

ETIKA BISNIS ISIAM DALAM BISNIS INTERNASIONAL

Aldo Andrean¹, Dhyaa Fadhiila², Halimah Tussadiyah³, Diah Mukminatul Hasimi⁴¹²³⁴Universitas islam Negeri Raden Intan LampungEmail: dhyaafdd@gmail.com¹, aldoandreas739@gmail.com²,diyahhalimatussadiyah88@gmail.com³, diahmukminatul@radenintan.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam implementasi dan relevansi Etika Bisnis Islam dalam menghadapi tantangan etika yang kompleks di tengah intensitas bisnis internasional dan globalisasi. Etika Bisnis Islam yang berakar pada prinsip Tauhid dan diarahkan pada pencapaian Falah, menekankan nilai-nilai seperti *Shiddiq*, *Amanah*, *Tabligh* dan *Fathanah* serta melarang praktik eksploitatif seperti *Riba*, *Gharar*, dan *Maysir*, sehingga menawarkan kerangka kerja untuk keuangan yang stabil dan berbasis aset. Meskipun memiliki prinsip universal, penerapan Etika Bisnis Islam dalam konteks lintas batas menghadapi tantangan berupa inkonsistensi regulasi dan kurangnya literasi di kalangan pemangku kepentingan non-Muslim. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur dan analisis isi dokumen hukum untuk membangun kerangka konseptual yang kokoh. Selain itu, penelitian ini secara khusus menyoroti integrasi Etika Bisnis Islam ke dalam *Islamic Green Economy* memposisikan *Hifz Al-Bi'ah* sebagai tujuan integral dari *Maqashid Al-Syariah* untuk menjamin keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan panduan praktis dan teoritis untuk model kerangka kerja etika yang lebih baik dalam operasi bisnis multinasional yang selaras antara profitabilitas dan kewajiban moral.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Perdagangan, *Green Economy*, *Maqashid Al Syariah*

Abstract

This study aims to analyze in depth the implementation and relevance of Islamic Business Ethics in the face of complex ethical challenges amid the intensity of international business and globalization. Islamic Business Ethics rooted in the principle of Tawheed and directed towards the attainment of Falah, emphasizes values such as Shiddiq, Amanah, Tabligh and Fathanah and prohibits exploitative practices such as Riba, Gharar, and Maysir, thus offering a framework for stable, asset-based finance. Despite having universal principles, the application of Islamic Business Ethics in a cross-border context faces challenges in the form of regulatory inconsistency and lack of literacy among non-Muslim stakeholders. This study uses a qualitative approach through literature study and content analysis of legal documents to build a solid conceptual framework. In addition, the study

Article History

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism Checker no 1483

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/)

specifically highlights the integration of Islamic Business Ethics into the Islamic Green Economy positioning Hifz Al-bi'ah as an integral objective of Maqashid Al-Sharia to ensure economic, social, and environmental sustainability. It is hoped that this study can provide practical and theoretical guidance for a better ethical framework model in multinational business operations aligned between profitability and moral obligation.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Trade, Green Economy, Maqashid Al Syariah*

PENDAHULUAN

Dunia bisnis kontemporer ditandai dengan intensitas globalisasi yang belum pernah terjadi sebelumnya, di mana transaksi lintas batas dan kemitraan multinasional menjadi norma (Resen & Sushanti, 2022). Arus barang, jasa, dan modal yang masif ini membawa serta tantangan etika yang kompleks. Kesenjangan budaya, perbedaan regulasi hukum, dan tekanan persaingan sering kali mengaburkan batas moralitas bisnis. Dalam konteks ini, muncul kebutuhan mendesak akan kerangka etika yang kokoh, universal, dan berkelanjutan untuk memandu perilaku perusahaan, memastikan keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial (Christianingrum et al., 2024). Kerangka Etika Bisnis Islam menawarkan lensa unik untuk mengatasi tantangan-tantangan global ini.

Etika Bisnis Islam berakar kuat pada dua sumber primer ajaran Islam: Al-Qur'an dan As-Sunnah (Minarni, 2024). Konsep fundamentalnya adalah Tauhid (keesaan Tuhan), yang menanamkan kesadaran bahwa semua aktivitas manusia, termasuk bisnis, adalah bentuk ibadah (*'ibadah*) dan harus diarahkan pada pencapaian Falah. Etika Bisnis Islam tidak hanya fokus pada profitabilitas, tetapi mewajibkan pengusaha untuk menjunjung tinggi nilai-nilai seperti Shiddiq (kebenaran), Amanah (kepercayaan/integritas), Tabligh (komunikasi yang jujur), dan Fathanah (kecerdasan/profesionalisme) (Aprianto et al., 2020). Hal ini memposisikan bisnis sebagai instrumen keadilan sosial dan pembangunan berkelanjutan.

Dalam bisnis internasional, prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam menawarkan solusi yang relevan terhadap isu-isu krusial. Larangan Riba (bunga/usury), Gharar dan Maysir (judi) memberikan kerangka kerja untuk keuangan yang stabil dan berbasis aset, berlawanan dengan praktik spekulatif yang memicu krisis finansial global. Lebih lanjut, penekanan pada Zakat (amal wajib) dan pelarangan praktik eksploitatif memastikan distribusi kekayaan yang lebih adil dan keseimbangan ekosistem sosial-ekonomi di pasar global. Hal ini sangat penting mengingat kritik global terhadap praktik kapitalisme yang cenderung mementingkan laba tanpa batas (Hidayana & Hendra, 2023).

Meskipun prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam bersifat universal, implementasinya dalam bisnis internasional menghadapi tantangan yang signifikan. Tantangan utama meliputi inkonsistensi regulasi antara negara-negara Muslim dan non-Muslim, perbedaan interpretasi atas prinsip-prinsip Syariah di berbagai mazhab hukum Islam, dan tekanan pasar untuk mengadopsi praktik-praktik bisnis konvensional (Hamzah, 2025). Selain itu, kurangnya literasi dan pemahaman yang memadai tentang Etika Bisnis Islam di kalangan pemangku kepentingan non-Muslim seringkali menjadi penghalang dalam membangun kemitraan yang transparan dan saling percaya, sehingga diperlukan penelitian yang mendalam untuk menjembatani kesenjangan ini.

Peningkatan signifikan pada ekonomi halal global yang mencakup makanan, keuangan Islam, perjalanan, kosmetik, dan farmasi menunjukkan bahwa prinsip-prinsip Islam dapat menjadi kekuatan pasar yang tangguh dan standar etika yang diakui. Pasar ini tidak hanya melayani 1,9 miliar populasi Muslim, tetapi juga menarik konsumen non-Muslim yang mencari produk yang lebih bersih, etis, dan bertanggung jawab (Iswanaji et al., 2024). Penelitian

tentang Etika Bisnis Islam dalam bisnis internasional menjadi krusial untuk menganalisis bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan peluang pasar ini sambil memastikan bahwa sertifikasi halal benar-benar mencerminkan integritas etika dari hulu ke hilir rantai pasokan.

Meskipun prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam memberikan kerangka etika yang kuat dan universal, terdapat kesenjangan signifikan dalam literatur yang membahas efektivitas implementasi praktis Etika Bisnis Islam dalam konteks bisnis internasional yang didominasi sistem konvensional. Penelitian yang sudah ada cenderung fokus pada aspek normatif Etika Bisnis Islam, namun belum secara memadai menjembatani antara teori filosofis dan strategi operasional konkret. Kesenjangan ini diperburuk oleh kurangnya literasi dan perbedaan interpretasi Syariah di berbagai yurisdiksi, yang menjadi penghalang dalam membangun kemitraan global yang transparan dan saling percaya. Khususnya dalam isu keberlanjutan, meskipun studi ini mengaitkan Hifz Al-Bi'ah dengan Maqashid Al-Syariah untuk mendukung *Green Economy*, masih minimnya indikator kinerja yang jelas dan terukur untuk menilai sejauh mana perusahaan multinasional, khususnya yang menggunakan instrumen Keuangan Islam, berhasil mengintegrasikan tanggung jawab lingkungan dan sosial secara efektif dalam operasional lintas batas mereka.

Mengingat kompleksitas dan signifikansi isu-isu di atas, penelitian yang berjudul "Etika Bisnis Islam dalam Bisnis Internasional" bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dapat diintegrasikan secara efektif dan berkelanjutan ke dalam operasi bisnis lintas batas. Studi ini diharapkan dapat memberikan model kerangka kerja etika yang lebih baik bagi perusahaan multinasional yang beroperasi di pasar Muslim, serta mengidentifikasi praktik terbaik (*best practices*) yang selaras antara kebutuhan profitabilitas dan kewajiban moral. Kontribusi penelitian ini adalah mengisi kesenjangan literatur dengan menyajikan panduan praktis dan teoritis mengenai penerapan etika transendental dalam arena bisnis yang semakin sekuler dan kompetitif.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini akan mengadopsi pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi literatur yang diperkaya dengan analisis dokumen hukum dan standar praktik. Pendekatan kualitatif dipilih karena sifat etika bisnis Islam yang normatif, filosofis, dan kontekstual, yang memerlukan interpretasi mendalam terhadap teks-teks primer serta literatur sekunder (jurnal akademis, buku, dan laporan industri) yang membahas Etika Bisnis Islam, Hukum Bisnis Islam dan standar internasional seperti ISO 22000 atau Global Halal Standard. Tujuannya adalah membangun kerangka konseptual yang kokoh mengenai bagaimana nilai-nilai fundamental Islam diterjemahkan menjadi praktik bisnis yang relevan di pasar global.

Sumber Data

Data primer dan sekunder akan dikumpulkan secara sistematis. Data primer mencakup dokumen-dokumen foundational Islam yang berisi panduan eksplisit mengenai transaksi bisnis, keadilan, dan integritas (Mursidah, 2025). Data sekunder akan menjadi sumber utama dan terdiri dari Literatur akademik yang berfokus pada Etika Bisnis Islam, Keuangan Islam, dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Muslim, laporan dan standar dari lembaga internasional yang mendefinisikan praktik bisnis halal dan etis dan kasus studi dan artikel berita mengenai perusahaan multinasional yang sukses atau gagal dalam menerapkan prinsip Etika Bisnis Islam. Teknik pengumpulan data utama adalah dokumentasi, yang melibatkan pencatatan, klasifikasi, dan sintesis informasi dari berbagai sumber tersebut.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi kualitatif yang bersifat induktif dan komparatif. Tahapan analisis akan meliputi Reduksi Data, di mana data yang dikumpulkan

disortir dan difokuskan pada konsep-konsep inti Etika Bisnis Islam. Penyajian Data, di mana hubungan antar konsep etika dengan praktik bisnis internasional diorganisasikan ke dalam matriks atau model konseptual dan Penarikan Kesimpulan, di mana pola, tema, dan hubungan sebab-akibat diinterpretasikan untuk mengembangkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Analisis komparatif akan digunakan untuk membandingkan standar Etika Bisnis Islam dengan standar etika bisnis Barat yang dominan, sehingga dapat diidentifikasi titik sinkronisasi dan divergensi serta diajukan rekomendasi strategis untuk integrasi Etika Bisnis Islam dalam konteks bisnis global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Globalisasi dan Permasalahannya

Salah satu hasil nyata dari akselerasi globalisasi adalah munculnya ketimpangan ekonomi yang semakin lebar, baik di tingkat global maupun domestik. Proses integrasi ekonomi global, melalui perdagangan bebas dan investasi asing langsung, cenderung memberikan manfaat yang tidak merata. Negara dan individu yang memiliki kapasitas modal dan teknologi canggih dapat memaksimalkan keuntungan dengan memanfaatkan upah buruh yang rendah dan regulasi lingkungan yang longgar di negara berkembang (Muhammad Azy Rahmanda Lubis et al., 2025). Hal ini menciptakan dominasi ekonomi oleh pemilik modal, mengancam industri lokal yang kurang berdaya saing, dan mengakibatkan peningkatan kemiskinan struktural pada kelompok masyarakat yang kurang terampil, sehingga memperburuk kesenjangan antara si kaya dan si miskin.

Di ranah sosial-budaya, globalisasi menghasilkan fenomena homogenisasi budaya (*uniformity of culture*), di mana nilai, gaya hidup dan produk budaya populer dari negara-negara Barat atau negara maju lainnya didominasi dan disebarluaskan secara masif melalui media digital (Eb, 2023). Hasilnya adalah erosi nilai dan identitas budaya lokal. Pergeseran ini memicu munculnya sikap individualisme, konsumerisme, dan hedonisme di masyarakat, yang seringkali bertentangan dengan nilai-nilai komunal seperti gotong royong dan solidaritas sosial yang menjadi ciri khas banyak komunitas, khususnya di negara-negara timur. Permasalahan ini menantang kemampuan masyarakat dan pemerintah untuk menyaring dan mengadaptasi pengaruh asing sambil tetap mempertahankan kearifan lokal sebagai fondasi identitas nasional.

Globalisasi secara signifikan memperumit tantangan etika bisnis dan akuntabilitas perusahaan. Ketika perusahaan beroperasi melintasi berbagai yurisdiksi, mereka dihadapkan pada standar hukum dan etika yang tidak seragam. Permasalahan muncul ketika perusahaan menekan biaya melalui praktik yang tidak etis, seperti eksploitasi tenaga kerja (upah di bawah standar, jam kerja panjang), korupsi dan kerusakan lingkungan di negara-negara yang memiliki penegakan hukum lemah (Syamsuri et al., 2024). Pembahasan menunjukkan bahwa ketiadaan kode etik global yang mengikat membuat akuntabilitas menjadi sulit, dan etika sering dikorbankan demi profitabilitas maksimal, menyoroti kebutuhan mendesak akan kerangka tata kelola global yang lebih transparan dan berlandaskan prinsip keadilan universal.

Perdagangan Global menurut Etika Bisnis Islam

Perdagangan global dalam perspektif Etika Bisnis Islam didasarkan pada prinsip Tauhid yang menempatkan semua aktivitas ekonomi, termasuk perdagangan internasional, sebagai bagian dari ibadah (*'ibadah*). Inti dari perdagangan ini adalah pencapaian Keadilan (*Al-'Adl*). Islam mendorong perdagangan lintas batas (*At-Tijarah*), karena ia dilihat sebagai sarana untuk menyebarkan kekayaan, membangun hubungan antarnegara, dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Namun, perdagangan ini harus bebas dari segala bentuk eksploitasi, penipuan, atau kerugian yang disengaja (*dharar*). Artinya, setiap transaksi global harus memberikan manfaat timbal balik (*win-win solution*) yang adil bagi semua pihak, baik importir, eksportir, maupun konsumen.

Salah satu perbedaan paling mendasar Etika Bisnis Islam dalam perdagangan global terletak pada penolakan terhadap praktik yang dilarang. Secara spesifik, perdagangan harus dihindari dari Riba dan Gharar (Khairunisa, 2019). Dalam konteks internasional, ini menuntut penggunaan instrumen keuangan Islam seperti Murabahah, Salam atau Istisna', yang semuanya didasarkan pada aset fisik dan risiko yang dibagi secara adil. Tujuannya adalah memastikan bahwa kontrak perdagangan (*'uqud*) adalah transparan, terdefinisi dengan jelas, dan bebas dari unsur spekulasi murni yang dapat merusak stabilitas ekonomi global.

Perdagangan global di bawah Etika Bisnis Islam juga membawa serta dimensi Tanggung Jawab Sosial yang luas. Prinsip Maslahah mewajibkan perusahaan yang terlibat dalam perdagangan internasional untuk mempertimbangkan dampak aktivitas mereka terhadap masyarakat dan lingkungan (Wahyuni et al., 2023). Ini mencakup etika dalam rantai pasokan, memastikan bahwa barang yang diperdagangkan bukan produk dari kerja paksa, eksploitasi anak, atau praktik yang merusak lingkungan. Selain itu, produk yang diperdagangkan harus memenuhi standar Halal tidak hanya dalam bahan tetapi juga dalam proses produksinya, mencerminkan komitmen terhadap kualitas, kebersihan, dan etika yang menyeluruh.

Dalam hubungan dagang global, Etika Bisnis Islam menekankan pada *Shiddiq* dan *Amanah*. Perusahaan harus memberikan informasi produk yang benar, tidak melakukan penipuan timbangan atau kualitas, dan menepati janji serta kontrak yang telah disepakati, tanpa memandang latar belakang mitra dagang. Sementara persaingan (*Musabaqah*) diizinkan dan bahkan dianjurkan, persaingan tersebut harus sehat dan adil. Praktik Ihtikar sangat dilarang karena bertentangan dengan prinsip keadilan pasar. Oleh karena itu, perdagangan global menurut Etika Bisnis Islam harus menjadi sarana untuk menciptakan kesejahteraan kolektif melalui interaksi pasar yang beretika, jujur, dan bertanggung jawab.

Peran Etika Bisnis dalam Pasar Bebas

Pasar bebas (*free market*) didefinisikan oleh persaingan yang tidak dibatasi dan keputusan individu yang terdesentralisasi, dengan asumsi bahwa pelaku pasar bertindak secara rasional dan transparan (Supandi et al., 2024). Dalam konteks ini, etika bisnis memainkan peran fundamental sebagai pondasi kepercayaan. Kepercayaan adalah *pelumas* yang memungkinkan roda pasar berputar; tanpa itu, biaya transaksi akan melonjak, membuat pasar menjadi tidak efisien. Ketika perusahaan menunjukkan integritas, kejujuran, dan komitmen untuk menepati janji, mereka mengurangi ketidakpastian, mendorong investasi, dan memfasilitasi hubungan jangka panjang yang sehat antara pembeli, penjual, dan investor.

Meskipun pasar bebas menjunjung tinggi persaingan, peran etika adalah memastikan bahwa persaingan tersebut tetap adil dan sehat. Pasar bebas rentan terhadap praktik-praktik yang merusak seperti monopoli, kartel, penetapan harga yang curang dan penipuan konsumen (Rahman & nahei, 2025). Etika bisnis berfungsi sebagai *norma internal* yang memandu perusahaan untuk menahan diri dari tindakan eksploitatif atau predator. Dengan menjunjung tinggi prinsip keadilan, etika membantu menjaga level playing field yang memungkinkan perusahaan inovatif dan efisien untuk berkembang, bukan hanya mereka yang memiliki kekuatan pasar yang dominan. Ini pada akhirnya melindungi kepentingan konsumen dan memastikan alokasi sumber daya yang lebih optimal.

Salah satu kritik utama terhadap pasar bebas murni adalah kecenderungannya mengabaikan eksternalitas negatif biaya yang ditanggung oleh pihak ketiga, seperti polusi lingkungan atau eksploitasi tenaga kerja. Etika bisnis memperluas fokus perusahaan dari sekadar memaksimalkan laba pemegang saham menjadi mempertimbangkan dampak pada semua pemangku kepentingan (*stakeholders*). Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) berakar pada etika, mendorong perusahaan untuk bertindak sebagai warga korporasi yang bertanggung jawab yang berinvestasi dalam keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan sosial. Peran etika di sini adalah mendorong koreksi diri pasar terhadap kegagalan pasar dengan secara sukarela menginternalisasi biaya sosial dan lingkungan (Wulandari, 2022).

Dalam pasar bebas, di mana campur tangan pemerintah diminimalisir, etika bisnis bertindak sebagai mekanisme regulasi internal yang efektif dan *fleksibel*. Peraturan pemerintah cenderung lambat dan generik, sementara masalah etika bisnis dapat muncul dengan cepat dan unik. Ketika perusahaan membangun budaya etika yang kuat dan memiliki kode etik yang jelas, karyawan termotivasi untuk membuat keputusan yang benar tanpa memerlukan pengawasan eksternal yang konstan. Ini mengurangi risiko litigasi, denda, dan, yang paling penting, kerusakan reputasi. Reputasi etis perusahaan menjadi aset berharga yang sulit ditiru, memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di mata konsumen yang semakin sadar akan isu-isu sosial.

Etika bisnis mendorong perusahaan untuk mengambil pandangan jangka panjang daripada sekadar mengejar keuntungan cepat (*quick gains*). Keputusan yang didorong oleh etika cenderung membangun loyalitas merek dan stabilitas finansial yang lebih besar dalam jangka panjang. Sebaliknya, perilaku yang tidak etis mungkin memberikan keuntungan sementara tetapi hampir selalu berakhir dengan kerugian katastrofal. Dengan demikian, peran etika dalam pasar bebas adalah untuk mengarahkan energi persaingan ke arah inovasi yang bermanfaat dan penciptaan nilai bersama, memastikan pasar melayani tujuan ekonomi dan sosial yang lebih luas (Hakim et al., 2024).

Green Economy dalam Bisnis Internasional menurut Perspektif Islam

Konsep *Green Economy* atau Ekonomi Hijau yang didefinisikan secara global sebagai sistem ekonomi yang menghasilkan kesejahteraan manusia dan kesetaraan sosial sambil mengurangi risiko lingkungan secara signifikan, memiliki landasan yang kuat dalam ajaran Islam (Gunawan et al., 2024). Perspektif Islam berakar pada prinsip Tauhid yang menempatkan manusia sebagai Khalifah di bumi. Peran Khalifah ini mewajibkan umat manusia untuk menjaga keseimbangan alam (*mizan*) dan memastikan *Maslahah* bagi semua makhluk. Oleh karena itu, aktivitas bisnis internasional tidak boleh hanya berorientasi pada keuntungan (*profit*) semata, tetapi harus menjadi sarana untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi, yaitu kesejahteraan yang holistik dan berkelanjutan.

Implementasi *Green Economy* dalam bisnis internasional menurut Islam sangat dipandu oleh prinsip-prinsip Syariah, khususnya dalam area Fiqh Muamalah. Prinsip seperti larangan *Israf* dan *Tabdzir* secara langsung mendukung praktik bisnis yang efisien sumber daya dan rendah limbah. Dalam konteks global, ini diterjemahkan menjadi adopsi teknologi bersih, investasi dalam energi terbarukan, dan pengembangan rantai pasokan yang berkelanjutan (*sustainable supply chain*). Islam menuntut agar semua aset dan sumber daya, termasuk lingkungan, digunakan secara bijaksana dan adil, mencerminkan tanggung jawab lintas generasi.

Sektor Keuangan Islam (*Islamic Finance*) memegang peranan krusial sebagai motor penggerak *Green Economy* dalam skala internasional. Instrumen keuangan Islam seperti Sukuk Hijau (*Green Sukuk*), Pembiayaan Berbasis *Mudharabah* (bagi hasil), dan Wakaf (*endowment*) menyediakan mekanisme pendanaan yang etis dan terstruktur untuk proyek-proyek ramah lingkungan. Karena Keuangan Islam melarang Riba (bunga) dan mewajibkan investasi berbasis aset riil dan produktif, ia secara inheren mempromosikan alokasi modal yang lebih stabil dan berkelanjutan, jauh dari spekulasi merusak. Institusi keuangan Islam kini semakin giat memprioritaskan kriteria ESG (*Environmental, Social, and Governance*) yang selaras dengan nilai-nilai Syariah (A'ini et al., 2024).

Dalam bisnis internasional, *Green Economy* menuntut adanya Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Islam (CSRI) yang melampaui kepatuhan hukum. CSRI, atau sering disebut *Islamic Corporate Social Responsibility*, didasarkan pada kewajiban agama untuk memastikan keadilan (*'adl*) bagi semua pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal dan lingkungan. Perusahaan yang beroperasi di pasar global harus menerapkan kebijakan pengadaan yang etis, memastikan kondisi kerja yang adil, dan secara aktif memitigasi dampak ekologis dari operasional mereka di negara-negara tempat mereka berbisnis (A'ini et al., 2024). Ini

adalah implementasi dari Zakat yang meluas, di mana kewajiban sosial dan lingkungan dipandang sebagai bagian integral dari menjalankan usaha yang sah.

Integrasi *Green Economy* dengan perspektif Islam menawarkan keunggulan kompetitif yang unik di pasar internasional. Dengan menjunjung tinggi transparansi, keadilan, dan kelestarian lingkungan, perusahaan dapat menarik minat konsumen Muslim maupun non-Muslim yang semakin sadar akan etika. Prinsip-prinsip Islam menyediakan kerangka etika universal yang dapat diterima secara luas, menciptakan citra merek yang kuat dan berkelanjutan. Oleh karena itu, *Green Economy* dalam Bisnis Internasional, yang dijiwai oleh nilai-nilai Islam, bukan hanya merupakan pilihan moral, tetapi juga strategi bisnis yang cerdas untuk mencapai profitabilitas yang langgeng sambil memenuhi tugas sebagai Khalifah di muka bumi.

Hifz Al Bi'ah dalam Islamic Green Economy menurut Perspektif Maqashid Al-Syariah

Perekonomian global saat ini menghadapi krisis lingkungan yang parah, ditandai dengan perubahan iklim, hilangnya keanekaragaman hayati, dan penipisan sumber daya alam. Menanggapi hal ini, muncul konsep *Green Economy* yang berupaya menyelaraskan pertumbuhan ekonomi dengan keberlanjutan ekologis. Dalam kerangka Islam, respons terhadap krisis ini diwujudkan melalui *Islamic Green Economy*, yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Syariah. Landasan etis terpenting dari *Islamic Green Economy* adalah *Hifz Al-Bi'ah* yaitu, menjaga dan melestarikan lingkungan yang tidak hanya dipandang sebagai tanggung jawab moral, tetapi juga sebagai tujuan utama (maqashid) dari hukum Islam (Anwar, 2022).

Secara tradisional, *Maqashid Al-Syariah* diklasifikasikan menjadi lima tujuan utama yaitu *Hifz ad-Din* (Menjaga Agama), *Hifz an-Nafs* (Menjaga Jiwa), *Hifz al-Aql* (Menjaga Akal), *Hifz an-Nasl* (Menjaga Keturunan) dan *Hifz al-Mal* (Menjaga Harta) (Anwar, 2022). Namun, banyak ulama kontemporer berpendapat bahwa *Hifz Al-Bi'ah* (Menjaga Lingkungan) harus diakui sebagai tujuan keenam yang berdiri sendiri atau setidaknya sebagai syarat mutlak untuk tercapainya kelima tujuan tersebut. Tanpa lingkungan yang sehat, menjaga jiwa, keturunan, dan harta benda menjadi mustahil. Dengan demikian, pelestarian lingkungan diposisikan sebagai prasyarat eksistensial dalam Islam.

Konsep *Hifz Al-Bi'ah* secara langsung mendukung *Hifz an-Nafs* (Menjaga Jiwa) dan *Hifz an-Nasl* (Menjaga Keturunan). Polusi udara, air, dan tanah adalah ancaman nyata terhadap kesehatan dan kelangsungan hidup manusia. Islam mewajibkan setiap individu untuk menghindari bahaya dan kerusakan lingkungan jelas merupakan sumber bahaya yang mengancam jiwa. Dalam konteks *Islamic Green Economy*, ini berarti perusahaan harus menginvestasikan modalnya pada teknologi ramah lingkungan, memproduksi barang yang tidak beracun, dan mengelola limbah agar tidak merusak ekosistem yang menopang kehidupan manusia dan generasi mendatang (Johar et al., 2021).

Hifz Al-Bi'ah merevolusi pemahaman tentang *Hifz al-Mal* (Menjaga Harta). Dalam IGE, "harta" tidak hanya diartikan sebagai aset finansial individu, tetapi juga sumber daya alam yang merupakan warisan kolektif dan karunia Allah. Mengelola harta dalam perspektif Maqashid Al-Syariah berarti memastikan bahwa sumber daya alam digunakan secara efisien, berkelanjutan, dan tidak boros (*israf*). Oleh karena itu, investasi dalam IGE diarahkan pada energi terbarukan, pertanian organik, dan praktik ekonomi sirkular, yang menjamin keberlanjutan modal alam untuk kepentingan jangka panjang (Vania & Anwar, 2022).

Landasan teologis *Hifz Al-Bi'ah* adalah konsep Istikhlaf dan peran Khalifah. Manusia diberikan amanah untuk mengelola alam, bukan untuk mendominasinya atau mengeksploitasinya secara sembarangan (Romizan et al., 2024). Prinsip ini menanamkan rasa tanggung jawab ekologis yang mendalam. Dalam *Islamic Green Economy*, investasi dan produksi harus berdasarkan pada prinsip ini, menuntut akuntabilitas tidak hanya kepada pemegang saham (profit) tetapi juga kepada Sang Pencipta dan lingkungan hidup, menggeser paradigma dari *profit-oriented* menjadi *sustainability-oriented*.

Untuk mewujudkan *Hifz Al-Bi'ah, Islamic Green Economy* memanfaatkan instrumen Keuangan Islam. Produk seperti Sukuk Hijau (*Green Sukuk*) yang mengumpulkan dana untuk proyek-proyek berkelanjutan dan konsep Wakaf Progresif yang digunakan untuk pemulihan lahan atau pengelolaan air bersih, merupakan manifestasi nyata dari *Maqashid*. Selain itu, prinsip umum *Gharar* dan *Maysir* melarang praktik-praktik bisnis yang berisiko tinggi terhadap lingkungan, seperti *hedging* spekulatif pada komoditas alam yang rentan, sehingga mempromosikan investasi yang stabil dan bertanggung jawab (Syari, 2020).

Secara keseluruhan, *Hifz Al-Bi'ah* adalah komponen integral dan fundamental dari kerangka *Maqashid Al-Syariah* yang menyediakan dasar filosofis yang kuat untuk *Islamic Green Economy*. Dengan mengintegrasikan pelestarian lingkungan sebagai tujuan utama *Islamic Green Economy* menawarkan model pembangunan yang holistik, etis, dan berkelanjutan. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengembangkan indikator kinerja yang jelas yang mengukur sejauh mana perusahaan dan negara Muslim berhasil mengimplementasikan *Hifz Al-Bi'ah* dalam praktik ekonomi mereka untuk mencapai *Falah* bagi seluruh umat manusia dan alam semesta.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam menawarkan kerangka etika yang kokoh, universal, dan berkelanjutan, yang sangat relevan untuk mengatasi tantangan moral dan tata kelola dalam bisnis internasional. Berakar pada prinsip *Tauhid* dan diarahkan pada *Falah*, Etika Bisnis Islam mewajibkan praktik yang adil dan transparan, menolak eksploitasi seperti *Riba* dan *Gharar*, serta menekankan tanggung jawab sosial-ekonomi melalui Zakat dan prinsip *Maslahah*. Meskipun implementasinya menghadapi hambatan seperti inkonsistensi regulasi dan kurangnya literasi, perkembangan ekonomi halal global membuktikan Etika Bisnis Islam dapat menjadi kekuatan pasar yang tangguh. Secara fundamental, integrasi Etika Bisnis Islam ke dalam *Islamic Green Economy* menempatkan *Hifz Al-Bi'ah* (Menjaga Lingkungan) sebagai prasyarat eksistensial dan tujuan integral dari *Maqashid Al-Syariah*, menegaskan bahwa aktivitas bisnis internasional harus melampaui orientasi laba demi mencapai kesejahteraan holistik dan keberlanjutan global.

Implikasi utama dari penelitian ini adalah bahwa Etika Bisnis Islam berfungsi sebagai mekanisme regulasi internal dan panduan moral yang krusial, melengkapi regulasi pemerintah yang sering kali lambat dan generik di arena global. Dengan menekankan *Hifz Al-Bi'ah* sebagai tujuan *Maqashid Al-Syariah*, penelitian ini memberikan dasar teologis bagi perusahaan multinasional, terutama yang beroperasi di pasar Muslim, untuk beralih dari model *profit-oriented* menjadi *sustainability-oriented*. Implikasi praktisnya adalah perusahaan harus membangun budaya etika yang kuat dan kode etik yang jelas untuk mengurangi risiko litigasi, kerusakan reputasi, dan mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan indikator kinerja yang jelas untuk mengukur sejauh mana perusahaan dan negara Muslim berhasil mengimplementasikan prinsip *Hifz Al-Bi'ah* dalam praktik ekonomi mereka, khususnya dalam penggunaan instrumen seperti *Green Sukuk* dan Wakaf Progresif. Selain itu, studi empiris komparatif antara kinerja etika perusahaan yang mengadopsi Etika Bisnis Islam secara penuh dengan perusahaan konvensional dalam hal akuntabilitas lingkungan dan sosial di rantai pasokan global akan sangat bernilai.

DAFTAR RUJUKAN

- A'ini, H., Ayu, I., & Maghfiroh, R. A. (2024). Keuangan Islam sebagai Katalisator Green Economy: Menuju Pencapaian SDGs dalam Kerangka *Maqashid Syariah*. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 16(03), 517-528.
- Anwar, M. (2022). Green economy sebagai strategi dalam menangani masalah ekonomi dan multilateral. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 4(1S), 343-356.
- Aprianto, I., Andriyansyah, M., Qodri, M., & Hariyanto, M. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Deepublish.

- Christianingrum, S. P., Nuhdi, A., Mursidi, M. A., SE, M. P., Neneng Awaliah, S. E., Muthmainnah, M. D., SEI, M. E., Muchamad Taufiq, S. H., Hartati, I., & Syamsu, N. (2024). *Etika Bisnis*. CV Rey Media Grafika.
- Eb, G. A. (2023). Globalisasi Budaya, Homogenisasi dan pengaruhnya terhadap identitas budaya lokal. *Janaloka: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2 DESEMBER), 71-80. <https://doi.org/https://doi.org/10.26623/janaloka.v1i2%20DESEMBER.8222>
- Gunawan, E., Jusniar, J., & Mariani, K. R. (2024). Peran ekonomi syariah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi hijau dan berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 12(2), 255-262. <https://doi.org/https://doi.org/10.58406/jeb.v12i2.1741>
- Hakim, L., Nurgupita, R. K., & Rizaldi, M. (2024). Integrasi Etika Bisnis: Sebuah Perspektif Baru Dalam Keberlanjutan Perusahaan & Sosial Kemasyarakatan. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 15(04), 836-850.
- Hamzah, I. (2025). *Buku Syariah 5.0: Kajian Maqasidi Atas Transformasi Wakaf, Mawarits, Dan Hukum Keluarga Islam Modern*. Penerbit Widina.
- Hidayana, N., & Hendra, H. (2023). Arti pentingnya etika dan tanggung jawab sosial di perusahaan dalam menghadapi bisnis internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2406-2412.
- Iswanaji, C., Aziz, A., Rizki, M., Zulfkar, A. L., Romli, N. A., Saftri, D., Mahardika, S. G., Kurnia, R., Hasan, D. H., & Nurhasanah, S. (2024). *Perkembangan Industri Halal & Penguatan Lembaga Keuangan Syariah*. Penerbit Adab.
- Johar, M. H. M., Meerangani, K. A., Suyurno, S. S., & Badhrulhisham, A. (2021). Konsep Hifz Al-Bi'ah Dalam Pengurusan Risiko Bencana Alam: Satu Sorotan Awal. *Jurnal'Ulwan*, 6(3), 271-281.
- Khairunisa, P. (2019). Etika Bisnis Dalam Islam Terhadap Transaksi Terlarang Riba dan Gharar. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(02 SE-Articles). <https://doi.org/10.33507/labatila.v3i02.233>
- Minarni, M. (2024). Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah dan Etika Bisnis Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3 SE-Articles), 3075-3086. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15036>
- Muhammad Azy Rahmanda Lubis, Fahmil Fadillah, Gunawan Prasetio, & Khairina Tambunan. (2025). Pengaruh Globalisasi terhadap Pembangunan Ekonomi di Negara Berkembang. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 5(1 SE-Articles), 134-142. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v5i1.3464>
- Mursidah, M. (2025). Etika Bisnis Islam Dalam Hubungan Produsen Dan Konsumen: Kajian Terhadap Prinsip Kejujuran Dan Transparansi. *The Journal Of Islamic Economics And Business (Joebis)*, 1(1), 69-84.
- Rahman, A., & nahei, N. (2025). Prinsip-Prinsip Keadilan Dalam Penetapan Harga Perspektif Islam. *Al-Hukmi : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Keluarga Islam*, 5(2 SE-Articles), 124-134. <https://doi.org/10.35316/alhukmi.v5i2.6776>
- Resen, P. T. K., & Sushanti, S. (2022). *Globalisasi: Dimensi Dan Implikasinya*. Jejak Pustaka.
- Romizan, M. R. K., Ananti, A. T., & Hidayatullah, A. F. (2024). Pengelolaan Sumber Daya Alam Dengan Pendekatan Ekosofi Islam. *Journal in Teaching and Education Area*, 1(3), 362-372.
- Supandi, A. F., Umbara, B. D., & Fawaid, A. (2024). Persaingan Pasar Sempurna Perspektif Ekonomi Islam. *Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2 SE-Articles), 321-334. <https://doi.org/10.53515/lantabur.2024.5.2.321-334>
- Syamsuri, A. R., Ternamentha Sitepu, S. E., Pakpahan, A. E., Lusiah, S. E., & Errie Margery, S. E. (2024). *Bisnis internasional: Paradigma Etika, Strategi, dan Implikasi Global*. Merdeka Kreasi Group.
- Syari, A. H. (2020). *Konstruksi Green Sukuk dalam Ekonomi Berkelanjutan Perspektif Maqāṣid Al*.
- Vania, A., & Anwar, S. (2022). Social entrepreneurship mengatasi krisis sosial dan ekonomi di masa Covid-19: perspektif ekonomi islam. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), 45-60.

- Wahyuni, S., Asmuni, A., & Anggraini, T. (2023). Analisis maqashid dan masalah transaksi e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2 SE-Articles), 124-133. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8703>
- Wulandari, D. I. (2022). Peningkatan perekonomian di indonesia melalui pasar bebas. *JISP (Jurnal Inovasi Sektor Publik)*, 2(1), 96-112.