pemimpin bisnis yang amanah, adil dalam mengambil setiap keputusan, jujur dengan menghindari korupsi, suap, dan manipulasi serta perusahaan memiliki visi perusahaan yang mendatangkan maslahat, bukan sekedar mendapatkan keuntungan.

Model kepemimpinan berbasis *akhlak nabawiyyah* adalah menjadi pemimpin yang bisa menjadi suri tauladan dalam berbagai bidang *"Sungguh, pada diri Rasulullah terdapat suri teladan yang baik bagimu."* (QS. Al-Aḥzāb [33]: 21). Implementasi akhlak dalam bisnis *corporate governance* berupa: pemimpin memiliki sifat STAF (*ṣiddīq*, *tablīgh*, *amānah,* dan *faṭānah*, mengutamakan musyawarah dalam setiap langkah, mengambil keputusan berdasarkan nilai syariat, dan menjadikan kesejahteraan masyarakat sebagai tujuan perusahaan.

2) Internalisasi Budaya Perusahaan

Nilai Islam tidak cukup dipahami oleh pemimpin, tetapi harus menjadi budaya organisasi dalam perusahaan sehingga seluruh pegawai bekerja dengan kejujuran, profesionalisme, disiplin, dan tanggung jawab. Allah berfirman, *"Dan* tolong-*menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah sangat berat siksa-Nya."* (QS. Al-Mā'idah

[5]: 2) Dalam ayat lain Allah berfirman, *"Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur, seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kukuh."* (QS. Aṣ-Ṣaff [61]: 4)

Implementasi *akidah* dalam internalisasi budaya perusahaan yaitu: SOP perusahaan berlandaskan etika Islam, budaya saling menghormati, pembinaan karakter Islami di lingkungan perusahaan, dan musyawarah dalam penyelesaian masalah. Implementasi *akhlak* terhadap internalisasi budaya perusahaan adalah memiliki etos kerja yang tinggi dengan orientasi mengejar akhirat yaitu meluruskan niat dalam bekerja untuk ibadah dan memiliki KPI *Key Performance Indicator* (Indikator Kinerja Utama) berbasis *itqān* (profesional), memberikan penghargaan bagi pegawai yang jujur, dan melakukan evaluasi berdasarkan kualitas kerja dan akhlak. Nabi Muhammad SAW bersabda, *Sesungguhnya* Allah *mencintai seseorang yang apabila melakukan suatu pekerjaan, ia melakukannya dengan itqān (sempurna/profesional).* (HR. al-Baihaqī)

3) Ihsan dalam pelayanan

Iḥsān berarti memberikan pelayanan terbaik dengan kesadaran bahwa Allah selalu mengawasi seluruh aktivitas manusia. Allah berfirman, *"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan (ihsan), memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran."* (QS. An-Naḥl [16]: 90)

أَنْ تَعْبُدَ اللَّهَ كَأَنَّكَ تَرَاهُ فَإِنْ لَمْ تَكُنْ تَرَاهُ فَإِنَّهُ يَرَاكَ

"Engkau beribadah kepada Allah seakan-akan engkau melihat-Nya. Jika engkau tidak melihat-Nya, maka sesungguhnya *Dia melihatmu."* (HR. Muslim)

Implementasi akidah dalam perusahaan dengan ihsan berupa: memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, melayani dengan ramah, cepat, dan profesional, menjaga kualitas produk dan jasa, serta tidak melakukan penipuan. Implementasi akhlak dalam perusahaan dengan ihsan dalam pelayanan yaitu: melakukan distribusi adil, membuat harga tanpa ada kezaliman dan wajar tanpa eksploitasi, melakukan perlindungan konsumen, transparansi informasi produk dengan baik tanpa penipuan, menjamin mutu barang sesuai spesifikasi, menyediakan layanan pengaduan dan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen, dan menghindari praktik *iḥtikār* (penimbunan), *gharar* (ketidakjelasan), dan *tadlīs* (penipuan). Allah berfirman, *"Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil."* (QS. Al-An'ām [6]: 152)

Model *Corporate Governance* Islami pada gambar menunjukkan suatu hierarki nilai yang dimulai dari tauhid dan kepemimpinan sebagai fondasi, dilanjutkan dengan internalisasi budaya perusahaan, dan diwujudkan dalam ihsan dalam pelayanan. Setiap lapisan memiliki landasan yang kuat dalam *Al-Qur'an* dan *As-Sunnah*. Dengan demikian, tata kelola perusahaan tidak hanya mengejar profit, tetapi juga amanah, keadilan (*'adl*), profesionalisme (*itqān*), dan kemaslahatan (*maṣlaḥah*) sehingga menghasilkan keberkahan bagi perusahaan, pemangku kepentingan, dan masyarakat luas.

c. Revitalisasi Bisnis Modern berbasis Akidah dan Akhlak

Revitalisasi bisnis modern berbasis tauhid adalah upaya membangun sistem bisnis yang menjadikan tauhid sebagai landasan berpikir, bersikap, dan bertindak dalam seluruh aktivitas ekonomi. Tauhid mengajarkan bahwa seluruh harta, ilmu, teknologi, dan kekuasaan merupakan amanah dari Allah SWT sehingga harus dimanfaatkan untuk kemaslahatan manusia.

"Katakanlah, sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam."(QS. Al-An'ām [6]: 162) Ayat ini menegaskan bahwa seluruh aktivitas kehidupan, termasuk kegiatan bisnis, harus diniatkan sebagai ibadah kepada Allah SWT.

1) *Tablīg* Digital

Tablīg berarti menyampaikan kebenaran secara jujur, terbuka, dan bertanggung jawab.

Dalam bisnis *digital*, prinsip *tablīg* diwujudkan melalui penyampaian informasi yang transparan kepada konsumen, tanpa manipulasi data maupun iklan yang menyesatkan. Pada era digital, perusahaan memanfaatkan algoritma, kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), dan media sosial untuk memasarkan produk. Islam mengajarkan bahwa teknologi tersebut harus digunakan secara etis sehingga konsumen memperoleh informasi yang benar sebelum mengambil keputusan.

"Wahai orang-*orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan jadilah bersama orang-orang yang benar."* (QS. At-Taubah [9]: 119)

Implementasi *tablīg* digital dalam bisnis modern yaitu: informasi produk disampaikan *secara* lengkap dan jujur, algoritma pemasaran tidak memanipulasi konsumen, ulasan (*review*) pelanggan ditampilkan secara objektif, dan tidak menggunakan berita palsu (*fake review*) atau promosi yang menyesatkan.

2) *Amānah* Big Data

Perkembangan teknologi digital menyebabkan perusahaan mengumpulkan data pelanggan dalam jumlah besar (*Big Data*). Dalam perspektif Islam, data tersebut merupakan amanah yang wajib dijaga kerahasiaannya dan tidak boleh dimanfaatkan untuk merugikan pemiliknya.

"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya." (QS. An-Nisā' [4]: 58)

Implementasi Amanah Big Data dalam bisnis modern yaitu: melindungi privasi pelanggan, menjaga keamanan data konsumen, tidak menjual data pribadi tanpa izin dan tidak mengeksploitasi *behavioral data* hanya demi keuntungan perusahaan.

3) Sistem Bebas *Riba*

Islam mengharamkan praktik riba karena mengandung unsur eksploitasi dan ketidakadilan. Oleh sebab itu, sistem pembiayaan bisnis modern diarahkan menggunakan akad-akad syariah seperti *muḍārabah, musyārakah, murābaḥah, ijārah,* dan *wakālah*.

"Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (QS. Al-Baqarah [2]: 275)

"Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba." (QS. Al-Baqarah [2]: 278)

Implementasi sistem Bebas Riba dalam bisnis modern yaitu pendanaan menggunakan prinsip bagi hasil, menghindari bunga berbasis utang., mengembangkan investasi syariah, dan menghindari transaksi yang mengandung *gharar* dan *maysir*.

d. *Iḥsān* Korporat

Iḥsān berarti melakukan segala sesuatu dengan kualitas terbaik karena merasa diawasi oleh Allah SWT. Dalam dunia korporasi, *iḥsān* diwujudkan melalui tanggung jawab sosial perusahaan, kepedulian terhadap lingkungan, kesejahteraan masyarakat, serta keberlanjutan usaha.

"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan." (QS. An-Naḥl [16]: 90)

"Berbuat baiklah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berbuat baik." (QS. Al-Baqarah [2]: 195)

Implementasi *Iḥsān* Korporat dalam bisnis modern yaitu: melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR), menyalurkan zakat perusahaan sesuai ketentuan syariah, mengembangkan program pemberdayaan masyarakat, menerapkan prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG) yang selaras dengan nilai-nilai Islam, dan mendorong pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Tabel 5. Sintesis Revitalisasi Bisnis Modern Berbasis Tauhid

Pilar	Fungsi	Implementasi
Tablīg Digital	Menjamin transparansi dan kejujuran informasi	Algoritma yang etis, informasi produk yang benar, ulasan yang jujur
Amānah Big Data	Menjaga kepercayaan dan privasi konsumen	Perlindungan data pribadi, keamanan informasi, penggunaan data secara bertanggung jawab

Sistem Bebas Riba	Mewujudkan keadilan dalam pembiayaan	Akad syariah, sistem bagi hasil, investasi halal, menghindari riba
Iḥsān Korporat	Memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan	CSR, zakat perusahaan, kepedulian sosial, pembangunan berkelanjutan

Bisnis modern berbasis akidah dan akhlak bukanlah penolakan terhadap kemajuan teknologi, melainkan upaya mengintegrasikan inovasi digital dengan nilai-nilai Islam. *Tablīg digital* menjamin transparansi informasi, *amānah big data* menjaga privasi dan kepercayaan konsumen, sistem bebas riba memastikan transaksi berlangsung secara adil sesuai syariah, sedangkan *iḥsān* korporat mengarahkan perusahaan agar tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menciptakan kemaslahatan melalui tanggung jawab sosial dan pembangunan berkelanjutan. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya memperoleh keberhasilan ekonomi, tetapi juga mewujudkan tujuan syariah (*maqāṣid al-syarī'ah*), yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta demi tercapainya kesejahteraan dunia dan akhirat.

9. Kesimpulan

Akidah berfungsi sebagai fondasi teologis dan orientasi bisnis. Bisnis dalam Islam bukan sekadar aktivitas mencari profit, melainkan bagian dari penghambaan (*'ubūdiyyah*) kepada Allah. Sehingga akidah menjadi dasar orientasi niat di mana setiap aktivitas ekonomi harus bernilai ibadah. Begitu pula akidah menanamkan kesadaran akan hari pertanggungjawaban (hisāb). Dalam hal ini membentuk kontrol internal (*al-rāqib al-dākhilī*) yang kuat, sehingga pelaku usaha tetap jujur meskipun tanpa pengawasan eksternal.

Diantara prinsip tauhid adalah keimanan pada Allah sebagai Pemilik Mutlak (al-Mālik), Pemberi Rezeki (*al-Razzāq*), dan Pengatur (*al-Mudabbir*) melahirkan sikap amanah, tawakal, dan integritas dalam mengelola harta yang hakikatnya adalah titipan

Akhlak berfungsi sebagai manifestasi lahiriah dalam praktik transaksi. Diantara karakter Utama adalah suri tauladan Nabi Muhammad SAW. Pelaku ekonomi yang ideal menginternalisasi sifat Nabi Muhammad SAW yaitu STAF *Sidq* (kejujuran), *Tablīgh* (transparansi*), Amānah* (integritas), dan *Faṭānah* (profesionalisme).

Islam menjunjung prinsip *Ihsan* dalam bisnis. Puncak dari akhlak bisnis adalah *Iḥsān*, yaitu memberikan pelayanan terbaik dan bekerja secara profesional (*itqān*) karena merasa selalu diawasi oleh Allah. Begitu pula Islam memiliki larangan fundamental dalam bisnis. Akhlak Islam mengharuskan pelaku bisnis menjauhi praktik yang merugikan orang lain seperti *Riba* (tambahan yang tidak adil), *Gharar* (ketidakjelasan), *Maysir (perjudian), dan Tadlīs (penipuan).*

Penelitian ini mampu membuat integrasi *Iman*, *Syariah*, dan *Muamalah*. Sistem ekonomi Islam terdiri dari tiga pilar yang tidak terpisahkan, yaitu: Iman sebagai fondasi spiritual, Syariah sebagai kerangka hukum/normatif, dan Muamalah sebagai arena praktik sosial-ekonomi. Adapun ketidakhadiran salah satu pilar ini akan merusak sistem, diantaranya; tanpa iman bisnis menjadi sekuler, tanpa syariah bisnis kehilangan batas moral, dan tanpa muamalah nilai Islam tidak memberi manfaat nyata bagi masyarakat.

Implementasi Akidah dan akhlak dalam tata kelola perusahaan (*Corporate Governance*) yaitu memiliki pemimpin yang amanah. Kepemimpinan harus dijalankan berdasarkan keadilan dan tanggung jawab sebagai khalifah di bumi. Menghidupkan budaya organisasi dalam *corporate governance*. Nilai-nilai Islam harus diinternalisasi menjadi budaya kerja melalui SOP yang berlandaskan etika Islam. Begitu pula semangat tolong-menolong dalam kebaikan harus dipompa dan senantiasa membuat mekanisme dengan musyawarah.

Penelitian ini membuahkan revitalisasi bisnis di Era Modern dan Digital, yaitu melahirkan etika teknologi dengan beberapa prinsip. Prinsip *Tablīgh* diterapkan melalui transparansi informasi dalam digital marketing, sedangkan prinsip *Amānah* diwujudkan melalui perlindungan data pribadi pelanggan (Big Data). Prinsip sistem Bebas riba dengan mengarahkan pembiayaan modern pada akad-akad syariah (seperti bagi hasil) untuk menghindari eksploitasi dan ketidakadilan. Dengan demikian, tanggung jawab Sosial adalah

dengan mewujudkan *Iḥsān* Korporat melalui CSR, zakat perusahaan, dan prinsip pembangunan berkelanjutan (ESG) yang selaras dengan nilai Islam. Kesimpulan Akhir Penerapan akidah dan akhlak dalam bisnis bertujuan untuk mencapai *Maqāṣid al-Syarīʻah*, yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dengan menyatukan inovasi modern dan nilai-nilai tauhid, perusahaan tidak hanya meraih keberhasilan ekonomi tetapi juga keberkahan dan keselamatan di dunia maupun akhirat.

Conclusion

Akidah berfungsi sebagai fondasi teologis dan orientasi bisnis. Bisnis dalam Islam bukan sekadar aktivitas mencari profit, melainkan bagian dari penghambaan (*ʻubūdiyyah*) kepada Allah. Sehingga akidah menjadi dasar orientasi niat di mana setiap aktivitas ekonomi harus bernilai ibadah. Begitu pula akidah menanamkan kesadaran akan hari pertanggungjawaban (hisāb). Dalam hal ini membentuk kontrol internal (*al-rāqib al-dākhilī*) yang kuat, sehingga pelaku usaha tetap jujur meskipun tanpa pengawasan eksternal.

Diantara prinsip tauhid adalah keimanan pada Allah sebagai Pemilik Mutlak (*al-Mālik*), Pemberi Rezeki (*al-Razzāq*), dan Pengatur (*al-Mudabbir*) melahirkan sikap amanah, tawakal, dan integritas dalam mengelola harta yang hakikatnya adalah titipan Akhlak berfungsi sebagai manifestasi lahiriah dalam praktik transaksi. Diantara karakter Utama adalah suri tauladan Nabi Muhammad SAW. Pelaku ekonomi yang ideal menginternalisasi sifat Nabi Muhammad SAW yaitu STAF *Sidq* (kejujuran), *Tablīgh* (transparansi*), Amānah* (integritas), dan *Faṭānah* (profesionalisme).

Islam menjunjung prinsip *Ihsan* dalam bisnis. Puncak dari akhlak bisnis adalah *Iḥsān,* yaitu memberikan pelayanan terbaik dan bekerja secara profesional (*itqān*) karena merasa selalu diawasi oleh Allah. Begitu pula Islam memiliki larangan fundamental dalam bisnis. Akhlak Islam mengharuskan pelaku bisnis menjauhi praktik yang merugikan orang lain seperti *Riba* (tambahan yang tidak adil), *Gharar* (ketidakjelasan), *Maysir (perjudian), dan Tadlīs (penipuan).* Penelitian ini mampu membuat integrasi Iman, Syariah, dan Muamalah. Sistem ekonomi Islam terdiri dari tiga pilar yang tidak terpisahkan, yaitu: Iman sebagai fondasi spiritual, Syariah sebagai kerangka hukum/normatif, dan Muamalah sebagai arena praktik sosial-ekonomi.

Adapun ketidakhadiran salah satu pilar ini akan merusak sistem, diantaranya; tanpa iman bisnis menjadi sekuler, tanpa syariah bisnis kehilangan batas moral, dan tanpa muamalah nilai Islam tidak memberi manfaat nyata bagi masyarakat. Implementasi Akidah dan akhlak dalam tata kelola perusahaan (*Corporate Governance*) yaitu memiliki pemimpin yang amanah. Kepemimpinan harus dijalankan berdasarkan keadilan dan tanggung jawab sebagai khalifah di bumi. Menghidupkan budaya organisasi dalam *corporate governance*. Nilai-nilai Islam harus diinternalisasi menjadi budaya kerja melalui SOP yang berlandaskan etika Islam. Begitu pula semangat tolong-menolong dalam kebaikan harus dipompa dan senantiasa membuat mekanisme dengan musyawarah.

Penelitian ini membuahkan revitalisasi bisnis di Era Modern dan Digital, yaitu melahirkan etika teknologi dengan beberapa prinsip. Prinsip *Tablīgh* diterapkan melalui transparansi informasi dalam digital marketing, sedangkan prinsip *Amānah* diwujudkan melalui perlindungan data pribadi pelanggan (Big Data). Prinsip sistem Bebas riba dengan mengarahkan pembiayaan modern pada akad-akad syariah (seperti bagi hasil) untuk menghindari eksploitasi dan ketidakadilan. Dengan demikian, tanggung jawab Sosial adalah dengan mewujudkan *Iḥsān* Korporat melalui CSR, zakat perusahaan, dan prinsip pembangunan berkelanjutan (ESG) yang selaras dengan nilai Islam. Kesimpulan Akhir Penerapan akidah dan akhlak dalam bisnis bertujuan untuk mencapai *Maqāṣid al-Syarīʻah*, yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dengan menyatukan inovasi modern dan nilai-nilai tauhid, perusahaan tidak hanya meraih keberhasilan ekonomi tetapi juga keberkahan dan keselamatan di dunia maupun akhirat.

References

Abdurrahman. (2024). Metode Penelitian Kepustakaan dalam Pendidikan Islam. *Adabuna: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran*, *3*(2), 102–113. https://doi.org/10.38073/wasilatuna.v5i2.777

Al-Aṡarī, ‘Abd Allāh ibn ‘Abd al-Ḥamīd. (1435). *Al-Wajīz fī ‘Aqīdah al-Salaf al-Ṣāliḥ (Ahl al-Sunnah wa al-Jamā‘ah)* (10th ed.). Maktabah al-Ghurabā’.

Al-Ashfahani, A.-R. (1992). *Mufradat Alfadh al-Qur’an* (S. A. Dawudi (ed.)). Dar al-Qalam.

Al-Bayhaqi, A. B. A. ibn al-H. ibn ’Ali. (2003). *Al-Jami’ li Syu’ab al-Iman* (1st ed.). Maktabah al-Rusyd.

Al-Bukhārī, M. ibn I. al-B. al-J. (1993). *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* (1414 H, Vol. 7). Dār Ibn Kaṡīr.

Al-Fairuzabadi, M. bin Y. (2005). *Al-Qamus al-Muhit*. Muassasah al-Risalah.

Al-Jahiz, A. bin B. (1989). *Tahdzib al-Akhlaq*. Dar al-Sahabah li al-Turath.

al-Jawziyyah, I. al-Q. (2005). *Zad al-Ma’ad fi Hadyi Khair al-’Ibad*. Dar al-Kitab al-’Arabi.

al-Jawziyyah, I. al-Q. (2016). Al-Jawab al-Kafi liman Sa’ala “an al-Dawa” al-Shafi. In A. L. Al-Hakim (Ed.), *Solusi Syar’i dan Qur’ani atas Segala Masalah Hati* (1st ed.). Saufa.

Al-Jawziyyah, I. al-Q. (1973). *I’lam al-Muwaqqi’in ’an Rabb al-’Alamin* (Vol. 3). Dar al-Jail.

al-Jawziyyah, I. Q. (2019). *Madarij al-Salikin Bayna Manazil Iyyaka Na’budu wa Iyyaka Nasta’in* (Vol. 3). Atha’at al-Ilm.

Al-Jazairi, A. B. J. (2002). *Aqidatul Mu’min*. Pustaka Al-Kautsar.

Al-Jurjani, ‘Ali bin Muhammad. (1985). *Kitab Al - Ta’rifat* (Edisi Baru). Maktabah Lebanon.

Al-Nawawī, A. Z. M. al-D. Y. ibn S. al-N. (1996). *Syarḥ al-Nawawī ‘alā Ṣaḥīḥ Muslim* (1416 H, Vol. 6). Dār al-Khair.

Al-Syāṭibī, A. I. I. ibn M. al-L. (2018). *Al-Muwāfaqāt fī uṣūl al-syarī‘ah*. Dar Al Kotob Al Ilmiyah.

Amahzun, M. (2004). Manhaj Dakwah Rasulullah. In A. Maftukhin & N. Burhanuddin (Eds.), *Manhajun Nabiyy fi al-Da’wah min Khilal al-Sirah al-Shahihah*. Qisthi Press.

Asyur, I. (1984). al-Tahrir wa al-Tanwir. *Tunis: Ad-Dar Tunisiyyah*.

At-Tirmidhi, M. bin I. (n.d.). *Al-Jami’ al-Sahih: Sunan al-Tirmidhi* (Vol. 4). Dar al-Fikr.

Chwee Huat, T. (1990). *Pengantar Bisnis*. Jurnl Busines and Management.

Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.

Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2007). Bisnis edisi kedelapan. *Jakarta: Erlangga*.

Ibn Abd al-Wahhab, M. (2019). *Kitab al-Tawhid alladhi Huwa Haqqu Allah ’ala al-’Ibad*. Dar al-’Asimah.

Ibn Ḥajar al-‘Asqalānī, A. ibn ‘Alī ibn Ḥajar al-‘Asqalānī. (1986). *Fatḥ al-Bārī bi Syarḥ Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* (1407 H Edition, Vol. 13). Dār al-Rayyān li al-Turāṡ.

Ibn Kaṡīr, I. ibn ‘Umar ibn K. al-Q. ad-D. (2002). *Tafsīr al-Qur’ān al-‘Aẓīm* (1422 H, Vol. 8). Dār Ṭayyibah.

Ibn Majah, M. ibn Y. al-Q. (n.d.). *Sunan Ibn Majah*. Al-Maktabah al-’Ilmiyyah.

Ibn Manzur, M. ibn M. (1994). *Lisan al-’Arab* (Vol. 10). Dar Sadir.

Ibn Taymiyyah, T. al-D. (2005). *Majmu’ al-Fatawa* (A. al-R. ibn M. Ibn Qasim & A. al-R. ibn M. Ibn Qasim (eds.)). Dar al-Wafa’.

Ibnu Miskawaih, A. bin M. (2011). *Tahdzib al-Akhlaq wa Tathhir al-A’raq* (C. Zurayk (ed.)). Dar al-Kutub al-’Ilmiyyah.

Istiqomah, A., Alfais, M. D., Fasya, M. H. K., & Hasimi, D. M. (2025). Tauhid sebagai Fondasi Etika Bisnis Islam: Analisis Konseptual dan Perbandingan dengan Sistem Konvensional. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, *3*(3), 347–353. https://doi.org/10.62017/jemb.v3i3.6554

Mankiw, N. G. (2022). *Principles of Economics* (9th Edition). Cengage Learning.

Mufarrochah, S., Putri, F. F., Murtadho, A., & Assari, E. (2025). Etika Bisnis dalam Hukum Islam: Implikasi terhadap Praktik Bisnis Modern. *JURNAL USM LAW REVIEW*, *8*(1), 17–32. https://doi.org/10.26623/julr.v8i1.11365

Muslim, M. ibn al-Ḥajjāj al-Q. al-N. (n.d.). *Ṣaḥīḥ Muslim* (Vol. 5). Dār Iḥyā’ al-Kutub al-‘Arabiyyah.

Nurhayati, N., & Rosadi, K. I. (2022). Determinasi Manajemen Pendidikan Islam: Sistem Pendidikan, Pengelolaan Pendidikan dan Tenaga Pendidikan Islam. *International Edition*, *3*(1), 451–464. https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1

Sari, A. P., Safutra, A. A., Elsafrudin, A., & Hasimi, D. M. (2025). ETIKA DAN AKHLAK DALAM BISNIS. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, *3*(3), 262–268. https://doi.org/10.62017/jemb.v3i3.6535

Sukirno, S. (2016). Mikroekonomi: Teori Pengantar Edisi ke-3. *Jakarta: RajaGrafindo Persada. Cetakan*, *31*.

Zaki, M. (2025). SPIRITUAL ENTREPRENEURSHIP: MENEMUKAN KEMBALI ETOS BISNIS NABI DALAM EKONOMI MODERN. *Mukhtasab: Journal of Economics and Islamic Business*, *1*(1), 17–30. https://doi.org/10.65802/mukhtasab.v1i1.74