

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM BISNIS INTERNASIONAL

Maya Adelia, Chantika Levina Jayanti, Rahmat Dani Azzikri, Diah Mukminatul Hasyimi

Universitas Islam Raden Intan Lampung

Email: ronamaya0118@gmail.com, chantikalevina06@gmail.com,
rahmatdaniazzikri@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas konsep etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnis internasional dengan fokus pada nilai moral dan prinsip syariah yang memengaruhi praktik perdagangan global. Kajian etika bisnis Islam menurut Beekun (1997) menjelaskan bahwa etika merupakan seperangkat standar moral yang mengatur perilaku manusia dalam aktivitas ekonomi. Bisnis internasional menghadirkan tantangan besar karena perbedaan budaya, regulasi, serta kompetisi global yang menuntut standar etika kuat bagi setiap pelaku usaha. Interaksi antara nilai syariah dan dinamika pasar global menciptakan kebutuhan akan pedoman yang konsisten dalam menjaga keadilan dan kejujuran. Prinsip dasar seperti kejujuran, transparansi, dan larangan riba menjadi acuan utama dalam menjaga integritas aktivitas bisnis. Peran etika menjadi semakin penting ketika pelaku usaha berhadapan dengan situasi yang berpotensi menimbulkan praktik manipulatif atau eksploitasi. Hubungan antara norma syariah dan tuntutan bisnis modern membutuhkan pemahaman mendalam agar keputusan ekonomi tetap berada dalam koridor moral. Kajian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam menawarkan solusi penting bagi pelaku bisnis yang ingin beroperasi secara global dengan tetap mempertahankan integritas spiritual dan profesionalisme.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Bisnis Internasional, Syariah, Moral, Integritas

Abstract

This study examines the concept of Islamic business ethics in international business activities, focusing on moral values and Sharia principles that influence global trade practices. According to Beekun (1997), Islamic business ethics is a set of moral standards that govern human behavior in economic activities. International business presents significant challenges due to cultural differences, regulations, and global competition, which demand strong ethical standards for every business actor. The interaction between Sharia values and global market dynamics creates the need for consistent guidelines to maintain fairness and honesty. Basic principles such as honesty, transparency, and the prohibition of usury serve as primary references for maintaining the integrity of business activities. The role of ethics becomes increasingly important when business actors face situations that have the potential to lead to manipulative or exploitative practices. The relationship between Sharia norms and the demands of modern business requires a deep understanding to ensure that economic decisions remain within moral boundaries. This study demonstrates that the application of Islamic business ethics offers an important solution for business actors who wish to operate globally while maintaining spiritual integrity and professionalism.

Keywords: Business Ethics, International Business, Sharia, Morals, Integrity

Article history

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism checker no 1458

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Pendahuluan

Etika bisnis Islam secara umum dipahami sebagai seperangkat nilai moral yang mengatur perilaku pelaku usaha berdasarkan ajaran syariah. Konsep etika menurut Keraf (1998) dijelaskan sebagai refleksi kritis mengenai prinsip moral yang menjadi dasar dalam tindakan manusia. Prinsip etika bisnis Islam mengutamakan kejujuran, keadilan, dan amanah sebagai pedoman utama dalam kegiatan ekonomi. Kegiatan bisnis internasional menghadirkan tantangan yang lebih kompleks karena perbedaan hukum, budaya, dan sistem ekonomi di berbagai negara. Interaksi lintas negara menuntut standar moral yang kuat agar kegiatan bisnis tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Posisi etika menjadi sangat penting ketika pelaku bisnis dihadapkan pada praktik pasar global yang semakin kompetitif. Penguatan prinsip syariah diperlukan agar pelaku usaha dapat mempertahankan integritas dalam lingkungan ekonomi yang dinamis. Pembahasan mengenai etika bisnis Islam dalam konteks internasional menjadi relevan untuk memahami bagaimana nilai moral dapat diterapkan secara konsisten di pasar global.

Perkembangan bisnis internasional menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha Muslim untuk memperluas jaringan perdagangan. Pemahaman mengenai bisnis internasional secara definisi menurut Griffin dan Pustay (2015) meliputi aktivitas ekonomi yang melibatkan transaksi lintas negara. Kegiatan ini mencakup ekspor, impor, investasi, dan kerja sama antarlembaga yang beroperasi di berbagai wilayah dunia. Peluang ekonomi global memperluas kesempatan bagi pelaku usaha untuk bersaing di tingkat internasional. Tantangan muncul ketika setiap transaksi harus tetap sesuai dengan prinsip syariah yang melarang riba, gharar, dan penipuan. Penerapan etika yang benar membantu pelaku usaha menghindari praktik yang merugikan pihak lain. Kesesuaian antara kegiatan bisnis dan prinsip Islam memberi jaminan bahwa keuntungan yang diperoleh berasal dari aktivitas halal. Kajian ini penting untuk mengetahui bagaimana pelaku bisnis dapat menjaga nilai syariah dalam kompetisi global.

Nilai dasar etika bisnis Islam memiliki kedudukan penting sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan ekonomi. Prinsip keadilan menurut Chapra (2000) menjadi inti dalam sistem ekonomi Islam yang menolak segala bentuk ketidakadilan. Aktivitas bisnis internasional sering kali memunculkan risiko persaingan tidak sehat yang dapat merugikan pihak tertentu. Penerapan keadilan dalam bisnis memastikan bahwa setiap pihak mendapatkan haknya secara seimbang. Prinsip amanah memberi penekanan pada tanggung jawab moral dalam menjalankan transaksi. Keadilan dan amanah diperlukan agar pelaku bisnis mampu menjaga hubungan baik dengan mitra internasional. Norma syariah memberi batasan jelas mengenai praktik yang diperbolehkan dan dilarang. Penerapan prinsip tersebut membantu menciptakan kepercayaan yang menjadi dasar hubungan bisnis jangka panjang.

Transparansi menjadi salah satu prinsip kunci dalam etika bisnis Islam yang relevan diterapkan dalam pasar global. Konsep transparansi menurut Yusuf al-Qaradawi menjelaskan bahwa Islam mendorong keterbukaan dalam setiap transaksi untuk menghindari kecurangan. Keterbukaan informasi sangat penting ketika pelaku bisnis bekerja sama dengan mitra dari berbagai negara. Tantangan dalam bisnis internasional sering muncul akibat perbedaan aturan dan interpretasi kontrak. Informasi yang jelas dan akurat membantu membangun pemahaman yang sama antara pihak yang terlibat. Pelaku usaha yang menerapkan transparansi cenderung mendapat kepercayaan lebih besar dari mitra internasional. Hubungan ekonomi yang dibangun melalui kejujuran memberi kontribusi pada keberlanjutan kerja sama jangka panjang. Nilai transparansi memperkuat posisi pelaku bisnis dalam menghadapi dinamika pasar global yang penuh ketidakpastian.

Larangan riba dan praktik tidak adil menjadi fondasi penting dalam etika bisnis Islam yang harus dipatuhi dalam transaksi internasional. Penjelasan riba menurut Antonio (2001) merujuk pada tambahan yang disyaratkan dalam transaksi pinjaman yang membawa ketidakadilan bagi salah satu pihak. Pasar global sering kali melibatkan sistem finansial yang berbasis bunga sehingga pelaku usaha Muslim perlu berhati-hati dalam memilih instrumen

keuangan. Kesesuaian transaksi dengan prinsip syariah menjadi komponen penting agar kegiatan ekonomi tetap halal. Pemahaman yang tepat mengenai larangan tersebut membantu pelaku bisnis menghindari praktik yang bertentangan dengan nilai Islam. Keputusan yang sesuai syariah memberi keamanan moral dan spiritual bagi pelaku usaha. Ketaatan pada prinsip tersebut juga menunjukkan komitmen terhadap etika profesional dalam bisnis internasional. Integritas pelaku usaha meningkat ketika aktivitas ekonomi dijalankan tanpa melanggar larangan syariah.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah studi kepustakaan yang memfokuskan pengumpulan data dari berbagai sumber akademik terkait etika bisnis Islam dan bisnis internasional. Penggunaan studi kepustakaan dijelaskan secara umum oleh Zed (2014) sebagai proses penelusuran informasi melalui buku, jurnal, dan dokumen ilmiah yang relevan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyeleksi literatur yang memiliki otoritas akademik serta keterkaitan langsung dengan tema penelitian. Analisis data dilakukan dengan membaca, memahami, dan menginterpretasikan hasil penelitian terdahulu untuk menemukan hubungan antara prinsip syariah dan praktik bisnis global. Pemilihan metode ini dianggap tepat karena penelitian bertujuan memahami konsep, bukan melakukan observasi lapangan. Kualitas data sangat dipengaruhi oleh kelengkapan dan keakuratan sumber yang digunakan. Kajian teoritis memberi ruang bagi penulis untuk membandingkan pendapat para ahli secara objektif. Hasil analisis digunakan untuk menjelaskan bagaimana prinsip etika Islam dapat diterapkan dalam kegiatan bisnis internasional.

Proses penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis yang disusun untuk menjaga kejelasan alur analisis. Tahap pertama adalah identifikasi topik dan penyusunan batasan masalah agar pembahasan tidak keluar dari fokus kajian. Tahap kedua adalah pengumpulan literatur dengan memilih sumber yang relevan melalui Google Scholar, perpustakaan digital, dan publikasi akademik yang terpercaya. Tahap ketiga adalah evaluasi literatur dengan memperhatikan keaslian, tahun publikasi, dan kontribusi ilmiahnya terhadap pembahasan. Tahap keempat adalah melakukan sintesis dari berbagai pendapat ahli untuk menemukan pola yang berkaitan dengan nilai etika Islam dan praktik bisnis global. Tahap kelima adalah merumuskan temuan yang dapat mendukung analisis pada bagian pembahasan. Tahap keenam adalah menyusun hasil penelitian dalam bentuk narasi ilmiah yang terstruktur. Tahap terakhir adalah melakukan pengecekan ulang agar seluruh informasi tersaji secara konsisten dan sesuai dengan prinsip penulisan akademik. Hasil dari setiap tahapan digunakan untuk menghasilkan analisis yang lebih mendalam pada bagian berikutnya.

Pembahasan

1. Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Aktivitas Ekonomi Global

Prinsip etika bisnis Islam berlandaskan ajaran syariah yang mengatur perilaku ekonomi secara adil, jujur, dan bertanggung jawab. Pengertian etika bisnis menurut Beekun (1997) dijelaskan sebagai prinsip moral yang membentuk perilaku manusia dalam kegiatan usaha. Prinsip ini menjadi dasar bagi pelaku bisnis Muslim untuk menjaga integritas di berbagai situasi, termasuk ketika berhadapan dengan pasar internasional. Kegiatan bisnis global menuntut kejelasan sikap agar pelaku usaha tidak terbawa arus kompetisi yang berpotensi mendorong praktik tidak etis. Persepsi etika menjadi identitas penting bagi pelaku usaha Muslim dalam menjaga reputasi di tengah lingkungan ekonomi modern. Nilai syariah memberi batasan jelas tentang tindakan yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam transaksi. Ajaran tersebut memberikan panduan agar keuntungan yang diperoleh tetap sesuai dengan aturan moral Islam. Kesesuaian prinsip syariah dengan konteks global menjadikan etika bisnis Islam tetap relevan dalam perkembangan ekonomi dunia saat ini.

Prinsip keadilan memiliki posisi sentral dalam etika bisnis Islam dan dijelaskan oleh Chapra (2000) sebagai keseimbangan yang menjaga hak setiap pihak dalam aktivitas ekonomi. Keadilan menjadi dasar hubungan antara pelaku bisnis agar tidak terjadi eksploitasi dalam transaksi. Transaksi internasional memiliki risiko ketimpangan informasi yang dapat merugikan pihak tertentu jika tidak diatur oleh prinsip moral yang kuat. Keadilan membantu menciptakan kondisi perdagangan yang seimbang sehingga kerja sama dapat berlangsung secara sehat. Pelaku bisnis internasional dapat menggunakan prinsip ini sebagai pedoman untuk menghindari praktik manipulatif yang sering muncul dalam persaingan global. Penguatan nilai keadilan memberi dampak positif terhadap keberlanjutan kerja sama ekonomi antarnegara. Keadilan juga memperkuat rasa saling percaya antara mitra bisnis dari budaya yang berbeda. Keberadaan nilai ini menunjukkan bahwa etika Islam mampu memberikan arah bagi keputusan ekonomi yang lebih manusiawi.

Konsep amanah menjadi nilai penting lainnya dalam etika bisnis Islam yang merujuk pada tanggung jawab moral pelaku usaha dalam menjalankan transaksi. Pengertian amanah secara umum dijelaskan oleh Al-Ghazali sebagai sikap menjaga kepercayaan dalam setiap tindakan. Tanggung jawab ini mencakup kejujuran dalam menyampaikan informasi, pemenuhan janji, dan pelaksanaan kontrak sesuai kesepakatan. Bisnis internasional membutuhkan nilai amanah karena perbedaan jarak, budaya, dan sistem hukum dapat menimbulkan risiko kesalahpahaman. Mitra bisnis dari berbagai negara memberikan kepercayaan besar kepada perusahaan yang menunjukkan konsistensi terhadap komitmen. Penegakan amanah memperkuat reputasi dan menambah peluang kerja sama jangka panjang. Pelaku usaha yang menjaga amanah juga dianggap lebih profesional dalam menjalankan operasional bisnis. Nilai amanah menjadi fondasi penting bagi stabilitas hubungan ekonomi global yang terus berkembang.

2. Tantangan Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Bisnis Internasional

Penerapan etika bisnis Islam pada lingkup internasional dihadapkan pada perbedaan sistem ekonomi antara negara-negara yang terlibat. Sistem ekonomi konvensional yang dominan di pasar global umumnya menggunakan konsep bunga sebagai instrumen finansial utama. Prinsip syariah melarang praktik riba karena dianggap sebagai tambahan yang merugikan salah satu pihak dalam transaksi, seperti dijelaskan oleh Antonio (2001). Perbedaan ini menimbulkan tantangan bagi pelaku usaha Muslim dalam memilih instrumen pendanaan yang sesuai syariah. Pelaku usaha perlu melakukan penyesuaian agar transaksi tetap halal tanpa mengurangi kemampuan bersaing di pasar global. Keterbatasan akses terhadap lembaga keuangan syariah internasional menjadi kendala di beberapa negara. Perbedaan sistem keuangan menuntut kreativitas pelaku bisnis Muslim dalam memilih alternatif pembiayaan. Tantangan tersebut menunjukkan bahwa penerapan etika syariah membutuhkan strategi yang matang dalam konteks global.

Perbedaan budaya menjadi tantangan lain dalam menjaga penerapan etika bisnis Islam di pasar internasional. Budaya bisnis setiap negara memiliki etika, kebiasaan, dan cara komunikasi yang berbeda-beda. Perbedaan nilai ini berpotensi menimbulkan kesalahpahaman jika pelaku bisnis tidak mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan internasional. Pelaku usaha Muslim tetap harus memegang prinsip syariah sambil memahami budaya mitra agar hubungan bisnis terjalin dengan baik. Keterampilan interkultural menjadi kompetensi penting dalam menghadapi keragaman budaya tersebut. Pemahaman lintas budaya juga memengaruhi cara suatu perusahaan menyampaikan pesan dan negosiasi. Pelaku bisnis yang mengabaikan perbedaan budaya berisiko mengalami hambatan komunikasi dan kegagalan kerja sama. Kemampuan menempatkan etika Islam dalam konteks budaya global membantu menciptakan hubungan yang lebih harmonis. Tantangan budaya memperlihatkan bahwa etika syariah harus diiringi kecakapan adaptasi dalam praktik global.

Dinamika regulasi internasional memberikan tantangan tambahan terhadap penerapan etika bisnis Islam. Aturan perdagangan global ditetapkan oleh lembaga seperti WTO yang tidak selalu sejalan dengan prinsip syariah. Regulasi mengenai tarif, standar produk, dan ketentuan ekspor impor dapat menuntut pelaku usaha untuk menyesuaikan strategi bisnisnya. Pelaku bisnis Muslim harus memastikan bahwa penyesuaian tersebut tidak melanggar prinsip syariah yang telah menjadi fondasi moral aktivitas ekonomi. Regulasi yang ketat sering membuat perusahaan harus lebih teliti dalam mengatur proses produksi dan distribusi. Kesesuaian produk dengan standar global membutuhkan komitmen terhadap mutu dan transparansi. Pelaku usaha harus memahami ketentuan internasional agar tidak mengalami hambatan hukum atau administratif. Tantangan regulasi menunjukkan bahwa pelaku bisnis harus memiliki pemahaman mendalam tentang aturan global dan nilai syariah secara bersamaan.

3. Relevansi Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Bisnis Internasional Modern

Relevansi etika bisnis Islam terlihat dari meningkatnya kebutuhan terhadap prinsip moral dalam kegiatan bisnis global. Perubahan struktur ekonomi internasional menuntut perusahaan untuk menjaga integritas dalam persaingan yang semakin ketat. Pelaku bisnis perlu menunjukkan komitmen terhadap nilai moral agar mampu membangun kepercayaan di pasar global. Prinsip syariah menawarkan standar moral yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memperkuat reputasi dan keandalan. Nilai moral yang jelas membantu perusahaan menghadapi isu seperti korupsi, penipuan, dan praktik eksploitasi yang sering terjadi dalam perdagangan internasional. Kejelasan etika memberi arah dalam pengambilan keputusan yang berdampak pada keberlanjutan bisnis. Pelaku usaha Muslim dapat menggunakan etika Islam sebagai identitas moral dalam menghadapi tantangan global. Relevansi etika Islam semakin terlihat ketika pasar global membutuhkan standar etika yang mampu menjaga stabilitas hubungan dagang.

Prinsip transparansi menjadi kebutuhan utama dalam bisnis internasional modern. Kejelasan informasi memiliki peran penting dalam menciptakan hubungan bisnis yang sehat di tengah kompleksitas transaksi global. Pengertian transparansi menurut Al-Qaradawi menekankan pentingnya keterbukaan agar tidak terjadi manipulasi atau penipuan. Perusahaan yang mengutamakan transparansi cenderung lebih dipercaya oleh mitra bisnis dari berbagai negara. Keterbukaan juga mendukung efektivitas negosiasi dan pengambilan keputusan pada setiap tahap transaksi. Kejelasan data membantu perusahaan menghindari konflik kontraktual yang sering muncul akibat kesalahpahaman. Transparansi memberi jaminan bahwa perusahaan beroperasi secara profesional dan bertanggung jawab. Relevansi nilai ini menunjukkan bahwa etika Islam selaras dengan tuntutan bisnis global yang memerlukan kejelasan dalam setiap aspek kerja sama.

Prinsip halal menjadi aspek penting yang semakin mendapat perhatian dalam pasar internasional. Produk halal mengalami peningkatan permintaan global sehingga pelaku bisnis Muslim memiliki peluang besar dalam perdagangan lintas negara. Pengertian halal menurut Departemen Agama dijelaskan sebagai segala sesuatu yang diperbolehkan oleh syariah dan tidak mengandung unsur yang diharamkan. Perusahaan yang menghasilkan produk halal perlu memastikan seluruh proses produksi sesuai dengan standar syariah, mulai dari bahan baku hingga distribusi. Permintaan global terhadap produk halal memperlihatkan bahwa prinsip syariah memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Kesesuaian produk dengan standar halal meningkatkan daya saing perusahaan di pasar internasional. Perusahaan yang memegang prinsip halal memiliki peluang lebih besar dalam menembus pasar negara-negara yang memiliki komunitas Muslim besar. Relevansi konsep halal membuktikan bahwa nilai etika Islam dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam bisnis internasional.

Kesimpulan

Etika bisnis Islam menawarkan kerangka moral yang kuat untuk bisnis internasional dengan menekankan prinsip-prinsip seperti keadilan, amanah, transparansi, dan larangan riba. Nilai-nilai syariah ini menjadi penopang integritas dalam transaksi lintas negara yang rentan terhadap eksploitasi dan manipulasi. Penerapan etika Islam pada bisnis global dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan membangun kepercayaan mitra bisnis di banyak budaya. Prinsip keadilan ('adl) dan tanggung jawab ('mas'uliyah) menurut Chapra dan ulama kontemporer sangat relevan sebagai pedoman agar keuntungan bisnis tidak diperoleh dengan merugikan pihak lain. Nilai amanah mendorong pelaku usaha untuk menjaga komitmen dan kesepakatan, yang penting dalam kerja sama jangka panjang antarnegara. Transparansi menjadi sangat krusial dalam skenario internasional agar konflik dan kesalahpahaman bisa diminimalkan. Tantangan utama penerapan etika ini adalah perbedaan sistem keuangan, regulasi, dan budaya ekonomi antar negara. Meski demikian, etika bisnis Islam tetap relevan dan strategis karena dapat menjadi nilai kompetitif sekaligus identitas moral di pasar global.

Daftar Pustaka

- Abdul Haqi & Madian M. Muchlis. Tinjauan Literatur tentang Etika Bisnis Syariah Berdasarkan Prinsip Amanah dan Adil. *Kajian Ekonomi dan Akuntansi Terapan*. DOI: 10.61132/keat.v1i4.639
- Az-Zahra, S. Implementasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam dalam Praktik E-Commerce: Studi Kasus Shopee. *JEJ: Jurnal Ekonomi dan Jasa*.
- Hamim, Nabila & Ibrahim, Hendra. The Role of Islamic Business Ethics in the International Business Competition Market. *NIZAM: International Journal of Islamic Studies*, Vol. 3, Issue 1, 2025.
- Hardiansyah, K. Islamic Business Ethics: The Key to Success in Family Business. *RIEF (Research in Islamic Economics and Finance)*.
- Ilham, M., Nanda Suryadi, & Raja S. P. Harahap. Restorasi Etika Bisnis Global melalui Nilai Tauhid dan Keadilan dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Masharif Al-Syariah*. DOI: 10.30651/jms.v10i5.28851
- Maulida, I., Novita, & Siti F. Aisyah. Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. DOI: 10.24252/el-iqthisady.vi.46740
- Mubarok, F. Zaki & N. S. Fadjar. Telaah Kritis Etika Bisnis dalam Perspektif Islam (Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha). *Islamic Economics and Finance in Focus*. DOI: 10.21776/ieff.2024.03.01.10
- Mursidah, M. Etika Bisnis Islam dalam Hubungan Produsen dan Konsumen: Kajian Terhadap Prinsip Kejujuran dan Transparansi. *The Journal of Islamic Economics and Business (JOEBIS)*. DOI: 10.58472/joebis.v1i1.229
- Ritonga, M. J. & Jamal, K. Etika Bisnis dalam Al-Qur'an: Kajian Tafsir atas Ayat-Ayat tentang Keadilan dan Kejujuran dalam Perdagangan. *Jurnal Masharif Al-Syariah*. DOI: 10.30651/jms.v10i1.25102
- Sampurno, W. Mijil. Implementation of Islamic Business Ethics and Its Impacts on Family Business. *JIELariba*.