

MENELADANI PRINSIP ETIKA BISNIS ALA RASULULLAH SAW. DALAM BERBISNIS

Elisa Widiyanti

(dpffltk.min@gmail.com)

Adelia Yudita Sari

(adeliatata35@gmail.com)

Universitas Lambung Mangkurat

Abstrak

Baik dulu maupun kini etika tidak boleh hilang dari dunia bisnis. Etika bisnis akan menjaga seorang pebisnis untuk tetap berada di dalam aturan berbisnis. Dengan etika bisnis akan membuat para pebisnis mematuhi rambu-rambu yang ada. Studi ini menggunakan tinjauan pustaka dan pendekatan normatif. Studi ini menemukan bahwa prinsip dan etika bisnis yang diajarkan Rasulullah SAW adalah cara untuk menjadi pebisnis yang sukses, yang dimulai dengan membangun branding pribadi dengan menerapkan prinsip bisnis syariah dalam kehidupan seseorang. Perilaku Rasulullah seperti shiddiq, fathanah, tabligh, dan amanah harus ditanamkan dalam diri seorang pebisnis. Sehingga tidak hanya menjadi pebisnis yang sukses di dunia namun juga pebisnis yang sukses dunia dan akhirat

Kata kunci: *etika, bisnis, Rasulullah*

PENDAHULUAN

Menurut Echdar dan Maryadi (2019), etika bisnis mengacu pada cara perusahaan melakukan aktivitas bisnis dalam kaitannya dengan berbagai faktor seperti manusia, perusahaan, dan masyarakat. Etika bisnis juga dapat dipahami sebagai cara terbaik untuk melakukan bisnis dan menghormati standar dan etika ekonomi dan sosial.

Pada dasarnya kata etika berasal dari bahasa Yunani yang berarti kepribadian, kebudayaan, berasal dari kata Ethos. Termasuk dalam kamus umum bahasa Indonesia. Etika adalah ilmu tentang prinsip-prinsip moral. K. Bertens juga menjelaskan bahwa kata etika berasal dari kata Yunani Ethos yang berarti istimewa. Sir Etha adalah orang yang multikultural, berbudaya, berbudaya dan manusiawi. Dalam pengertian etimologis ini, hakikat etika berkaitan dengan tindakan untuk menentukan perilaku manusia (Hamzah dan Hafid, 2014). Etika adalah analisis dan penerapan berbagai prinsip seperti benar, salah, baik, buruk, baik, dan sebagainya. Saat ini, kata bisnis berasal dari kata bahasa Inggris "Business" yang berarti usaha atau perdagangan.

Menurut Masykuroh (2020), kehidupan manusia sangat dipengaruhi oleh kebudayaan selama proses pembangunan. Etika memberikan pedoman bagi manusia tentang cara menjalani kehidupan sehari-hari. Pada dasarnya, etika membantu manusia mengambil sikap dan tindakan yang sesuai dengan keadaan mereka di dunia ini. Metode ini dapat diterapkan pada semua aspek kehidupan kita, tetapi itu membantu kita memutuskan apa yang harus kita lakukan. Oleh karena itu, metode tersebut dapat dikelompokkan ke dalam berbagai kategori berdasarkan kebiasaan masyarakat. Oleh karena itu, etika bisnis dapat didefinisikan sebagai penelitian tentang prinsip-prinsip, nilai-nilai, dan praktik yang mengatur tindakan dalam lingkungan bisnis atau komersial. Etika bisnis mengkaji apa yang benar dan salah dalam konteks bisnis atau ekonomi. Secara umum, dari sudut pandang linguistik, etika bisnis mengacu pada pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip moral dalam aktivitas bisnis, termasuk tindakan, keputusan, dan hubungan antar kelompok yang terlibat dalam aktivitas ekonomi. Etika (moral) dan karakter mengacu pada nilai-nilai perilaku atau hukum suatu kelompok atau individu. Dalam praktiknya, budaya berarti nilai-nilai baik yang diakui secara universal dan digunakan tanpa mengacu pada norma-norma perilaku komersial atau sosial dan hasil penelitian lebih lanjut.

Di sisi lain, moralitas bersifat subjektif. Adanya kebutuhan akan etika dalam dunia bisnis dan masyarakat mulai menyadari bahwa dengan semakin majunya dunia usaha, maka semakin jauh dari nilai-nilai kemanusiaan. Dengan demikian, mitos bahwa bisnis adalah bisnis muncul di kalangan pengusaha. Bisnis hanya fokus pada memaksimalkan keuntungan (profitabilitas). Konvensi yang mendefinisikan suatu kelompok sosial dapat membantu anggota kelompok tersebut dan mendorong perilaku baik yang harus mereka patuhi setiap saat. Etika bisnis dan kelompok terkait lainnya harus disepakati. (Masykuroh, 2020)

Widyastuti (2019) melaporkan bahwa metode ekonomi menurut Al-Qur'an adalah sektor ekonomi, dan apa jadinya jika mengikuti garis Islam atau tidak. Jika Anda meneliti tentang , bagian ilmiahnya akan keluar. Ekonomi adalah bagian dari kehidupan. Tapi itu bukanlah fondasi rumah, dan bukan pula tujuan dari pesan Islam. Dan ekonomi bukanlah simbol dunia manusia. Ekonomi Islam dimulai dari Tuhan, dan tujuan akhirnya ada pada Tuhan.

Dalam kajian Islam, kata etika identik dengan al-Khuluq. Dalam Al-Qur'an, kata ini ditemukan dalam bentuk yang sama (al-khuluq) pada surat al-Kalam ayat 4, mengacu pada pengangkatan Muhammad sebagai rasul (Saifullah, 2011).

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya: Dan sesungguhnya engkau benar-benar, berbudi pekerti yang luhur. (QS. Al-Qalam/68:4)

Al-khuluq artinya innate peculiarity, natural disposition, character, temper, nature. Dikutip dari Hamzah & Hafid (2014) seorang pengusaha muslim harus menghormati etika dan moral bisnis Islami, termasuk Husnul Khuluq. Pada titik ini, Allah membuka hatinya dan membuka pintu kehidupan baginya. Prinsip-prinsip ini membuka jalan menuju kehidupan di sini.

Akhlak yang baik merupakan hiasan utama yang menghasilkan praktik bisnis yang benar dan bermoral dari hati atau kesenangan, seperti ketika untung atau rugi. membeli atau menjual dll. dan jelaskan Allah berfirman dalam ayat 29 Surat An-Nisa Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا
أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS An-Nisa'/4:29)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan bentuk penelitian kepustakaan dengan menggunakan jurnal, buku referensi, Al-Quran dan Hadits, serta sumber-sumber kepustakaan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan prinsip-prinsip etika bisnis yang diajarkan Rasulullah SAW. Pendekatan ini menggunakan analisis isi deskriptif. Metode pengumpulan data langsung berdasarkan majalah, buku, dan sumber utama Islam yang fundamental: Al-Quran dan Sunnah. Penelitian ini sangat menarik, karena saat ini banyak pebisnis yang lupa bagaimana cara bertransaksi syariah dan kembali mengingatkan kita tentang praktik bisnis yang baik dan benar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika bisnis dalam perspektif Islam erat kaitannya dengan prinsip-prinsip bisnis yang diajarkan Nabi Muhammad SAW. Dikenal sebagai Rasulullah. Beliau adalah seorang pengusaha besar pada masanya. Sejak kecil ia sudah jenius dalam dunia bisnis. Perjalanan dagang pertama Nabi Muhammad SAW. Dia berangkat ke negeri Syam bersama pamannya Abu Thalib. Negeri Siam merupakan salah satu kawasan paling strategis di Jazirah Arab. Banyak pengusaha dari berbagai negara datang ke Suriah untuk berbisnis.

Sayangnya, usaha yang dilakukan Muhammad dan pamannya tidak terlalu menguntungkan sehingga mereka harus kembali ke Mekah. Hal ini juga ditegaskan dalam pernyataan Pastor Bakhira dari Basra. Bakhira menjelaskan kepada Abu Thalib bahwa anak laki-laki itu menunjukkan tanda-tanda bahwa suatu saat dia akan dibenci oleh kaumnya, seperti yang tertulis di dalam Alkitab. Setelah itu, Abu Thalib menjadi sedih dan cemas serta berhenti berdagang di Syam dalam waktu yang lama. Setelah meraih banyak kemenangan, Abu Thalib dan Muhammad kembali ke rumah. Abu Thalib tidak kecewa ketika Muhammad sampai dengan selamat di Mekkah, meski tidak mendapat banyak untung. (Saifullah, 2011)

Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan membantu pamannya, Muhammad bekerja sebagai pembantu Khadijah, seorang janda kaya raya. Dia adalah orang terkenal di Mekah.

Khadijah sependapat dengan Muhammad. Sebab Muhammad adalah seorang pemuda yang terkenal dengan akhlak mulia dan kejujurannya.

Karena sifat-sifatnya ini, masyarakat Mekah memberinya gelar al Amin, dan ini memungkinkan Muhammad menjalankan bisnisnya dengan sukses. Ia berani membawa barang-barang milik Khadijah dan mengambil semuanya hanya dengan seorang pembantu (Maisara) yang menemaninya. Bertanggung jawab untuk memastikan seluruh produk Khadijah sampai ke pasar. Muhammad memiliki praktik bisnis berikut:

1. Jujur (Shiddiq)

Dikutip dari Aprianto et al. (2020) Shiddiq artinya benar. Ketika menggambarkan bisnis Islam, harus benar tidak hanya dalam perkataan dan bahasa, tetapi juga dalam perbuatan dan perkataan.. Allah SWT berfirman:

إِنَّ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ

Artinya: “Ia (Al-Qur’an itu) tidak lain, kecuali wahyu yang disampaikan (kepadanya)” (Q.S. An-Najm/53:4)

Menurut Suherlan et al. (2023) Kata siddiq sering digunakan dalam bisnis kontemporer untuk merujuk pada kata "benar". Integritas adalah cara untuk mempertahankan nilai dan etika dalam bisnis. Dunia usaha harus beroperasi dengan integritas, kejujuran, dan integritas, dan juga harus memiliki kemampuan untuk bersaing secara sehat. Keandalan dapat digunakan dalam perkembangan dunia bisnis modern untuk beban kerja dan ketepatan waktu, termasuk waktu pengiriman, janji, pelayanan yang baik, dan peningkatan kualitas produk secara konsisten, dan mencegah penipuan dan kebohongan. Hal ini termasuk tidak membuat pernyataan palsu mengenai produk yang dijual atau dipasarkan. Dalam dunia bisnis, kejujuran dapat dilihat dari tiga aspek: Pertama, kejujuran dapat ditemukan dalam pelaksanaan kontrak dan syarat-syaratnya. Kedua, loyalitas menunjukkan kecenderungan Anda untuk menyediakan barang dan jasa berkualitas tinggi. Terakhir, loyalitas mempengaruhi hubungan kerja di perusahaan. Kepercayaan erat terkait dengan ketiga bidang ini. Karena kepercayaan yang dibangun berdasarkan kebenaran adalah dasar dari bisnis yang menghasilkan keuntungan besar. Untung adalah bukti kepercayaan Anda pada kejujuran usaha dan terima kasih Anda kepada kejujuran mitra usaha. (Masykuroh, 2020)

Rasulullah SAW disebut juga Shiddiq atau kejujuran dalam bahasa Indonesianya adalah sebuah kebiasaan dalam mempersiapkan diri. masa kecil Kesetiaan dan statusnya yang tinggi membuatnya dihormati seluruh kalangan masyarakat Quraisy dan Mekkah. Pengetahuan: Rasulullah SAW tidak menipu atau menyembunyikan cacat suatu barang dan jujur mengenai sifat barang yang dijualnya (Lisman dan Septianingsi, 2022). Mengikuti karakteristik shiddiq (kejujuran) sangat penting dalam praktik bisnis yang etis. Hal ini mencakup langkah-langkah seperti menghindari pembayaran ganda (Ridha et al., 2023).

Dalam tradisi Islam, kejujuran adalah syarat terpenting dalam berbisnis. Rasulullah SAW sangat menganjurkan kejujuran dalam urusan bisnis. Saat ini beliau bersabda: “Tidak boleh bagi umat Islam membeli barang-barang yang aib kecuali jika mereka menjelaskan aibnya” (H.R. Al-Quzwani). “Barang siapa yang

menipu kita, ia bukan termasuk golongan kita” (H.R. Muslim). Nabi sendiri selalu jujur dalam urusannya. Ia menegur pedagang yang meletakkan barang mudah rusak di bagian bawah dan barang baru di atas. (Aprianto et al. 2020)

Dari Abdullah bin Dinar mendengar Ibnu Umar berkata: Ada yang memberitahu Rasulullah SAW bahwa dia curang dalam jual beli. Kemudian Rasulullah SAW bersabda, “Ketika membeli dan menjual barang dagangan, katakanlah: Jangan mencoba-coba menipu.” SDM Ibnu Majah, Zaid bin Ali, al-Darimi dan Tirmidzi. (Widyastuti, 2019)

Muhammad adalah seorang pengusaha profesional yang mengedepankan kejujuran dan dijuluki “Al-Amin” (orang jujur). Alasan Muhammad tidak bisa menjadi pengusaha yang kuat bahkan setelah menjadi rasul adalah karena keadaan dan kondisi yang tidak memungkinkannya. Ketika Islam mulai berkembang di Mekah, peperangan dan dakwah menjadi tema utama, karena Rasulullah dan umat Islam menjadi hal yang paling dibenci dan ditakuti oleh orang-orang kafir di Mekah (khususnya masyarakat Quraisy, umat Rasulullah VI). Ketika umat Islam hijrah ke Madinah, peran Rasulullah dialihkan kepada pengawas pasar al-muhtasib. Ia mengkaji kelanjutan proses komersial di Madinah dan wilayahnya secara Islam (Hamzah dan Hafid, 2014)

Gelar al-Amin yang diterimanya dari masyarakat Mekkah merupakan bentuk perilakunya sehari-hari. . Bahkan sebelum saya menjadi pengusaha. Muhammad menunjukkan kejujuran dalam berbisnis dengan menceritakan kondisi barang kepada pembeli tanpa melebih-lebihkan apa yang dibelinya. Dan ketika berbisnis, selalu tunjukkan kebaikan dan rasa hormat. Saat Muhammad sedang berjualan barang di Syria, dia bertengkar dengan salah satu pembelinya tentang jenis barang yang dipilih penjualnya. Pedagang itu berkata kepada Muhammad, “Sumpah Lata dan Uha!” Muhammad menjawab, “Aku belum bersumpah atas nama Ratha dan Uzza.” Penjual mengetahui penolakan Muhammad, dan penjual berkata kepada Mysara: "Demi Allah, dia adalah nabi yang diketahui para ulama dari buku kami (Saifullah, 2011)

Kebenaran dalam bisnis saat ini berbeda. Karena bisnis itu berbeda.berusaha untuk menghasilkan banyak uang Prinsip kejujuran dalam berbisnis sudah hilang di dunia ini para pemasar yang mempromosikan produknya meskipun tidak sama dengan ciri aslinya. Hal ini serupa dengan praktik buruk yang dilakukan beberapa negara Arab dalam berbisnis. Mereka menipu pelanggan untuk mendapatkan keuntungan besar. Namun banyak pengusaha baru yang menyadari bahwa kejujuran dalam berbisnis adalah kunci sukses dan bertahan lamanya bisnis di lingkungan bisnis yang sangat kompetitif..

2. Fathonah

Dikutip dalam Aprianto et al. (2020) Faathonah artinya ilmu/pengetahuan. Saat menjalankan bisnis syariah Anda juga perlu mengetahui, mengetahui cara berbicara dengan pelanggan, mengetahui cara mengelola strategi pemasaran, mengetahui cara mempromosikan produk, dan mengetahui cara beriklan. keadaan di mana suatu bisnis dijalankan. Fatana dapat diartikan bijaksana, cerdas, bijaksana

atau cerdas. Pengusaha Patan adalah pengusaha yang aktif mencari dan berusaha menemukan peluang usaha baru dan cara pandang baru, mempunyai visi masa depan, namun tidak fokus pada kejadian yang terjadi saat ini. (Suherlan et al., 2023)

Keberhasilan khotbah nabi tidak dapat dipungkiri. Hal ini didasarkan pada pengetahuan dan kemampuan nabi dalam melihat pendorong (zaman), adat istiadat dan strategi yang mengatur masyarakat pada masanya. Permasalahan utama dalam perkembangan ekonomi Islam saat ini adalah para ekonom Islam suka memanfaatkan peluang pasar. Yang terpenting, menurut Abdullah Badawi, ekonomi syariah bisa berbeda dengan ekonomi global jika mampu menciptakan produk keuangan yang inovatif dan kompetitif serta menyeimbangkan produk-produk yang ada saat ini. Untuk itu kreativitas, inovasi dan kreativitas sangat diperlukan dalam sistem ekonomi Islam. (Rokan, 2013)

Dalam dunia industri saat ini, kewirausahaan merupakan ciri khas dari kewirausahaan. Seiring kemajuan zaman dan teknologi, dunia usaha menjadi semakin kompetitif. Mengetahui / mengetahui cara mengidentifikasi peluang pasar akan meningkatkan kesuksesan Anda dalam dunia bisnis dan Anda akan selalu belajar bagaimana mengelola bisnis Anda sesuai dengan hukum Islam. Pengusaha sukses adalah orang yang memantau kondisi pasar namun juga fokus pada prinsip-prinsip menjalankan bisnis..

3. Transparansi (Tabligh)

Menurut Aprianto et al. (2020) Tabligh adalah kata yang berarti menyampaikan. Bisnis harus sesuai dengan kondisi produk yang akan dijual tanpa menyembunyikan kualitasnya, dan komunikasi harus dilakukan dengan bahasa yang mudah dipahami setiap orang.. Allah SWT berfirman:

لِيَعْلَمَ أَنْ قَدْ أَبْلَغُوا رَسُولَ رَبِّهِمْ وَأَخَاطَ بِمَا لَدَيْهِمْ
وَأَحْصَى كُلَّ شَيْءٍ عَدَدًا

Artinya: (Yang demikian itu) agar Dia mengetahui bahwa (rasul-rasul itu) benar-benar telah menyampaikan risalah-risalah Tuhannya, sedangkan (ilmu-Nya) meliputi apa yang ada pada mereka. Dia menghitung segala sesuatu satu per satu.

Suherlan et al. (2023) Tabligh dalam bidang bisnis dilakukan secara benar dan konsisten dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi bisnis antara lain penjualan, pemasaran, periklanan, penciptaan opini publik dan lain-lain.

Rasulullah SAW adalah seorang pengusaha yang mengetahui dan memahami produknya. Pemahamannya terhadap tren pasar dan produk menjadikannya pakar bisnis. Ia juga baik terhadap pelanggannya, karena ia menyarankan para pedagang Muslim untuk melakukan hal tersebut. (Lisman dan Septianingsi, 2022)

Kemampuan berkomunikasi yang baik dengan pelanggan merupakan pertanda baik sebuah bisnis. Saat ini pengusaha hanya memikirkan produk dan bisa mengelola produk yang tidak layak masuk pasar tanpa memikirkan dampak negatifnya. Tidak dapat dipungkiri bahwa kepuasan konsumen terhadap suatu produk menentukan apakah produk tersebut memiliki posisi yang baik di pasar. Transparansi perusahaan Anda memungkinkan pelanggan untuk benar-benar menilai kualitas produk Anda. Transparansi pemasaran, termasuk promosi dan

periklanan, memperkuat hubungan antara pembeli dan penjual. Hubungan ini biasanya dilakukan melalui pendekatan psikologis, antara lain menanyakan terlebih dahulu kepada pelanggan produk apa yang diinginkan dan menerima kritik dan saran untuk menyempurnakan produk tersebut..

4. Amanah

Aprianto et al. (2020) Jujur artinya jujur. Menjalankan bisnis membutuhkan banyak kepercayaan antara pemilik dan pelanggan. Agar masyarakat loyal kepada pengusaha, pengusaha harus bertanggung jawab dan bertindak sesuai syarat atau kesepakatan antara pengusaha dan pelanggan tanpa rasa malu. Allah SWT berfirman:

أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ

Artinya: “Aku sampaikan kepadamu risalah-risalah (amanah) Tuhanku dan aku terhadap kamu adalah penasihat yang terpercaya.” (Q.S. Al-A’raf/7:68)

Amanah, yang juga dikenal sebagai tanggung jawab dan kredibilitas, adalah kualitas yang dapat membuat seseorang jujur dan bertanggung jawab. Rasa percaya sangat penting dalam transaksi bisnis. Kehidupan bisnis menjadi tidak seimbang dan kacau karena tidak adanya kejujuran dan akuntabilitas dalam bertransaksi. Pelanggan menerapkan sikap percaya dalam transaksi bisnis dengan menjaga loyalitas pelanggan. (Suherlan et al., 2023).

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (QS. An-Nisa’/4:58)

Menurut Saifullah (2011), Amanah adalah masdar dari amuna, ya'munu, yang berarti setia. Selain itu, ada informasi, petunjuk, dan rekomendasi. Amanah dalam fiqh berarti mempercayai seseorang terhadap harta benda. Seorang profesional bisnis yang jujur Dengan memberinya izin untuk mengunjungi tempat tinggal Khadijah, Rasulullah SAW menunjukkan keterampilannya. Dengan melihat situasi perdagangan internasional dari Mekah ke Suriah, keahliannya tercermin dari kesuksesannya dalam mengirimkan produknya ke pasar Suriah dengan ratusan unta. Selain berhasil memasarkan produknya. Produk yang dapat dibeli Rasulullah SAW adalah bukti kesuksesannya juga.

Dalam dunia bisnis, kejujuran juga bisa menunjukkan kualitas profesional. Setiap orang yang berkecimpung dalam dunia usaha, khususnya relawan, harus menjaga sifat amanah. Produk yang menyenangkan pelanggan adalah produk yang menjangkau pelanggan dengan lancar seperti yang dijanjikan. Dalam Industri 4.0, jenis kepercayaan dalam dunia usaha sangatlah penting, baik itu kepercayaan untuk mendatangkan barang dari produsen untuk didistribusikan maupun dari produsen.

KESIMPULAN

Revolusi industri dan perkembangan era teknologi dan globalisasi tidak bisa menjadi alasan untuk melupakan etika berbisnis. Rasulullah SAW adalah seorang pebisnis yang memiliki etika dan budi pekerti luhur. Sejak ratusan tahun lalu, Rasulullah SAW sudah mengajarkan kita etika dalam berbisnis. Rasulullah menekankan 4 prinsip diri yang harus dimiliki setiap insan manusia, yaitu siddiq, fathanah, tabligh, dan amanah. 4 prinsip tersebut harus ditanamkan tidak hanya dalam berbisnis namun juga dalam kehidupan sehari-hari. Memiliki etika dalam berbisnis akan menjaga kita terhindar dari kemudharatan dan kegagalan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, I., Andriyansyah, M., Qodri, M., & Hariyanto, M. (2020). *ETIKA & KONSEP MANAJEMEN BISNIS ISLAM* (Ansori, Ed.). DEEPUBLISH.
- Echdar, S., & Maryadi. (2019). *BUSINESS ETHICS AND ENTREPRENEURSHIP (ETIKA BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN)*. DEEPUBLISH.
- Hamzah, Y., & Hafid, H. (2014). *ETIKA BISNIS ISLAM*. KRETAKUPA Print.
- Lisman, M., & Septianingsi, R. (2022). Islamic Entrepreneurship Education From The Rasulullah Saw: An Overview. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(4), 3815–3824.
- Masykuroh, N. (2020). *ETIKA BISNIS ISLAM* (M. Kurnia, Ed.). Media Karya Kreatif.
- Ridha, M. A., Afifah, R., & Jadid, B. F. A. (2023). Unlocking the Potential: Exploring Digital Social Marketing Technology in the Realm of Islamic Business Ethics. *Jurnal Indo-Islamika*, 13(2), 67–89. <https://doi.org/10.15408/jii.v13i2.35241>
- Rokan, M. K. (2013). *Bisnis ala Nabi: Teladan Rasulullah Saw. dalam Berbisnis*. Penerbit Bunyan.
- Saifullah, M. (2011). ETIKA BISNIS ISLAMIS DALAM PRAKTEK BISNIS RASULULLAH. *Walisongo*, 19(1).
- Suherlan, C. A. S., Anggraeni, N. M., Zhafira, A. V., & Susilawati, P. S. (2023). Penerapan Etika Pemasaran Bisnis Syariah dalam Melaksanakan Bisnis Online Shop yang Sesuai dengan Syariat Islam. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1037–1044. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1474>
- Widyastuti, S. (2019). *IMPLEMENTASI ETIKA ISLAM DALAM DUNIA BISNIS*. CV IRDH. www.irdhcenter.com