

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latarbelakang Masalah

Perkembangan aktivitas ekonomi modern menunjukkan bahwa praktik bisnis tidak lagi dapat dipahami sebatas proses transaksi yang berorientasi pada profit, tetapi juga sebagai ruang moral yang menentukan kualitas interaksi sosial manusia. Kompleksitas ekonomi global, dinamika pasar, dan meningkatnya kasus ketidakjujuran bisnis mendorong lahirnya tuntutan etika yang lebih kuat dalam dunia usaha. Dalam konteks masyarakat muslim, kebutuhan tersebut semakin mengemuka karena bisnis tidak hanya dipandang sebagai aktivitas material, melainkan bagian dari ibadah dan manifestasi nilai-nilai keislaman. Oleh sebab itu, rujukan normatif seperti Al-Qur'an menjadi landasan fundamental dalam mengarahkan perilaku ekonomi yang berkeadilan, transparan, dan bermoral.¹

Transformasi paradigma bisnis dari orientasi profit semata menuju praktik yang berbasis nilai etis menandai pergeseran penting dalam cara manusia memahami makna kesejahteraan ekonomi. Skandal-skandal korporasi besar di berbagai belahan dunia telah membuktikan bahwa kesuksesan finansial jangka pendek yang diraih melalui cara-cara tidak etis pada akhirnya justru menimbulkan kerugian yang jauh lebih besar, baik bagi perusahaan itu sendiri maupun bagi masyarakat luas. Dalam perspektif Islam, aktivitas ekonomi memiliki dimensi vertikal dan horizontal sekaligus, di mana setiap transaksi bisnis tidak hanya dipertanggungjawabkan kepada sesama manusia tetapi juga kepada Allah SWT. Kesadaran akan dimensi ganda ini mendorong pelaku bisnis muslim untuk mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dalam setiap keputusan ekonomi mereka, sehingga tercipta ekosistem bisnis yang tidak hanya produktif secara ekonomi tetapi juga konstruktif secara sosial dan spiritual.²

¹ Maksudin Maksudin, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 2, no. 2 (2022): 135–53.

² Maman Wahyudi, "The Concept of Business Ethics in Islamic Perspective," *Jurnal Pendidikan Ips* 14, no. 2 (2024): 478–84.

Al-Qur'an sebagai kitab suci umat Islam menawarkan kerangka etika bisnis yang komprehensif dan universal, mencakup prinsip-prinsip kejujuran dalam takaran dan timbangan, larangan praktik riba dan penipuan, kewajiban memenuhi janji dan kontrak, serta anjuran untuk berbuat adil dalam segala urusan termasuk urusan ekonomi. Prinsip-prinsip ini bukan sekadar aturan normatif yang bersifat doktriner, melainkan panduan praktis yang relevan dengan tantangan bisnis kontemporer seperti persaingan tidak sehat, monopoli, eksploitasi sumber daya, dan ketimpangan distribusi kekayaan. Dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai rujukan etika bisnis, umat Islam diharapkan mampu mengembangkan model ekonomi alternatif yang tidak hanya efisien dan produktif, tetapi juga adil, berkelanjutan, dan mampu memberikan manfaat bagi kesejahteraan bersama, sehingga aktivitas ekonomi benar-benar menjadi sarana untuk mencapai falah atau kebahagiaan dunia dan akhirat.³

Kajian terhadap ayat-ayat bisnis dalam Al-Qur'an sejatinya telah menjadi perhatian para ulama sejak masa klasik, namun perkembangan wacana etika bisnis kontemporer menuntut adanya pembacaan ulang yang lebih sistematis dan relevan dengan kebutuhan zaman. Tantangan seperti praktik riba terselubung, manipulasi pasar, misinformasi produk, dan eksploitasi konsumen memperlihatkan bahwa nilai-nilai Qur'ani perlu dijelaskan kembali secara tematik agar mampu menjawab problem etis di era modern. Di sinilah pendekatan tematik (maudhu'i) dalam tafsir menjadi signifikan, karena memungkinkan peneliti mengintegrasikan ayat-ayat yang tersebar secara holistik sehingga melahirkan pemahaman yang lebih utuh mengenai prinsip bisnis dalam perspektif ilahi.⁴

Ayat-ayat yang berkaitan dengan bisnis dan ekonomi tersebar di berbagai surah dengan konteks dan penekanan yang beragam, sehingga diperlukan upaya sistematisasi untuk menangkap benang merah prinsip-prinsip universal yang terkandung di dalamnya. Melalui metode maudhu'i, para peneliti dapat

³ Faricha Lita Nabbila and Ahmad Syakur, "Prespektif Ayat Al-Qur'an Dalam Etika Bisnis Islam Kontemporer," *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 3, no. 2 (2023): 199–206.

⁴ Aninda Nurfadilah et al., "Islamic Economic Ethics and Relevance in Era Global Capitalism: Study of Interpretation Verses of Commerce," *Hamalatul Qur'an: Jurnal Ilmu Ilmu Alqur'an* 5, no. 2 (2024): 729–39.

menghimpun seluruh ayat yang relevan dengan tema tertentu seperti kejujuran, keadilan, transparansi, atau tanggung jawab sosial, kemudian menganalisisnya secara komprehensif dengan mempertimbangkan konteks historis turunnya ayat (asbabun nuzul), penafsiran para ulama terdahulu, serta aplikasinya dalam konteks kekinian. Pendekatan ini tidak hanya menghasilkan pemahaman yang lebih kaya dan mendalam, tetapi juga membantu merumuskan kerangka etika bisnis Islam yang operasional dan dapat diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari.⁵

Dalam perkembangan ilmu etika bisnis Islam, teori yang dikemukakan oleh Rafik Issa Beekun menjadi salah satu kerangka konseptual yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku bisnis ideal menurut Islam. Model etika Beekun yang menekankan pada aspek akhlak, hukum Islam, serta tujuan moral dalam transaksi ekonomi memberikan perspektif kontemporer yang dapat disandingkan dengan pesan-pesan Al-Qur'an. Pemaduan antara ayat-ayat bisnis dan teori etika Beekun bukan hanya memperkaya metode analisis, tetapi juga memperjelas relevansi praktis Al-Qur'an dalam menjawab dilema etis yang nyata dalam dunia usaha. Meski demikian, kajian yang secara khusus menghubungkan keduanya masih relatif terbatas dan memerlukan eksplorasi yang lebih mendalam.⁶

Kelebihan pendekatan Beekun terletak pada kemampuannya menerjemahkan nilai-nilai abstrak menjadi panduan konkret yang dapat diimplementasikan dalam pengambilan keputusan bisnis sehari-hari. Teorinya tidak hanya bersifat normatif-filosofis, tetapi juga aplikatif dengan memberikan kerangka kerja yang jelas mengenai bagaimana seorang pengusaha muslim seharusnya bersikap dalam menghadapi berbagai situasi bisnis, mulai dari negosiasi kontrak, penetapan harga, hingga pengelolaan sumber daya manusia. Ketika teori ini diintegrasikan dengan kajian tematik terhadap ayat-ayat bisnis dalam Al-Qur'an, akan tercipta sinergi yang kuat antara landasan teologis dan

⁵ Ermita Zakiah, "Maudhui's Tafsir Method in the Qur'an and Hadith on Maqasid Syariah for Economic Welfare in Indonesia," *Journal of Islamic Economics and Philanthropy* 5, no. 4 (2022): 235–44.

⁶ Sylvia Mufarrochah et al., "Etika Bisnis Dalam Hukum Islam: Implikasi Terhadap Praktik Bisnis Modern," *Jurnal Usm Law Review* 8, no. 1 (2025): 17–32.

framework analitis, sehingga menghasilkan model etika bisnis Islam yang tidak hanya sah secara syar'i tetapi juga feasible secara praktis. Integrasi semacam ini juga membuka peluang untuk melakukan komparasi dan dialog dengan teori-teori etika bisnis Barat, sehingga memperkaya wacana etika bisnis global dengan perspektif yang berasal dari tradisi Islam.⁷

Berdasarkan realitas tersebut, penelitian tentang penafsiran ayat-ayat bisnis dalam Al-Qur'an dengan pendekatan tematik menggunakan teori Etika Bisnis Islam menurut Rafik Issa Beekun menjadi penting dilakukan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik berupa pemaknaan ulang terhadap nilai-nilai bisnis Qur'ani, sekaligus menawarkan kerangka etis yang aplikatif bagi pelaku usaha modern. Dengan demikian, urgensi penelitian terletak pada kebutuhan untuk menghadirkan integrasi antara teks suci dan teori etika kontemporer agar nilai-nilai Islam dalam bisnis dapat diimplementasikan secara lebih terarah, komprehensif, dan sesuai dengan tantangan zaman.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep bisnis dalam Al-Qur'an melalui penafsiran Ayat-ayat Tijarah ?
2. Bagaimana relevansi teori Etika Bisnis Islam Rafik Issa Beekun dengan penafsiran ayat-ayat Tijarah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui konsep bisnis dalam Al-Qur'an melalui penafsiran Ayat-ayat Tijarah
2. Untuk mengetahui relevansi teori Etika Bisnis Islam Rafik Issa Beekun dengan penafsiran ayat-ayat Tijarah

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis dalam pengembangan studi tafsir Al-Qur'an dan etika bisnis Islam kontemporer.

⁷ Iffatin Nur et al., "Probing Islamic Values of Business Principles and Ethics," *International Journal of Scientific Research and Management* 7, no. 10 (2019): 1412–23.

a) **Manfaat Teoretis**

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang tafsir tematik (tafsir maudhu'i) dengan menghadirkan analisis yang memadukan penafsiran ayat-ayat bisnis Al-Qur'an dengan teori Etika Bisnis Islam yang dikembangkan oleh Rafik Issa Beekun. Integrasi antara sumber normatif Al-Qur'an dan pendekatan etis kontemporer tersebut dapat memberikan perspektif baru dalam memahami prinsip-prinsip bisnis Islami secara lebih sistematis, komprehensif, dan relevan dengan dinamika ekonomi modern. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi kontribusi bagi pengembangan metodologi tafsir yang lebih kontekstual sekaligus memperkaya literatur etika bisnis Islam dalam ranah akademik.

b) **Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pelaku usaha, pendidik, lembaga keagamaan, serta pembuat kebijakan dalam memahami dan mengimplementasikan nilai-nilai bisnis yang berlandaskan Al-Qur'an. Pemaparan prinsip etika bisnis berdasarkan ayat-ayat Al-Qur'an yang diperkuat dengan model etika Beekun dapat membantu membangun praktik bisnis yang jujur, adil, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti yang tertarik mengembangkan kajian tafsir dan etika bisnis, sehingga mendorong lahirnya penelitian lanjutan yang menghubungkan wahyu dengan realitas ekonomi kontemporer.

E. Tinjauan Pustaka

Pertama, kajian tentang etika bisnis dalam Al-Qur'an telah berkembang melalui berbagai pendekatan yang menyoroti moralitas dan nilai-nilai dasar yang melandasi aktivitas ekonomi. Sebuah penelitian yang menelaah moralitas bisnis dalam Al-Qur'an melalui analisis ayat-ayat dalam Surah al-Furqan menunjukkan bahwa Al-Qur'an menempatkan dimensi akhlak sebagai fondasi utama bagi perilaku bisnis. Fokus penelitian tersebut terletak pada dunia bisnis yang semakin

kompetitif, etika dan moralitas menjadi aspek yang sangat penting untuk dipertimbangkan. Surat Al-Furqan ayat 57-59 memberikan wawasan mendalam tentang misi Nabi Muhammad dan pengakuan akan kekuasaan Allah sebagai pencipta. Pesan yang terkandung dalam ayat-ayat ini bukan hanya relevan pada masa penurunan, tetapi juga untuk generasi modern. Dalam dunia yang semakin kompleks, ajaran ini mengingatkan kita untuk kembali kepada prinsip dasar keimanan, yaitu keesaan Allah dan pentingnya menyampaikan kebenaran tanpa pamrih. Banyak pelaku bisnis yang terjebak dalam praktik tidak etis demi mencapai keuntungan yang lebih besar. Namun, sebagai seorang muslim, penting untuk merujuk pada ajaran Al-Qur'an yang memberikan panduan dalam menjalankan usaha.⁸

Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada sama-sama mengkaji norma etis dalam Al-Qur'an yang relevan dengan aktivitas ekonomi. Namun penelitian tersebut masih berorientasi pada pembacaan ayat dan karakter moral secara umum, sedangkan penelitian ini mengembangkan analisis melalui kerangka etika bisnis Islam yang lebih sistematis sebagaimana dirumuskan oleh Rafik Issa Beekun, sehingga tidak hanya menjelaskan nilai, tetapi juga menyusun kerangka teoretik yang dapat digunakan untuk membaca ayat-ayat bisnis secara lebih terstruktur.

Kedua, penelitian yang mengkaji etika bisnis dari perspektif Al-Qur'an menghadirkan pembahasan yang bersifat konseptual mengenai prinsip-prinsip dasar etika dalam transaksi seperti keadilan, keterbukaan informasi, larangan riba, Pada mulanya etika bisnis muncul ketika kegiatan bisnis tidak luput dari sorotan etika. Menipu dalam bisnis, mengurangi timbangan atau takaran, merupakan contoh-contoh konkrit adanya hubungan antara etika dan bisnis. Dari fenomena-fenomena itulah etikabisnis mendapat perhatian yang intensif hingga menjadi bidang kajian ilmiah yang berdiri sendiri. Menurut sementara pihak, problem etika bisnis terletak pada kesangsian apakah moralitas mempunyai

⁸ Deswita Lestari Btr et al., "Moralitas Bisnis Dalam Al-Qur'an Analisis Surat Al-Furqan Ayat 57-59," *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam* 3, no. 2 (2025): 113–21.

tempat dalam kegiatan bisnis. Bagi kalangan ini bisnis adalah kegiatan manusia yang bertujuan mencari laba semata-mata. Bisnis telah ada dalam sistem dan struktur dunianya yang baku untuk mencari pemenuhan hidup. Sementara, etika merupakan disiplin ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa-apa yang benar atau salah, yang baik atau buruk, sehingga dianggap tidak seiring dengan sistem dan struktur bisnis.¹¹ Kesangsian kesangsian inilah yang melahirkan mitos bisnis amoral.⁹

Persamaannya dengan penelitian ini tampak pada penggunaan Al-Qur'an sebagai sumber utama nilai etis. Perbedaan terlihat pada fokus analisis: penelitian tersebut bergerak pada level konseptual umum, sementara penelitian ini memadukan analisis ayat secara tematik dengan teori etika Beekun sehingga menghadirkan kerangka etis yang lebih aplikatif dan kompatibel dengan praktik manajerial kontemporer.

Ketiga, Kajian mengenai makna *tijarah* dalam tafsir ayat dan hadis ekonomi menunjukkan bagaimana konsep perdagangan dibangun dalam tradisi Islam. Studi tersebut menggabungkan penjelasan para mufasir dan riwayat hadis untuk menggambarkan bagaimana perdagangan dipahami secara normatif dalam Islam, termasuk prinsip kehalalan, kejujuran, dan kesyukuran dalam aktivitas ekonomi.¹⁰

Persamaan dengan penelitian ini terletak pada usaha menggali nilai ekonomi dari sumber-sumber primer Islam. Namun perbedaannya terlihat dari sisi kerangka teoretis: kajian *tijarah* lebih mengandalkan pendekatan filologis dan normatif tradisional, sementara penelitian ini memasukkan teori etika bisnis Islam modern untuk menghubungkan muatan ayat-ayat bisnis dengan realitas organisasi dan dunia korporasi masa kini.

Keempat, studi mengenai etika jual-beli online dalam perspektif ekonomi syariah menampilkan sisi aplikatif dari nilai-nilai etika Islam dalam konteks

⁹ Muhammad Irza Irsyadillah, "Business Ethics from the Qur'an Perspective," *Rihlah Iqtishad: Jurnal Bisnis Dan Keuangan Islam* 2, no. 1 (2025): 36–43.

¹⁰ Nanang Sobarna and Ahmad Hasan Ridwan, "Makna Tjarah Dalam Tafsir Ayat Dan Hadits Ekonomi Serta Penerapannya Dalam Praktik Bisnis Islam," *Eco-Iqtishodi: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 5, no. 2 (2024): 145–58.

modern. Penelitian tersebut mengkaji problematika transaksi digital seperti keabsahan akad, kejelasan informasi, serta potensi penipuan dalam platform daring.¹¹

Kesamaannya dengan penelitian ini terletak pada orientasi terhadap praktik kontemporer yang memerlukan interpretasi etika Islam yang relevan. Namun konteksnya jauh lebih spesifik, yaitu e-commerce, sedangkan penelitian ini bertujuan menyusun pemahaman tematik atas ayat-ayat bisnis secara lebih luas dan menggunakan teori Beekun sebagai alat untuk menstrukturkan nilai Qur'ani agar bisa diterapkan di berbagai sektor bisnis, tidak terbatas pada transaksi digital.

Kelima, kajian mengenai etika ekonomi Islam dalam era kapitalisme global menyoroti bagaimana prinsip-prinsip moral Islam berinteraksi dengan dinamika pasar modern. Penelitian tersebut menunjukkan relevansi nilai seperti keadilan, moderasi, dan keseimbangan dalam menghadapi tekanan globalisasi ekonomi.¹²

Persamaannya dengan penelitian ini muncul pada kesadaran akan pentingnya merumuskan etika bisnis Islam yang mampu menjawab tantangan global. Namun penelitian tersebut bergerak pada tingkat makro berkaitan dengan sistem kapitalisme dan struktur ekonomi global sedangkan penelitian ini fokus pada penafsiran ayat-ayat bisnis secara langsung dan menghubungkannya dengan teori etika bisnis Islam yang dapat digunakan sebagai pedoman bagi perilaku individual dan organisasi.

Secara keseluruhan, kelima penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kajian etika bisnis dalam Islam telah dilakukan dari berbagai sisi, baik teks, tradisi normatif, fenomena kontemporer, maupun analisis sosial-ekonomi. Namun sebagian besar penelitian yang ada belum menggabungkan pendekatan tafsir tematik terhadap ayat-ayat bisnis dengan model etika bisnis Islam yang sistematis seperti yang ditawarkan oleh Rafik Issa Beekun. Penelitian ini mengisi celah

¹¹ Nurul Hakim, Barakat Muhammad Ahmad Muhammad Hamad Al, and Mahmoud Saleh Mubarak Bin Humaid, "Ethics of Buying and Selling Online Sharia Economic Perspective: Study of the Concept of Iqâlah," *Demak Universal Journal of Islam and Sharia* 1, no. 01 (2023): 18–26.

¹² Nurfadilah et al., "Islamic Economic Ethics and Relevance in Era Global Capitalism: Study of Interpretation Verses of Commerce."

tersebut dengan menyatukan interpretasi ayat-ayat bisnis dalam Al-Qur'an dengan kerangka etika yang terstruktur sehingga menghasilkan sintesis antara nilai ilahiah dan teori manajerial modern. Kontribusi ini menjadikan penelitian ini lebih operasional dan dapat digunakan secara langsung dalam merumuskan etika bisnis yang selaras dengan tuntunan Al-Qur'an dan kebutuhan praktik ekonomi kontemporer.

F. Kerangka Teori

Bisnis dalam perspektif ilmu ekonomi dipahami sebagai seluruh aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan nilai melalui proses pertukaran barang maupun jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan manusia. Dalam konteks Islam, bisnis tidak sekadar dipahami sebagai kegiatan ekonomi yang bersifat material, tetapi juga sebagai bentuk pengelolaan amanah dan aktivitas bernilai ibadah selama dijalankan sesuai dengan prinsip syariah. Karena itu, bisnis pada dasarnya mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan spiritual yang menuntut pelakunya untuk menjaga keseimbangan antara pencapaian keuntungan dan penerapan nilai moral yang bersumber dari ajaran agama.¹³

Dalam praktiknya, bisnis perspektif ekonomi konvensional cenderung menitikberatkan pada prinsip efisiensi dan maksimalisasi profit sebagai ukuran utama keberhasilan. Pelaku bisnis didorong untuk mengoptimalkan sumber daya yang tersedia guna menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya melalui mekanisme pasar yang diatur oleh hukum penawaran dan permintaan. Namun demikian, perspektif ini kerap mengabaikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnis, sehingga munculnya praktik-praktik yang hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi tanpa mempertimbangkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Di sinilah letak perbedaan mendasar dengan konsep bisnis Islam yang menempatkan keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial sebagai

¹³ Rika Riyanti and Indah Anjar Reski, "Analysis of Business Law Principles from a Sharia Perspective: Economic and Business Legal Literacy Study," 2023.

bagian integral dari setiap transaksi ekonomi, bukan sekadar sebagai pelengkap atau instrumen pencitraan semata.¹⁴

Etika pada hakikatnya adalah seperangkat prinsip moral yang mengatur bagaimana seseorang seharusnya bertindak. Dalam kerangka ilmu filsafat moral, etika mempelajari konsep benar dan salah, baik dan buruk, serta membimbing manusia dalam membuat keputusan yang bertanggung jawab. Etika tidak hanya berupa aturan normatif, tetapi juga mencerminkan sistem nilai yang membentuk karakter individu dan kolektivitas. Dalam tradisi Islam, etika (akhlak) dipandang sebagai fondasi kehidupan yang tidak dapat dipisahkan dari keimanan, sehingga perilaku etis merupakan cerminan ketaatan kepada Allah. Etika Islam tidak hanya membahas konsekuensi moral suatu tindakan, tetapi juga memuat orientasi spiritual yang menuntun manusia menuju kehidupan yang seimbang dan penuh tanggung jawab.¹⁵

Etika bisnis kemudian muncul sebagai cabang kajian yang menghubungkan prinsip-prinsip moral dengan praktik bisnis. Bidang ini berusaha menjawab bagaimana pelaku bisnis dapat bertindak secara benar dalam berbagai situasi ekonomi yang kompleks. Dalam perspektif konvensional, etika bisnis lahir dari kebutuhan membangun kepercayaan, integritas, dan keberlanjutan dalam dunia perusahaan yang semakin kompetitif dan dinamis. Penerapannya mencakup berbagai aspek seperti transparansi dalam pelaporan keuangan, perlindungan hak-hak konsumen dan pekerja, tanggung jawab terhadap lingkungan, hingga pencegahan praktik monopoli dan korupsi. Meskipun demikian, etika bisnis konvensional seringkali bersifat relatif dan pragmatis, di mana standar moral dapat berubah mengikuti konsensus sosial, tuntutan pasar, atau regulasi hukum yang berlaku. Orientasi utamanya kerap terfokus pada pencapaian keberlanjutan usaha dan pencitraan positif perusahaan di mata publik, sehingga tidak jarang

¹⁴ Muhammad Irkham Firdaus, Saipul Nasution, and Devid Frastiawan Amir Sup, "Maximizing Business Profit: A Perspective from Islamic Economic Law," *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 7, no. 1 (2023): 44–53.

¹⁵ Muhammad Nasir and Marudin Marudin, "Islamic Perspective on the Basic Concepts of Ethics," *IJEMS* 1, no. 1 (2022): 35–39.

etika diperlakukan sebagai strategi bisnis semata ketimbang komitmen moral yang sesungguhnya.¹⁶

Dalam perspektif Islam, etika bisnis memiliki dimensi yang lebih mendasar dan komprehensif karena bersumber dari nilai-nilai ilahiah yang diturunkan melalui Al-Qur'an dan Sunnah sebagai pedoman yang bersifat absolut dan universal. Etika bisnis Islam tidak hanya menuntut kejujuran, keadilan, dan keterbukaan dalam setiap transaksi, tetapi juga menekankan kesadaran tauhid yang memandang seluruh aktivitas manusia berada dalam pengawasan Allah SWT. Prinsip-prinsip seperti menghindari riba, gharar, maysir, serta kewajiban menunaikan zakat dan berbagi kepada yang membutuhkan menjadi bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari praktik bisnis seorang muslim. Lebih dari itu, etika bisnis Islam mengintegrasikan konsep falah dan maslahah yang menempatkan kesejahteraan hakiki dan kemaslahatan umat sebagai tujuan akhir, bukan semata-mata akumulasi keuntungan material. Dengan demikian, etika bisnis Islam memiliki tujuan untuk menciptakan tatanan ekonomi yang adil, seimbang, dan bermartabat, di mana setiap pelaku bisnis menyadari bahwa aktivitas ekonomi mereka bukan hanya pertanggungjawaban horizontal kepada sesama manusia, tetapi juga pertanggungjawaban vertikal kepada Sang Pencipta yang akan meminta perhitungan di akhirat kelak.¹⁷

Salah satu formulasi etika bisnis Islam yang berpengaruh dalam kajian kontemporer adalah teori yang dikembangkan oleh Rafik Issa Beekun. Beekun merumuskan etika bisnis Islam sebagai suatu sistem nilai yang berlandaskan lima prinsip utama, yaitu Unity (Tauhid/Kesatuan), Equilibrium (Keseimbangan/Keadilan), Free Will (Kehendak Bebas), Responsibility (Tanggung Jawab), dan Benevolence (Ihsan/Kebajikan). Prinsip Unity (Tauhid/Kesatuan) menegaskan bahwa seluruh aktivitas bisnis merupakan bagian dari penghambaan kepada Allah Swt., sehingga setiap keputusan ekonomi tidak

¹⁶ Nur Isnaini, "Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 3 (2022): 127–44.

¹⁷ D P Kristiani et al., "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Implikasi Untuk Praktek Kontemporer," *CO-CREATION Ученые труды: Arka Institute* 3, no. 2 (2024): 66–75.

semata-mata berorientasi pada pencapaian keuntungan material, tetapi juga diarahkan untuk memperoleh keberkahan dan kemaslahatan. Equilibrium (Keseimbangan/Keadilan) menghendaki terciptanya keseimbangan dalam setiap aktivitas ekonomi melalui penerapan keadilan, perlakuan yang setara terhadap seluruh pihak, serta menghindari segala bentuk eksploitasi, kecurangan, dan tindakan yang merugikan pihak lain. Free Will (Kehendak Bebas) memberikan ruang bagi individu untuk menentukan pilihan dan mengambil keputusan dalam aktivitas bisnis, namun kebebasan tersebut harus dijalankan dalam koridor nilai-nilai syariat serta tidak bertentangan dengan prinsip moral Islam. Responsibility (Tanggung Jawab) menekankan bahwa setiap pelaku usaha memiliki kewajiban moral dan sosial untuk mempertanggungjawabkan seluruh tindakan dan keputusan ekonominya, baik kepada Allah Swt., sesama manusia, maupun lingkungan. Adapun Benevolence (Ihsan/Kebajikan) merupakan prinsip yang mendorong pelaku bisnis untuk melampaui sekadar pemenuhan kewajiban hukum dengan mengedepankan sikap ihsan, seperti kejujuran, integritas, amanah, kepedulian terhadap kepentingan pihak lain, serta komitmen untuk memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.¹⁸

Kerangka etika bisnis Beekun ini menarik untuk dijadikan dasar analisis terhadap ayat-ayat bisnis dalam Al-Qur'an karena menawarkan struktur teoritis yang sistematis untuk membaca nilai-nilai ilahiah dalam konteks praktik ekonomi. Jika ayat-ayat Al-Qur'an memberikan prinsip moral yang bersifat normatif, maka teori Beekun memfasilitasi pemahaman mengenai bagaimana prinsip tersebut dapat diterapkan dalam situasi bisnis yang kompleks, termasuk dalam pengambilan keputusan, penyusunan kebijakan perusahaan, dan perilaku organisasi. Dengan memadukan kedua sumber ini, penelitian dapat menyusun kerangka berpikir yang menempatkan ayat-ayat bisnis tidak hanya sebagai teks

¹⁸ An Ras Try Astuti, "Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)" (IAIN Parepare Nusantara Press, 2022).

normatif, tetapi juga sebagai pedoman operasional yang membentuk etika bisnis Islam yang relevan dan berdaya terapan dalam konteks modern.¹⁹

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dalam lima bab utama yang saling berkaitan secara sistematis.

Bab I Pendahuluan berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan dan penegasan istilah, tinjauan pustaka, kerangka teori, serta metodologi penelitian. Bab ini memberi gambaran awal mengenai alasan akademik dan urgensi dilakukannya kajian terhadap ayat-ayat bisnis dalam Al-Qur'an dengan menggunakan pendekatan Etika Bisnis Islam menurut Rafik Issa Beekun.

Bab II Landasan Teori menguraikan teori-teori yang menjadi dasar analisis penelitian. Pembahasan mencakup konsep bisnis dalam perspektif Islam, definisi dan ruang lingkup etika, konsep etika bisnis, serta penjabaran komprehensif mengenai teori Etika Bisnis Islam menurut Rafik Issa Beekun. Bab ini memberikan kerangka konseptual yang diperlukan untuk memahami dan menghubungkan hasil penafsiran ayat dengan nilai-nilai etika bisnis Islam.

Bab III Metodologi Penelitian menjelaskan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data. Bagian ini memaparkan langkah-langkah sistematis yang digunakan dalam mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menganalisis ayat-ayat yang berkaitan dengan tema bisnis, serta bagaimana teori etika bisnis Beekun diterapkan sebagai alat analisis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini menyajikan analisis tematik terhadap ayat-ayat bisnis dalam Al-Qur'an serta mengintegrasikannya dengan teori Etika Bisnis Islam menurut Rafik Issa Beekun. Pembahasan difokuskan pada temuan-temuan utama penelitian, baik berupa nilai-nilai normatif yang terkandung dalam ayat-ayat Al-Qur'an maupun relevansinya dengan lima

¹⁹ Isnain Fitri Auli Yanti et al., "Konsep Etika Bisnis Dan Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *Journal of Economics and Business* 2, no. 1 (2024): 21–33.

prinsip etika bisnis Islam, yaitu Unity (Tauhid/Kesatuan), Equilibrium (Keseimbangan/Keadilan), Free Will (Kehendak Bebas), Responsibility (Tanggung Jawab), dan Benevolence (Ihsan/Kebajikan). Melalui integrasi tersebut, penelitian ini menjelaskan bagaimana nilai-nilai Al-Qur'an membentuk kerangka etika bisnis Islam yang tidak hanya berorientasi pada kepentingan ekonomi, tetapi juga pada dimensi spiritual, moral, dan kemaslahatan sosial.

Bab V Penutup berisi kesimpulan yang merangkum hasil penelitian serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan kajian selanjutnya. Bagian ini menegaskan kontribusi teoretis dan praktis dari penelitian, terutama dalam memperkaya kajian tafsir tematik dan etika bisnis Islam.

