

Etika Bisnis Islam: Pondasi Utama Bagi Badan Usaha Milik Ma'arif NU Banyuwangi

Ma'rifatul Munawaroh

Sekolah Tinggi Islam Blambangan (STIB) Banyuwangi, Indonesia

Alamat: Kampus Terpadu Bumi Cempokosari No. 40, Sarimulyo, Kecamatan Cluring,
Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68482

Korespondensi penulis: marifmunawaroh@gmail.com

Abstract. *This study aims to describe the application of Islamic business ethics as the main foundation for the Ma'arif NU Banyuwangi business entity. The method applied in this study is qualitative research. In this study, data collection techniques used include observation, interviews, and documentation. This study uses interactive analysis for data analysis. The results of this study indicate that the application of Islamic business ethics in the Ma'arif NU Banyuwangi Business Entity is the main foundation for running a fair, sustainable, and ethical business. Principles such as monotheism, balance, responsibility, freedom within the limits of sharia, and Ihsan form the basis for business management, which not only prioritizes material profit but also social and spiritual welfare. With Islamic business ethics, this business entity is able to build public trust and create broad benefits for all parties involved.*

Keywords: *Islamic Business Ethics, Business Entity, Main Foundation*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan etika bisnis Islam sebagai pondasi utama bagi badan usaha milik ma'arif NU Banyuwangi. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan analisis interaktif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Badan Usaha Milik Ma'arif NU Banyuwangi menjadi pondasi utama dalam menjalankan bisnis yang adil, berkelanjutan, dan beretika. Prinsip-prinsip seperti tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kebebasan dalam batas syariah, dan ihsan membentuk dasar pengelolaan usaha, yang tidak hanya mengutamakan keuntungan materi, tetapi juga kesejahteraan sosial dan spiritual. Dengan etika bisnis Islam, badan usaha ini mampu membangun kepercayaan masyarakat dan menciptakan manfaat yang luas bagi semua pihak yang terlibat.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Badan Usaha, Pondasi Utama

1. LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi yang terus berkembang dengan cepat, sektor bisnis dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks. Dalam hal ini, etika bisnis menjadi aspek yang sangat krusial untuk memastikan kelangsungan dan kesuksesan suatu usaha. Selain itu hal yang tak kalah penting adalah adanya jalinan komunikasi yang baik antara pimpinan dan antara pimpinan dengan bawahan serta antar bawahan (Slamet & Imami, 2020). Dalam perekonomian Islam, telah dijelaskan mengenai etika yang harus diterapkan oleh pedagang dalam menjalankan aktivitas jual beli. Etika ini diharapkan menjadi pedoman bagi para pedagang tidak hanya untuk meraih keuntungan di dunia, tetapi juga untuk mendapatkan keuntungan di akhirat. Etika bisnis Islam menjamin bahwa baik penjual maupun pembeli akan saling mendapatkan manfaat (Umuri & Ibrahim, 2020).

Etika bisnis Islam mencerminkan perilaku baik dalam menjalankan bisnis yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam, sehingga pelaksanaannya tidak menimbulkan kekhawatiran, karena diyakini sebagai sesuatu yang benar dan baik (Wati, dkk, 2022). Sementara itu, Solikha & Mashuri (2023) mendefinisikan etika bisnis Islam sebagai seperangkat nilai yang membedakan baik, buruk, benar, salah, dan haram dalam dunia bisnis, yang berdasarkan pada prinsip moral yang sesuai dengan syariah. Secara etimologis, kata etika (*ethics*) yang berasal dari bahasa Yunani, *ethikos*, memiliki beragam makna, sebagai analisis mengenai apa yang benar, kewajiban, norma moral, serta hal-hal yang dianggap benar, salah, wajib, dan bertanggung jawab. Bagi Badan Usaha Milik Ma'arif Nahdlatul Ulama (NU), yang memiliki landasan ideologis dan kultural yang kuat, penerapan etika bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam menjadi semakin penting. Etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai fondasi untuk membangun kepercayaan, tanggung jawab sosial, dan keadilan dalam praktik bisnis.

Dalam etika bisnis Islam, terdapat beberapa prinsip yang harus diterapkan dalam menjalankan usaha. *Pertama* adalah *Unity (Tauhid)*, yang berarti bahwa Allah SWT telah menetapkan batasan tertentu bagi tindakan manusia sebagai khalifah, agar setiap perbuatan dapat memberi manfaat bagi seseorang tanpa melanggar hak-hak individu lainnya (Djakfar, 2012). *Kedua* adalah *Equilibrium* (keseimbangan), menurut Susminingsih (2023), interaksi antar manusia dapat dianggap sesuai dengan nilai kemanusiaan jika dalam hubungan tersebut seseorang mampu mewujudkan sifat-sifat mulia Allah SWT dalam kehidupannya. Dalam hal ini, manusia harus bersikap adil terhadap dirinya sendiri dan memperlakukan orang lain dengan adil dalam setiap interaksi. Kesempurnaan dalam berbisnis bukan hanya berfokus pada pencarian keuntungan atau memperkaya diri sendiri, tetapi juga memperhatikan kepentingan orang lain, seperti konsumen. Keseimbangan harus dijaga agar setiap pihak yang terlibat merasa dihargai dan diperhatikan. *Ketiga* adalah *Free will* (kehendak bebas), di mana kebebasan merupakan elemen penting dalam etika bisnis Islam. Namun, kebebasan ini tidak boleh merugikan atau mengganggu kepentingan bersama atau orang lain. Islam mengizinkan umatnya untuk berinovasi dalam muamalah, terutama dalam aktivitas bisnis, asalkan tidak melanggar larangan syariat (Juliyani, 2016). *Keempat* adalah *Responsibility* (tanggung jawab). Dalam Islam, tanggung jawab memiliki berbagai dimensi, meliputi tanggung jawab kepada Allah SWT, tanggung jawab terhadap diri sendiri, serta tanggung jawab terhadap lingkungan dan orang-orang di sekitarnya. *Kelima* adalah *Benevolence* (Ihsan), yang berarti melakukan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain tanpa ada kewajiban yang mengharuskan tindakan tersebut. Ihsan juga dapat diartikan sebagai beribadah dan berbuat

kebaikan seolah-olah melihat Allah, dan jika tidak bisa, maka dengan keyakinan bahwa Allah selalu mengawasi.

Islam sebagai agama yang mengatur seluruh aspek kehidupan, termasuk bisnis, menekankan pada nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Dalam Al-Qur'an dan Hadis, terdapat banyak referensi yang mengarahkan umatnya untuk menjalankan usaha dengan cara yang etis dan berkelanjutan. Penerapan etika bisnis Islam dalam Badan Usaha Milik Ma'arif NU Banyuwangi berpotensi untuk tidak hanya meningkatkan profitabilitas, tetapi juga memperkuat hubungan dengan komunitas, mendorong kesejahteraan sosial, dan mengembangkan iklim usaha yang sehat. Meskipun demikian, tantangan dalam implementasi etika bisnis Islam tidak bisa diabaikan. Di tengah persaingan yang ketat dan tuntutan untuk memenuhi harapan konsumen yang semakin tinggi, Badan Usaha Milik Ma'arif NU Banyuwangi perlu mencari keseimbangan antara kepentingan bisnis dan prinsip-prinsip etis. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana etika bisnis Islam diimplementasikan dalam praktik usaha di Badan Usaha Milik Ma'arif NU Banyuwangi serta menganalisis dampaknya terhadap kinerja dan reputasi usaha tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Syahputri & Suryaningsih (2022) bahwa penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli sembako di Pasar Kedurus hanya menerapkan dan menjalankan empat prinsip etika bisnis islam yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Sementara penelitian yang dilakukan Ramadhani (2022) menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika bisnis Islam Pada Rozza bakery Palembang yang menerapkan lima prinsip etika bisnis Islam yakni; (1) prinsip kesatuan (2) prinsip keadilan (3) prinsip kehendak bebas (4) prinsip tanggung jawab dan (5) prinsip kebenaran. Penelitian lain yang dilakukan Nuruddin (2020) dalam implementasi etika bisnis islam yang diterapkan di pasar tradisional piji sudah cukup baik. Hal tersebut dapat dibuktikan ketika transaksi jual beli berlangsung, dengan menerapkan perilaku kejujuran, dalam melayani konsumen dengan ramah, dan sepenuh hati, serta menjual barang yang layak dijual dan transparasinya harga.

Dengan menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan teori dan praktik bisnis di kalangan organisasi yang berorientasi pada nilai-nilai keagamaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi bagi badan usaha lainnya dalam menciptakan strategi bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dibangun pemahaman yang lebih baik mengenai peran etika bisnis Islam sebagai pondasi utama dalam menjalankan usaha di Badan Usaha Milik Ma'arif NU

Banyuwangi, serta memberikan rekomendasi bagi pengembangan kebijakan dan praktik yang lebih beretika dalam dunia bisnis.

2. KAJIAN TEORITIS

Etika bisnis Islam mencerminkan perilaku yang baik dalam menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, sehingga pelaksanaannya tidak menimbulkan keraguan karena diyakini sebagai sesuatu yang benar dan bermanfaat (Wati, dkk, 2022). Solikha & Mashuri (2023) mendefinisikan etika bisnis Islam sebagai seperangkat nilai yang membedakan antara yang baik dan buruk, benar dan salah, serta halal dan haram dalam dunia bisnis, berdasarkan prinsip moral yang sejalan dengan syariah. Arifin (2018) menyebutkan bahwa etika bisnis Islam adalah serangkaian nilai yang mengatur aspek baik dan buruk, benar dan salah, yang pasti muncul dalam dunia bisnis, dan didasarkan pada prinsip moral. Dalam pengertian lain, etika bisnis Islam juga dipahami sebagai kumpulan prinsip dan norma yang mewajibkan pelaku bisnis memiliki komitmen dalam bertransaksi, berperilaku, serta berinteraksi, agar tujuan bisnis tercapai sesuai harapan.

Etika bisnis dalam Islam merupakan serangkaian perilaku etis dalam dunia usaha (*akhlaq al Islamiyah*) yang berlandaskan nilai-nilai syari'ah, dengan penekanan pada aspek halal dan haram. Oleh karena itu, perilaku etis adalah tindakan yang sesuai dengan perintah Allah dan menjauhi apa yang dilarang-Nya (Amalia, 2014). Hidayat & Hasib (2015) menambahkan bahwa etika bisnis Islam menuntun dan mengharuskan umat Muslim untuk bertindak sesuai dengan apa yang diizinkan dan dilarang oleh Allah SWT, termasuk dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Manusia diberi kebebasan untuk melakukan aktivitas ekonomi guna meningkatkan taraf hidup mereka. Etika dalam bisnis berfungsi untuk membantu pelaku usaha menyelesaikan permasalahan moral yang mungkin muncul dalam praktik bisnis. Pemahaman yang tepat tentang etika bisnis Islam dapat mengurangi risiko kegagalan bisnis, dan dengan penerapan etika yang baik, para pelaku usaha tidak akan merasa dirugikan. Selain itu, masyarakat akan merasakan banyak manfaat dari kegiatan jual beli yang dilakukan secara etis.

Berdasarkan pada uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai dan prinsip moral yang mengatur perilaku dalam dunia bisnis, berdasarkan ajaran Islam. Prinsip-prinsip ini mencakup kejujuran, keadilan, tanggung jawab, keseimbangan, dan kebebasan yang terarah, serta menuntut pelaku usaha untuk bertindak sesuai dengan syariat. Etika bisnis Islam bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan bersama, menghindari kerugian bagi semua pihak, dan memastikan bahwa bisnis tidak hanya menguntungkan secara materi tetapi juga memberikan manfaat sosial dan spiritual. Dengan

penerapan etika yang tepat, bisnis dapat berjalan dengan lebih adil, berkelanjutan, dan sesuai dengan kehendak Allah SWT.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Kriyantono (2020) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif lebih menekankan pada pendalaman data ketimbang pada luasnya data. Rukin (2019) menambahkan bahwa penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan sering kali menggunakan pendekatan analisis induktif. Penelitian ini menonjolkan proses serta pemanfaatan landasan teori agar fokus penelitian dapat selaras dengan fakta yang ada di lapangan. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi, menurut Hardani, dkk (2020), adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati aktivitas yang berlangsung. Wawancara, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2020), adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui proses tanya jawab, yang memungkinkan terbangunnya makna dalam topik tertentu. Sementara itu, dokumentasi, menurut Arsini (2020), adalah cara mengumpulkan data dengan mengumpulkan dan mencatat berbagai dokumen yang telah terarsip. Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan analisis interaktif. Sugiyono (2020) mendefinisikan analisis interaktif sebagai proses sistematis dalam mencari dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan, dan dokumentasi, dengan mengorganisir data ke dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, serta menyusun dan membuat kesimpulan agar mudah dipahami oleh peneliti maupun orang lain.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami bagaimana penerapan etika bisnis Islam berperan sebagai landasan utama dalam pengelolaan Badan Usaha Milik Ma'arif NU di Banyuwangi. Sebagai sebuah badan usaha yang berada di bawah naungan organisasi keagamaan besar seperti Nahdlatul Ulama (NU), prinsip-prinsip Islam menjadi sangat penting dalam setiap aspek pengelolaan, termasuk dalam bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai panduan moral, tetapi juga berperan strategis dalam menciptakan tata kelola usaha yang adil, berkelanjutan, dan memberikan manfaat sosial yang luas.

Penerapan Prinsip-Prinsip Tauhid (*Unity*) dan Tanggung Jawab Sosial

Prinsip tauhid (*Unity*) atau kesatuan adalah elemen sentral dalam etika bisnis Islam yang diterapkan di Badan Usaha Milik Ma'arif NU Banyuwangi. Ilmu Tauhid menurut Ibnu Khaldun adalah ilmu yang memberikan landasan untuk mempertahankan keyakinan iman

melalui argumen-argumen rasional, serta berisi sanggahan terhadap mereka yang menyimpang dari ajaran *Ahlu Sunnah* (dalam Hasbi, 2015). Prinsip ini menekankan bahwa seluruh aktivitas bisnis harus tunduk kepada Allah SWT sebagai satu-satunya penguasa tertinggi. Dengan demikian, segala keputusan yang diambil oleh badan usaha ini selalu didasarkan pada nilai-nilai yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan keberkahan. Manajemen usaha menyadari bahwa aktivitas bisnis bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan material, tetapi juga untuk memenuhi tanggung jawab sebagai khalifah di bumi. Setiap langkah bisnis, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan, diupayakan agar tidak melanggar hak-hak orang lain dan selalu memberikan manfaat bagi lingkungan sekitarnya.

Tanggung jawab sosial (*social responsibility*) yang juga menjadi inti dari etika bisnis Islam, terlihat dari kebijakan perusahaan yang berupaya untuk selalu memperhatikan kesejahteraan karyawan, konsumen, dan masyarakat sekitar. Badan usaha ini tidak hanya fokus pada aspek keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan bagaimana keberadaan mereka dapat membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat di Banyuwangi, baik melalui program-program pemberdayaan maupun kebijakan pemberian zakat, infaq, dan sedekah. Kebijakan ini konsisten dengan prinsip-prinsip Islam yang menekankan pentingnya berbagi dan membantu sesama.

Keseimbangan (*Equilibrium*) dalam Pengelolaan Usaha

Keseimbangan (*equilibrium*) merupakan prinsip lain yang diterapkan dalam Badan Usaha Milik Ma'arif NU Banyuwangi. Menurut Decaprio (2013), keseimbangan adalah kemampuan untuk menjaga kestabilan gerakan, perilaku, sikap, dan konsentrasi mental selama melakukan praktik pembelajaran motorik. Dalam konteks bisnis, konsep keseimbangan ini dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menjaga stabilitas dalam berbagai aspek operasional, termasuk pengelolaan sumber daya manusia, keputusan finansial, dan strategi pemasaran. Keseimbangan ini terlihat dari cara manajemen menjaga hubungan yang harmonis antara keuntungan ekonomi dan tanggung jawab sosial. Dalam praktiknya, manajemen badan usaha selalu berusaha menjaga agar setiap keputusan bisnis tidak hanya menguntungkan satu pihak saja, tetapi juga memberikan manfaat yang adil bagi semua pihak yang terlibat, baik itu pemilik usaha, karyawan, konsumen, maupun masyarakat sekitar. Prinsip ini sangat penting untuk mencegah ketidakadilan dan eksploitatif dalam bisnis.

Sebagai contoh, dalam menetapkan harga produk atau jasa, perusahaan selalu mempertimbangkan aspek keadilan bagi konsumen, sehingga harga yang ditetapkan wajar dan terjangkau, tanpa mengorbankan kualitas. Di sisi lain, kesejahteraan karyawan juga diperhatikan melalui kebijakan upah yang adil dan pemberian fasilitas kesejahteraan, sesuai

dengan prinsip Islam yang menuntut adanya keadilan dalam hubungan antara pemberi kerja dan pekerja.

Kebebasan Berinovasi dalam Batas Syariah

Badan Usaha Milik Ma'arif NU Banyuwangi juga menekankan pentingnya kebebasan berinovasi dalam menjalankan bisnis, selama tetap berada dalam koridor syariah. Ekonomi Islam memandang kebebasan sebagai bagian integral dari tanggung jawab individu di dunia. Kebebasan dalam perspektif ekonomi Islam dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu teologi dan *ushul fiqh*. Secara teologis, Islam memberikan kebebasan kepada umat Muslim untuk membuat pilihan, sesuai dengan fitrah mereka yang dianugerahi akal oleh Allah untuk membedakan antara kebaikan dan keburukan, manfaat dan kerugian, serta maslahat dan mafsadah, termasuk dalam pengelolaan sumber daya ekonomi. Sementara itu, dalam perspektif *ushul fiqh*, kebebasan ekonomi berarti bahwa Islam memberi kebebasan kepada setiap individu untuk berinovasi dan berkreasi dalam kegiatan ekonomi selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Wajo, 2021). Prinsip kehendak bebas (*free will*) dalam etika bisnis Islam diterapkan dengan memberikan kebebasan kepada tim manajemen dan karyawan untuk mengembangkan ide-ide inovatif yang dapat memperluas usaha dan memberikan nilai tambah. Namun, kebebasan ini tetap diiringi dengan tanggung jawab moral dan kepatuhan terhadap ajaran Islam. Setiap keputusan inovasi, baik itu dalam pengembangan produk, pemasaran, atau kebijakan operasional, harus dipastikan tidak melanggar ketentuan syariah, seperti menghindari praktik riba, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (perjudian).

Hal ini terlihat dalam pengambilan keputusan bisnis yang selalu mempertimbangkan dampak jangka panjang serta etika dalam setiap transaksinya. Badan Usaha Milik Ma'arif NU tidak hanya mengejar keuntungan cepat, tetapi juga berusaha membangun reputasi yang baik dengan menekankan kejujuran, transparansi, dan keberlanjutan dalam berbisnis. Inovasi dilakukan dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat luas serta keberkahan usaha tersebut.

Ihsan (Kebaikan) sebagai Prinsip Luhur dalam Bisnis

Prinsip ihsan (kebaikan) juga sangat diutamakan dalam pengelolaan Badan Usaha Milik Ma'arif NU Banyuwangi. Ihsan adalah salah satu kata kunci dalam terminologi Islam. Ihsan juga merupakan suatu kata kunci penyemangat etika Islam (Tsalis, dkk, 2023). Prinsip ini menuntut pelaku usaha untuk berbuat baik, bahkan di luar kewajiban formal, dan selalu memberikan yang terbaik bagi sesama. Di dalam usaha ini, ihsan diwujudkan melalui berbagai kegiatan sosial dan pelayanan yang tidak hanya menguntungkan perusahaan, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat. Contohnya, perusahaan sering terlibat dalam kegiatan-

kegiatan sosial, seperti program pendidikan bagi masyarakat miskin, penyediaan beasiswa, atau dukungan terhadap kegiatan keagamaan.

Prinsip ihsan juga tercermin dalam layanan yang diberikan kepada konsumen. Pelayanan yang ramah, transparan, dan jujur menjadi nilai utama yang dijunjung tinggi oleh seluruh karyawan. Mereka dilatih untuk melayani konsumen dengan penuh tanggung jawab, serta memastikan bahwa produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan apa yang dijanjikan. Dengan menerapkan ihsan, Badan Usaha Milik Ma'arif NU berusaha membangun kepercayaan yang kuat dengan konsumen dan masyarakat luas.

Manfaat Penerapan Etika Bisnis Islam bagi Badan Usaha

Dari hasil penelitian, jelas terlihat bahwa penerapan etika bisnis Islam memberikan banyak manfaat bagi Badan Usaha Milik Ma'arif NU Banyuwangi. Menurut Sampurno (2016) secara umum perusahaan telah melaksanakan etika bisnis Islam sesuai dengan lima aksioma etik yang diacu. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam pada perusahaan juga berdampak pada enam aspek kemajuan bisnis perusahaan. Tidak hanya dalam hal peningkatan kinerja ekonomi, tetapi juga dalam membangun reputasi yang baik di mata masyarakat. Usaha yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip Islam ini mampu menciptakan kepercayaan dari konsumen dan masyarakat, sehingga mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Selain itu, penerapan etika bisnis Islam juga membantu badan usaha dalam menghadapi tantangan dan persaingan bisnis. Dengan landasan etika yang kuat, Badan Usaha Milik Ma'arif NU mampu menjaga keseimbangan antara kepentingan bisnis dan tanggung jawab moral. Usaha yang dikelola dengan nilai-nilai Islam ini lebih siap menghadapi berbagai risiko bisnis dan mampu beradaptasi dengan perubahan pasar tanpa mengorbankan prinsip-prinsip keagamaan. Penerapan etika bisnis Islam di Badan Usaha Milik Ma'arif NU Banyuwangi membuktikan bahwa prinsip-prinsip Islam dapat menjadi landasan yang kokoh dalam menjalankan usaha yang berkelanjutan, adil, dan memberikan manfaat luas bagi masyarakat. Dengan menjadikan etika bisnis Islam sebagai pondasi utama, badan usaha ini berhasil menciptakan lingkungan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga bermakna secara sosial dan spiritual.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pada uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Badan Usaha Milik Ma'arif NU Banyuwangi berperan sebagai landasan utama yang mengarahkan seluruh aktivitas bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam. Prinsip-prinsip seperti tauhid (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), tanggung jawab (*responsibility*), kebebasan dalam batas syariah (*free will*), dan ihsan (kebaikan) menjadi pedoman dalam menjaga keseimbangan

antara keuntungan ekonomi dan tanggung jawab sosial. Penerapan etika ini tidak hanya menciptakan bisnis yang adil dan berkelanjutan, tetapi juga membangun kepercayaan dari masyarakat dan memberikan manfaat luas bagi semua pihak yang terlibat. Melalui komitmen terhadap nilai-nilai moral dan syariah, Badan Usaha Milik Ma'arif NU mampu menciptakan reputasi yang baik, meningkatkan kesejahteraan karyawan, konsumen, dan masyarakat sekitar, serta menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Etika bisnis Islam terbukti menjadi pondasi kuat yang membantu badan usaha ini beroperasi secara berintegritas, beretika, dan memberikan dampak sosial yang positif.

DAFTAR REFERENSI

- Amalia, F. (2014). *Etika bisnis Islam: Konsep dan implementasi pada pelaku usaha kecil*. Al-Iqtishad Journal of Islamic Economics, 6(1), 133-142.
- Arifin, I. N. (2018). *Analisis penerapan etika bisnis Islam pada CV. Wahana Satria Purwokerto* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Arsini, N. W., & Sutriyanti, N. K. (2020). *Internalisasi nilai pendidikan karakter Hindu pada anak usia dini*. Denpasar: Yayasan Gandhi Puri.
- Decaprio, R. (2013). *Aplikasi teori pembelajaran motorik di sekolah*. Yogyakarta: Divapress.
- Djakfar, M. (2012). *Etika bisnis menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran*. Depok: Penerbit Plus Inprint.
- Hardani, et al. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup.
- Hasbi, M. (2015). *Ilmu kalam: Memotret aliran teologi dalam Islam*. Yogyakarta: Trustmedia Publishing.
- Hidayat, D., & Hasib, F. F. (2015). Pencapaian masalah melalui etika bisnis Islam: Studi kasus restoran Mie Akhirat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(11).
- Juliyani, E. (2016). Etika bisnis dalam perspektif Islam. *Jurnal Ummul Quro*, 7(1), 63-74.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis*. Jakarta: Kencana.
- Nuruddin, M. A. (2020). *Implementasi etika bisnis Islam dalam melakukan transaksi jual beli di pasar tradisional Kecamatan Dawe (Analisis pada Pasar Piji)* (Doctoral dissertation, IAIN Kudus).
- Rukin. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia.
- Sampurno, W. M. (2016). Penerapan etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap kemajuan bisnis industri rumah tangga. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2(1), 13-18.

- Slamet, S., & Imami, N. A. S. (2020). Pengaruh komunikasi pimpinan dan bawahan terhadap kinerja karyawan restoran Ayam Bawang Cak Per Cabang Malang. *MOMENTUM: Jurnal Sosial dan Keagamaan*, 9(2), 289-306.
- Solikhah, A., & Mashuri, M. (2023). Implementasi etika bisnis Islam terhadap usaha mikro pada masa pandemi virus sapi: Fenomenologi penjual bakso di daerah Grati Kab. Pasuruan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2177-2186.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputri, T. F., & Suryaningsih, S. A. (2022). Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli sembako di pasar Kedurus Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 146-159.
- Tsalis, N., Sarjana, L. A., & Fadlurrahman, F. (2023). Konsep ihsan menurut para mufassir Al-Qur'an dan hubungannya dengan pendidikan. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2), 1288-1300.
- Umuri, K., & Ibrahim, A. (2020). Analisis perilaku pedagang kaki lima menurut tinjauan etika bisnis Islam. *Jurnal Iqtisaduna*, 6(2), 187-197.
- Wajo, A. (2021). Konsep kebebasan dalam perspektif ekonomi Islam. *Al-Mizan: Jurnal Kajian Hukum dan Ekonomi*, 7(01), 19-35.
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2022). Analisis penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141-154.