

## TEORI DEONTOLOGI DALAM ETIKA BISNIS DAN PENERAPANNYA DALAM BISNIS SYARIAH

<sup>1</sup>Iren Darini, & <sup>2</sup>Karina Budinita

<sup>1,2</sup>UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[dariniire@gmail.com](mailto:dariniire@gmail.com), <sup>2</sup>[budinitakarina@gmail.com](mailto:budinitakarina@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan Penelitian Ini yaitu untuk menganalisis secara filosofis bagaimana peran etika bisnis dalam penerapannya pada bisnis syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus. Analisis data yang kami lakukan menggunakan metodologi fenomenologi dan hasil penelitian menunjukkan bahwasannya etika itu sangat penting untuk kehidupan, Apalagi dalam kegiatan bisnis berdasarkan syariah, karena dianggap sebagai prasyarat penting dalam pengambilan keputusan dan untuk pemecahan suatu masalah dalam bisnis. Pengusaha dan pebisnis perlu akan prinsip-prinsip yang ada dalam etika bisnis seperti tauhid, keseimbangan, pengarahan, dan tanggung jawab. Tauhid ini merupakan hal yang sangat penting untuk menyadarkan manusia akan keesaan Allah SWT sebagai Tuhan Semesta alam. Prinsip tauhid ini juga menyadarkan pengusaha bahwa segala sesuatu apapun itu adalah milih Allah swt, Maka segala usaha yang berhubungan dengan alam akan tetap terjaga dan pengusaha itu sendiri mengakui sangpencipta yang Maha Esa, maka dari itu manusia tidak lagi merasa memiliki kekuasaan penuh atas alam karena kita saja milik Allah SWT.

*Kata Kunci: Etika, Bisnis, dan Islam.*

### Abstract

The aim of this research is to philosophically analyze the role of business ethics in its application to sharia business. This research uses a qualitative case study approach. Our data analysis used phenomenological methodology and the research results show that ethics is very important for life, especially in business activities based on sharia, because it is considered an important prerequisite for decision making and for solving problems in business. Entrepreneurs and businesspeople need the principles contained in business ethics such as monotheism, balance, direction and responsibility. Tawheed is a very important thing to make people aware of the oneness of Allah SWT as the Lord of the Universe. This principle of monotheism also makes entrepreneurs aware that everything is chosen by Allah SWT. So all businesses related to nature will be maintained and entrepreneurs themselves recognize the Almighty Creator, therefore humans no longer feel they have full power over nature because We alone belong to Allah SWT.

*Keywords: Ethics, Business, and Islam.*

### A. PENDAHULUAN

Pada dasarnya etika merupakan nilai-nilai inti suatu perusahaan yang bertujuan untuk membantu para wirausahawan dalam menghadapi berbagai permasalahan dalam praktik bisnisnya. Oleh karena itu, dalam rangka mengembangkan sistem ekonomi Islam, khususnya dengan tujuan untuk merevitalisasi perdagangan Islam sebagai respons terhadap kegagalan sistem ekonomi, baik kapitalis maupun sosialis (misalnya komersialisme atau komersialisme), maka perlu diperhatikan nilai-nilai fundamental dari sistem ekonomi islam tersebut.

Aturan Al-Qur'an dan Sunnah yaitu wajib Dalam kerangka reflektif tersebut, artikel ini akan mengkaji persoalan kebangkitan perdagangan Islam, yang erat kaitannya dengan perkembangan industri. Sebenarnya Etika bisnis juga sering diabaikan di Indonesia, terutama di kalangan pebisnis berstatus tinggi Pengusahakapitalis dan ekonom yang kuat bertanya pada diri sendiri apakah penting bagi pengusaha untuk memiliki pengetahuan tentang etika bisnis? Munculnya penolakan terhadap etika bisnis oleh para pengusaha didasari oleh model klasik bahwa ilmu etikabisnis harus dipisahkan dari nilai-nilai. Para pebisnis mengatakan etika bisnis hanya mengurangi peluang keuntungan ekonomi. Namun, keuntungan ekonomi pada dasarnya bukanlah prinsip bisnis namun faktanya, mematuhi etika bisnis yang baik meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan kita dan juga memberikan keuntungan finansial yang signifikan.

Hal ini juga berkontribusi terhadap citra perusahaan yang baik di mata masyarakat Dengan memperhatikan etika dan etika bisnis, kita dapat menumbuhkan dan mengembangkan perusahaan kita, Karena jika kita bertindak etis, kita bisa bersaing dengan perusahaan lain tanpa merugikan salah satu pihak manapun. Moralitas berkembang dalam kehidupan manusia

Jika kita menerapkannya dengan benar, maka etika kita akan berdampak positif terhadap bisnis kita dan bisnis orang lain.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memanfaatkan data yang dihimpun dari berbagai sumber, seperti buku-buku, tulisan akademik, penelitian kepustakaan, dan studi terkait. Data tersebut selanjutnya dianalisis secara kualitatif dengan menerapkan pendekatan preskriptif. Pendekatan preskriptif ini bertujuan memberikan gambaran obyektif mengenai fenomena yang diselidiki, serta dapat digunakan untuk merumuskan rekomendasi.

## **C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pengertian Etika**

Etika berfungsi sebagai panduan perilaku bagi manusia dalam masyarakat, menilai apakah suatu tindakan dianggap baik atau buruk. Selain mencakup norma-norma moral, etika juga melibatkan aspek tata krama dan perilaku manusia dalam interaksi sosial. Ini menjadi tanggung jawab moral dan tugas bagi setiap individu. Secara etimologis, kata "etika" berasal dari bahasa Yunani kuno "ethos," yang merujuk pada konsep "biasa." Etika memandang secara normatif, fokus pada manusia dan perbuatannya.<sup>1</sup>

Etika merupakan studi perilaku manusia yang menilai baik dan buruk dari perspektif penilaian. Berbeda dari disiplin ilmu lain yang membahas perilaku manusia, etika fokus secara eksklusif pada aspek moralitas tindakan.

---

<sup>1</sup> 1 Dr. Anak Agung Dwi Widyanti, SE., MM., Ak, Etika Bisnis Perspektif Teori Dan Praktis (Kab. Bandung Bali Indonesia, CV. Noah Aletheia, 2020) hlm 1

Menurut KBBI, etika adalah nilai-nilai benar dan salah yang dipegang oleh suatu kelompok atau masyarakat, mencakup aspek hak dan kewajiban moral. Dalam konsep Bertens, etika dapat dilihat dari dua sudut pandang: sebagai praktik, yang melibatkan penerapan nilai dan norma moral dalam tindakan sehari-hari, dan sebagai refleksi, yang merupakan pemikiran dan pertimbangan terkait dengan nilai-nilai moral.

Dalam konteks bisnis, praktik etika berperan dalam kemajuan dan kepercayaan masyarakat terhadap produk dan jasa, seperti yang diungkap oleh Clark (2003). Etika juga didefinisikan oleh Maryan dan Ludigdo (2001) sebagai seperangkat aturan yang mengatur perilaku manusia dalam berbagai kelompok. Tujuan etika, menurut pandangan Kant, adalah membangkitkan kesadaran agar manusia bertindak mandiri dan heteronom. Etika, sebagai filsafat moral, bukanlah perintah kaku, melainkan refleksi kritis terhadap nilai dan standar yang berlaku dalam kehidupan sosial dan permasalahan manusia.

Dalam pemikiran Nietzsche, etika menyoroti penguasaan moralitas oleh manusia dan bukan sekadar menjadi pelayan moralitas. Etika juga menjadi alat untuk mempertanyakan apakah suatu tindakan yang mungkin bertentangan dengan nilai dan standar moral harus dianggap tidak etis dan disesalkan. Selain aturan etika sosial, terdapat pula aturan profesional yang berkaitan dengan kelompok profesi tertentu dan diuraikan dalam Kode Etik. Hukum dalam konteks ini melibatkan konsekuensi psikologi moral, seperti pengecualian dari kelompok profesional yang bersangkutan. Etika profesional menyiratkan perilaku moral yang lebih terbatas, sesuai dengan pola etika yang diharapkan dalam suatu profesi khusus.<sup>2</sup>

## **2. Pengertian Etika Bisnis**

Etika bisnis membawa implikasi dalam mempertimbangkan dan menerapkan standar, moralitas, dan nilai agama dalam kegiatan bisnis, dengan fokus pada elemen kunci seperti bisnis, standar, moralitas, dan agama. Perusahaan, apakah dalam bentuk komersial atau individu, diharapkan untuk mematuhi norma, moralitas, dan aturan hukum yang berlaku, terutama yang terkait dengan hukum agama. Definisi etika bisnis dapat bervariasi, sebagaimana dikemukakan oleh berbagai ahli: Laura Nash (1990) menggambarkannya sebagai studi tentang standar moral pribadi yang diterapkan dalam aktivitas perusahaan; Griffin dan Ebert (2007) mengaitkannya dengan perilaku etis atau tidak etis manajer atau pemilik organisasi; Velasques (2005) memandangnya sebagai studi tentang moral yang benar dan salah, berfokus pada standar moral dalam kebijakan, institusi, dan perusahaan.

Pendapat Irham Fahm (2013) menyajikan etika bisnis sebagai aturan yang menilai kecukupan suatu bisnis, dengan sanksi bagi pelanggaran aturan tersebut. Dari sudut pandang Meilina (2016), etika bisnis harus dievaluasi dari tiga perspektif: ekonomi, hukum, dan moral. Bisnis yang dianggap baik adalah yang mampu menghasilkan keuntungan tanpa merugikan secara ekonomis, mematuhi peraturan hukum, dan memenuhi standar moral. Ini menunjukkan kompleksitas dan keberagaman pemahaman tentang etika bisnis yang

---

<sup>2</sup> Prof. Dr. Adji Suratman, CA, CPMA, AK, *Etika Bisnis dan Profesi Konsep dan Implementasi* ( Jakarta, Mandala Nasional Publishing, 2014 ) hlm 51

melibatkan berbagai dimensi, dari aspek ekonomi hingga hukum dan moralitas.<sup>3</sup>

### 3. Peran Etika Bisnis

Banyak ahli etika bisnis meyakini bahwa etika bisnis memegang peran krusial dalam membentuk kehidupan bisnis yang lebih baik, sehat, dan memberikan berkah dalam konteks keagamaan, bermanfaat bagi perusahaan, pengusaha, dan masyarakat sekitarnya. Para pakar, termasuk Haurissa dan Praptiningsih (2014), menegaskan bahwa etika harus menjadi panduan bagi individu yang terlibat dalam kegiatan sosial dan kehidupan bisnis, membimbing tindakan yang layak, benar, dan memberikan manfaat bagi semua pemangku kepentingan.

Pandangan alternatif dari Satyanugraha (2003) menyebutkan bahwa etika memainkan peran sebagai penghubung antara pelaku bisnis dan pelayanan purna jual, yang mencerminkan nilai-nilai bisnis untuk menjaga loyalitas konsumen. Tjiptono (2005) lebih lanjut menekankan peran etika sebagai prasyarat esensial bagi kelangsungan hidup perusahaan, di mana loyalitas konsumen dianggap kunci utama dalam bertahan di dunia bisnis. Arman (2011) menambahkan dimensi tambahan dengan menunjukkan bahwa etika bisnis juga turut berkontribusi dalam membentuk budaya bisnis yang positif, dimulai dari pengembangan prinsip-prinsip etika sebagai panduan perilaku sebelum menerapkan aturan atau etika dalam bentuk norma hukum.

Arman (2011) juga menekankan bahwa etika berfungsi sebagai panduan bagi individu di dunia bisnis, dengan praktik moral yang mengedepankan nilai-nilai prinsip moral seperti kejujuran, tanggung jawab, disiplin, dan perilaku non-diskriminatif. Semua ini menggarisbawahi pentingnya integritas dan moralitas dalam membentuk budaya bisnis yang positif dan berkelanjutan.<sup>4</sup>

Etika Bisnis dalam Syariat Islam Pada era globalisasi ini, sektor bisnis mengalami pertumbuhan yang cepat, dinamis, dan persaingan yang ketat. Hal ini mendorong para pengusaha untuk mengadopsi berbagai strategi guna mencapai tujuan atau visi bisnis mereka. Oleh karena itu, para pelaku bisnis perlu mengikuti nilai, norma, dan/atau standar tertentu dalam aktivitas mereka agar perusahaan dapat berfungsi secara efektif, lancar, dan berkelanjutan. Dengan demikian, diharapkan perusahaan dapat meraih keuntungan yang adil dan meraih kesuksesan melalui usaha mereka.

Integritas seorang pengusaha tercermin melalui nilai-nilai etika dan komunikatif yang memengaruhi sikap dan tindakannya dalam interaksi sosial. Modal kepercayaan utama dalam dunia bisnis adalah kejujuran. Ada pepatah bijak yang menyatakan: "Lebih baik mengalami kerugian finansial hari ini daripada kehilangan kepercayaan untuk esok hari." Ketika suatu perusahaan kehilangan kepercayaan pelanggan, pelanggan cenderung meninggalkannya dan

---

<sup>3</sup> Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si. dan Nur Ravita Hanun, SE., MA. Etika Bisnis dan Profesi ( Sidoarjo, Pindomeia Pustaka, 2020 ) hlm 4

<sup>4</sup> Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si. dan Nur Ravita Hanun, SE., MA. Etika Bisnis dan Profesi ( Sidoarjo, Pindomeia Pustaka, 2020 ) hlm 3

beralih ke perusahaan lain

Pada era persaingan ini, terdapat aspek-aspek dalam manajemen bisnis yang perlu ditingkatkan, menjadi fokus utama, antara lain: otonomi, tanggung jawab sosial, identitas, persaingan yang fair, konsep keberlanjutan, dan klaim yang jujur dan akurat. Jika pengembangan variabel-variabel tersebut didasarkan pada nilai-nilai moral dan etika, serta kesadaran pengusaha dalam menerapkannya, maka dapat menghindarkan praktik bisnis yang merugikan (termasuk semua biaya yang dapat diterima).

Selain itu, etika dan komunikasi merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas dan interaksi wirausaha. Wirausaha menekankan norma-norma agama serta hukum dalam berkomunikasi, yang juga menjadi tanggung jawab bersama kita sebagai warga negara dan hamba Allah SWT di dunia ini, bukan hanya menjadi tanggung jawab pengusaha semata. Oleh karena itu, harapan kami adalah menciptakan lingkungan bisnis yang positif, bersih, dan memiliki nilai tambah yang lebih besar daripada dampak negatifnya.

Kewirausahaan merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi, dan dalam konteks kapitalisme, bisnis dapat dianggap sebagai bentuk perjudian yang lebih mengutamakan pencapaian keuntungan atau kepuasan pribadi. Kelompok kapitalis secara sistematis dan tidak terlihat menindas serta mengeksploitasi pekerja dan masyarakat. Mereka dengan gegabah mengeksploitasi berbagai sumber daya alam untuk memuaskan nafsu serakahnya tanpa memperhatikan keberlanjutan. Di sisi lain, keterkaitan antara kapitalis dan para ilmuwan yang ahli berkontribusi pada kemajuan teknologi yang sangat cepat, mengurangi peran pihak lain. Dalam situasi seperti itu, para wirausahawan memiliki kesempatan untuk meraih keuntungan besar dan memengaruhi aktivitas mereka tanpa batasan yang berarti.

Islam, sebagai agama dengan ajaran yang komprehensif sebagai pedoman bagi kehidupan masyarakat, memiliki kapasitas untuk menangani berbagai permasalahan yang muncul di dunia bisnis. Al-Quran, sebagai kitab agama Islam, mengatur nilai-nilai, norma-norma, perilaku, dan etika dengan keseimbangan. Inilah tempat pentingnya etika dan komunikasi dalam konteks bisnis Islam sebagai solusi alternatif untuk mengatasi berbagai tantangan bisnis yang muncul, sehingga kita tidak terperangkap dalam perilaku egois. Hal ini sejalan dengan upaya untuk menghindari landasan mentalitas, keduniawian, individualisme, hedonisme, dan kelebihan yang menghalalkan segala cara.<sup>5</sup>

Tauhid memiliki peran yang sangat signifikan dalam etika bisnis Islam. Setidaknya, konsep Tauhid ini membawa dua pemahaman penting bagi setiap muslim. Pertama, setiap individu diharapkan memahami bahwa alam semesta ini diciptakan oleh Allah SWT untuk kesejahteraan manusia dan merupakan milik mutlak Allah. Al-Quran menjelaskan dengan sangat jelas bahwa segala sumber daya alam atau faktor produksi secara ekonomi adalah kepunyaan Allah SWT. Meskipun demikian, kepemilikan harta benda oleh manusia bersifat

---

<sup>5</sup> Munawir Nasir, *Etika dan Komunikasi dalam Bisnis Tinjauan Al-Qur'an, Filosofi dan Teoritis* (Makasar, CV. Social Politic Genius (SIGn), 2020) hlm 1-4

relatif. Oleh karena itu, petunjuk Al- Quran mengenai kehalalan dan keharaman harta benda dianggap sebagai suatu kewajiban untuk diikuti oleh masyarakat, karena memberikan manfaat bagi umat itu sendiri. Kedua, penciptaan manusia di dunia ini bertujuan agar mereka dapat melayani dan menyerahkan diri kepada Tuhannya (Allah). Menanamkan dua pemahaman ini dalam diri umat Islam akan memiliki dampak signifikan pada bisnis mereka. Dampak tersebut tercermin dalam sikap membantu masyarakat yang tidak memiliki modal awal atau aset, seperti memberikan pinjaman ekuitas dan kredit dengan bunga rendah untuk mendukung pembangunan usaha mereka. Bantuan ini tidak hanya berupa sedekah (ZIS), tetapi juga harus bersifat produktif. Sikap ini timbul karena kesadaran bahwa modal yang dimiliki tidak sepenuhnya milik mereka, melainkan merupakan amanah dari Allah yang harus digunakan untuk kebaikan umat manusia secara maksimal. Dengan kata lain, jika Tuhan menciptakan alam dan isinya untuk kebahagiaan manusia, maka manusia seharusnya menjadikannya suatu karya nyata.

Ketiga, setiap pelaku bisnis Muslim seharusnya memiliki pemahaman bahwa setiap langkah dalam dunia bisnis adalah bentuk ibadah kepada Allah SWT. Dengan bisnis dianggap sebagai ibadah, mereka diharapkan untuk tetap teguh dan berkomitmen pada prinsip-prinsip Islam, menjauhi pembenaran terhadap segala cara. Komitmen mereka untuk mematuhi ajaran Islam secara konsisten juga meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab spiritual mereka kepada Sang Pencipta. Tentunya, mengikuti prinsip-prinsip ajaran Islam memiliki dua manfaat yang tidak dapat diukur secara pasti, yaitu mendatangkan barakah.

Konsep pelaksanaan tindakan dalam Islam seharusnya merujuk pada dua fase kehidupan manusia, baik di dunia ini maupun di akhirat. Pandangan ini secara jelas berbeda dengan etika bisnis tradisional yang cenderung fokus pada pencapaian keuntungan materi dan bersifat duniaawi. Ketika terjadi pertentangan antara kepentingan dunia dan kepentingan spiritual, maka perlu diambil keputusan etis yang mengutamakan kepentingan abadi (akhirat) sambil menolak kepentingan semata-mata dunia.<sup>6</sup>

#### **4. Teori Etika Bisnis**

Teori etika bisnis adalah seperangkat prinsip dan nilai yang digunakan untuk menilai perilaku bisnis. Teori ini lahir untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang bagaimana cara mencapai kebahagiaan hidup dan apa tujuan hidup manusia. Ada tiga teori utama dalam etika bisnis, yaitu: Pertama, Teori utilitarianisme berpendapat bahwa tindakan yang baik adalah tindakan yang menghasilkan kebahagiaan yang sebesar-besarnya bagi sebanyak mungkin orang. Teori ini berfokus pada konsekuensi dari suatu tindakan, bukan pada motif atau niat pelakunya. Teori ini berfokus pada konsekuensi dari suatu tindakan, bukan pada motif atau niat pelakunya. Menurut teori ini, kebahagiaan adalah tujuan akhir dari semua tindakan manusia. Oleh karena itu, tindakan yang baik adalah tindakan yang menghasilkan kebahagiaan yang lebih besar daripada kesedihan atau penderitaan. Kedua, **Teori deontologis**

---

<sup>6</sup> Dr. H. Azhari Akmal Tarigan, M.Ag, Dari Etika Ke Spirituas Bisnis, ( Medan, IAIN PRESS, 2014 ), hlm 10

berpendapat bahwa tindakan yang baik adalah tindakan yang sesuai dengan kewajiban moral. Teori ini berfokus pada prinsip-prinsip moral yang berlaku secara universal, terlepas dari konsekuensinya. Ketiga, **Teori etika kebajikan** berpendapat bahwa tindakan yang baik adalah tindakan yang sesuai dengan kebajikan. Teori ini berfokus pada karakter dan kualitas moral pelakunya.

Maka dapat disimpulkan Teori etika bisnis adalah seperangkat prinsip dan nilai yang digunakan untuk menilai perilaku bisnis. Teori ini lahir untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang bagaimana cara mencapai kebahagiaan hidup dan apa tujuan hidup manusia. Ada tiga teori utama dalam etika bisnis, yaitu teori utilitarianisme, teori deontologis, dan teori etika kebajikan. Masing-masing teori memiliki pendekatan yang berbeda dalam menilai perilaku bisnis.

## 5. Teori Deontologi

Asal usul istilah deontologi berasal dari bahasa Yunani, "deon," yang artinya "tugas" atau "sesuatu yang diperlukan." Salah satu bentuk teori deontologis yang terkenal adalah milik Immanuel Kant (1724-1804), di mana penilaian atas baik atau buruknya perilaku didasarkan pada kewajiban. Sebuah tindakan dianggap baik, dan oleh karena itu, kita diwajibkan untuk melakukannya. Meskipun suatu tindakan dapat dianggap buruk, kita masih diwajibkan untuk menghindarinya. Teori ini menekankan bahwa penilaian atas baik atau buruknya suatu perilaku tidak tergantung pada hasil akhirnya, tetapi pada kewajiban yang melekat padanya. Contohnya, mengapa kita diwajibkan untuk bersikap jujur, adil, ikhlas, amanah, dan tidak merugikan orang lain? Jawabannya adalah karena itu adalah tugas yang harus diemban. Demikian pula, kita dilarang mencuri, merampok, dan merasa iri hati karena larangan tersebut merupakan kewajiban yang ditekankan dalam ajaran agama.

Prinsip konsekuensi dalam deontologi menyatakan bahwa apa yang terjadi setelah suatu tindakan harus dipisahkan dan tidak boleh menjadi pertimbangan. Tindakan tidak dapat dianggap baik hanya karena hasilnya positif setelah dilakukan. Sebaliknya, karena bersifat wajib, deontologi menekankan bahwa suatu tindakan harus dihindari, bahkan jika niatnya baik. Meskipun tujuan diinginkan, jika metodenya tidak benar, tindakan tersebut tetap tidak dapat dianggap baik.

Sebagai contoh, seorang siswa mungkin berusaha mencapai IPK tinggi, tetapi saat ujian, dia melakukan usaha ekstra untuk mendapatkan nilai tinggi, termasuk melakukan tindakan menyontek, dan sejenisnya. Oleh karena itu, tindakan semacam itu tidak dapat dianggap sebagai perilaku yang baik. Pendekatan ini memiliki perbedaan yang signifikan dengan teori teleologi yang telah dijelaskan sebelumnya. Secara esensial, aliran pemikiran ini menilai moralitas dari segi kesadaran diri bahwa perilaku perlu diperhatikan, dengan fokus pada pengaruh perilaku manusia. Penilaian mengenai apakah suatu tindakan dianggap baik, benar, dapat diterima, dan memiliki nilai moral bergantung pada ciri-ciri atau sifat-sifatnya. Sifat dan karakteristik perilaku menentukan apakah suatu tindakan dianggap bermoral atau

tidak.

Dalam konteks ini, teori deontologi memiliki variasi, antara lain: deontologi operasional sebagai bentuk eksistensialisme (etika situasional) dan deontologi regulasi sebagai dasar kewajiban. Deontologi regulasi menyatakan bahwa penilaian moral diukur berdasarkan standar yang berlaku, bukan berdasarkan kepuasan atau penderitaan. Tindakan yang mengikuti aturan dianggap sebagai tindakan bermoral.

Sementara itu, Agodeontologi menyatakan bahwa moralitas suatu hal tergantung pada bagaimana kita memenuhi kewajiban terhadap orang lain. Salah satu bagian dari agodeontologi adalah teori eksistensialisme.<sup>7</sup>

## **6. Implementasi Teori Deontologi dalam Berbisnis Syariah**

Etika bisnis Islam mencakup serangkaian nilai yang berlandaskan pada prinsip moral syariah mengenai moralitas baik, buruk, benar, dan salah dalam kehidupan bisnis. Selain itu, etika bisnis Islam juga melibatkan pemikiran atau refleksi terhadap moralitas dalam konteks ekonomi dan dunia bisnis. Ini mencakup refleksi terhadap hal-hal yang dianggap baik, buruk, memalukan, benar, salah, wajar, pantas, atau tidak pantas dalam konteks usaha atau pekerjaan seseorang. Dengan demikian, etika bisnis Islam dipahami sebagai seperangkat prinsip atau standar yang diterapkan oleh para pebisnis dalam transaksi, perilaku, dan hubungan mereka untuk mencapai tujuan bisnis dengan integritas dan keamanan.

Di Indonesia, peran agama memiliki signifikansi yang besar dalam kehidupan masyarakat, yang tercermin dalam sila pertama Pancasila, yaitu "Ketuhanan Yang Maha Esa" sebagai landasan ideologi bangsa. Berdasarkan data sensus penduduk tahun 2020, sebanyak 86,88 persen dari total 270,20 juta jiwa penduduk Indonesia menganut agama Islam. Tidak dapat disangkal bahwa saat ini Islam menjadi agama mayoritas di Indonesia.

Menjalankan ibadah haji merupakan harapan bagi setiap Muslim. Antusiasme masyarakat untuk melakukan ziarah ke Kabah sangat tinggi. Di Indonesia, minat untuk melaksanakan ibadah haji mencapai tingkat yang signifikan. Hal ini terlihat dari panjangnya daftar tunggu untuk keberangkatan haji. Meskipun demikian, daftar tunggu untuk jemaah haji Jatim pada tahun 2020 mencapai hingga 30 tahun. Oleh karena itu, untuk mempercepat keberangkatan, seringkali diperlukan pilihan paket haji khusus atau paket haji plus. Dalam tengah antrean yang panjang untuk melaksanakan ibadah haji, umat Islam mencari alternatif lain untuk memasuki Tanah Suci tanpa menunggu lama, yaitu dengan melaksanakan ibadah umrah. Dengan biaya umrah yang relatif lebih terjangkau dibandingkan dengan biaya haji, banyak umat Islam Indonesia memilih opsi tersebut untuk segera memenuhi hasrat mereka

---

<sup>7</sup> Mohammad Maiwan, *Memahami Teori-Teori Etika*,  
<https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jmb/article/download/9093/6204/> hlm 207

untuk mencapai tanah suci. Saat ini, seringkali agen perjalanan dianggap bertanggung jawab atas berbagai keluhan, seperti pelanggaran janji, praktik penipuan, dan sebagainya, dalam layanan haji dan umroh. Hal ini menunjukkan perlunya perusahaan menerapkan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnisnya, seperti kejujuran, sikap rendah hati, pemenuhan janji, dan tanggung jawab dilingkungan bisnis. Bisnis seperti ini sangat merugikan masyarakat. Karena nilai-nilai moral Islam dan etika bisnis tidak diterapkan dalam bisnis.

Menerapkan etika bisnis Islam sesuai ajaran Al-Quran menjadi suatu hal yang vital bagi para pengusaha. Nabi Muhammad SAW dikenal sebagai seorang pengusaha yang profesional karena menerapkan etika bisnis Islam. Rasulullah memiliki empat karakteristik yang layak diadopsi dalam manajemen bisnis, yakni: siddiq (kejujuran), amanah (kepercayaan), fathonah (kebijaksanaan), dan tabligh (menyampaikan dengan jelas). Dengan menerapkan sifat-sifat tersebut, para pengusaha dapat menghindari terlibat dalam kegiatan usaha yang melanggar prinsip-prinsip agama Islam. Artikel ini difokuskan pada implementasi etika bisnis Islam dalam layanan biro perjalanan bagi jamaah haji dan umrah. Hal ini penting karena banyaknya jamaah haji atau umrah yang memilih perusahaan tanpa memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Prinsip-prinsip etika yang menentukan etika bisnis Islam bersumber dari Al- Quran dan Hadits, dan harus dijadikan sebagai panduan bagi semua pihak yang terlibat dalam dunia bisnis. Etika terhadap Allah merujuk pada pedoman agama, sementara etika terhadap sesama manusia dapat ditaruh berdasarkan keyakinan atau akal sehat. Penelitian ini fokus membahas etika bisnis Islam, dengan penekanan pada hubungan sesama manusia atau hablum minannas.

Menjalankan ibadah Haji dan Umroh merupakan kewajiban bagi setiap Muslim, minimal satu kali seumur hidup. Perbedaan antara dua bentuk ibadah ini terletak pada latihan spiritual yang mendalam dan memiliki makna yang sangat penting. Agar dapat mencapai makna tersebut, manusia harus memiliki niat yang tulus dan melaksanakan ibadah tersebut semata-mata karena Allah. Dalam konteks pedagang umrah, haji, dan travel, diterapkan nilai-nilai etika bisnis, di antaranya kejujuran, yang Nabi tetapkan sebagai etika bisnis yang mendasar, karena kejujuran menjadi pondasi utama dalam menjalankan dan mengelola bisnis dengan berkelanjutan.<sup>8</sup>

#### **D. SIMPULAN**

Dalam perspektif Islam, bisnis dianggap sebagai jalur yang halal dan baik untuk memperoleh kekayaan, dengan penekanan pada pengelolaan yang baik, jujur, dan adil. Etika bisnis Islam menyoroti kepentingan kejujuran, baik dalam kata-kata maupun tindakan, yang juga menjadi pondasi utama untuk kelangsungan suatu perusahaan. Penerapan nilai-nilai etika, terutama kejujuran, tidak hanya relevan bagi pemimpin perusahaan tetapi juga perlu ditanamkan pada diri sendiri dan seluruh karyawan.

---

<sup>8</sup> An Ras Try Astuti, Etika Bisnis Islam, ( Sulawesi Selatan, IAIN Parepare Nusantara Press, 2022) hlm 1-4  
Copyright © 2024 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access  
article distributed under the CC BY 4.0 license - <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Di era persaingan ketat saat ini, manajemen usaha perlu mempertimbangkan beberapa variabel kunci, termasuk otonomi, tanggung jawab sosial, jati diri, persaingan yang sehat, konsep pembangunan berkelanjutan, dan tuntutan yang jujur dan benar. Pentingnya membangun praktik bisnis berdasarkan nilai-nilai moral dan etika diakui sebagai upaya untuk menghindari praktik "bisnis hitam."

Etika dan komunikasi tidak dapat dipisahkan dalam aktivitas dan komunikasi wirausaha. Wirausaha diharapkan menitikberatkan norma-norma agama dan hukum dalam setiap interaksi komunikatifnya. Menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, bersih, dan bernilai bukan hanya menjadi tanggung jawab individu atau perusahaan semata, melainkan tanggung jawab bersama sebagai warga negara dan hamba Allah SWT. Lingkungan bisnis yang baik diyakini akan memberikan manfaat yang lebih besardaripada kerugian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- An Ras Try Astuti. (2022). *Etika Bisnis Islam*. Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Dr. Anak Agung Dwi Widyanti, SE., MM., AK. (2020). *Etika Bisnis Perspektif Teori Dan Praktis*. Bali: CV. Noah Aletheia.
- Dr. H. Azhari Akmal Tarigan, M. Ag. (2015). *Etika Ke Spiritualitas Bisnis*. Medan : IAIN PRESS.
- Dr. Sigit Hermawan, SE., M. Si. (2020). *Etika Bisnis Dan Profesi*. Sidoarjo: Pindomedia Pustaka.
- Mohammad Maiwan. (t.thn.). *Memahami Teori-Teori Etika*.
- Munawir . (2020). *Etika dan Komunikasi dalam Bisnis* . Makassar: CV. Social Politic Genius (SIGn).
- Prof Dr Thomas Santoso, M. Si. (2022). *Etika Bisnis*. Surabaya: CV. Saga Jawadwipa.
- Prof. Dr. Adji Suratman, CA, CPMA, AK. (2014). *Etika Bisnis Dan Profesi* . Bogor: IPB Bogor.