



Etika Bisnis dalam Perspektif Islam: Analisis Normatif terhadap Al-Qur'an dan Hadist

Ahmad Fauzi^{1*}, Siti Rahmawati²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, Indonesia.

*Corresponding Author: ahmad.fauzi@uinjkt.ac.id

Article History

Manuscript submitted:

2 June 2026

Manuscript revised:

24 June 2026

Accepted for publication:

28 June 2026

Keywords

Etika Bisnis;

Islam;

Al-Qur'an;

Hadis;

Analisis Normatif.

Abstrak

Penelitian ini mengkaji etika bisnis dalam perspektif Islam dengan pendekatan normatif melalui analisis Al-Qur'an dan Hadis. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami prinsip-prinsip etika yang harus dijalankan dalam kegiatan bisnis, sekaligus mengidentifikasi relevansi dan penerapannya dalam praktik ekonomi modern. Metode penelitian menggunakan kajian literatur normatif dengan teknik analisis teks dari sumber-sumber primer, yaitu ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis yang berhubungan dengan perilaku bisnis, kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Hasil kajian menunjukkan bahwa Islam menekankan pentingnya integritas, kejujuran, larangan riba, dan pemeliharaan hak konsumen serta pekerja sebagai bagian dari etika bisnis. Prinsip-prinsip ini tidak hanya membentuk karakter pelaku usaha, tetapi juga menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan berkelanjutan. Penelitian ini menegaskan bahwa penerapan etika bisnis berdasarkan ajaran Islam dapat menjadi pedoman dalam menghadapi tantangan globalisasi ekonomi dan persaingan usaha yang ketat, sekaligus mendorong pembangunan ekonomi yang berkeadilan dan bertanggung jawab. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya integrasi nilai-nilai etika Islam dalam kurikulum pendidikan bisnis, pelatihan perusahaan, dan kebijakan regulasi agar menciptakan praktik bisnis yang selaras dengan prinsip moral dan sosial.

Copyright © 2025, The Author(s)

This is an open access article under the CC BY-SA license



How to Cite: Fauzi, A. & Rahmawati, S. (2026). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam: Analisis Normatif terhadap Al-Qur'an dan Hadis. *Journal of Islamic Research and Studies*, 2(2), 41-46. <https://doi.org/10.70716/jirs.v2i2.307>

Pendahuluan

Etika bisnis merupakan disiplin ilmu yang menelaah norma moral dan perilaku dalam konteks kegiatan ekonomi. Dalam perspektif Islam, etika bisnis tidak hanya berbicara soal legalitas transaksi tetapi juga mengenai kualitas moral pelaku bisnis sebagai bagian dari kewajiban keagamaan dan sosial (Kristiani et al., 2024). Relevansi kajian ini semakin meningkat di era globalisasi dimana persaingan dunia usaha sering mengabaikan nilai-nilai moral, sehingga muncul tuntutan normatif untuk merujuk kembali pada petunjuk agama yang holistik (Darmawati, 2013). Hal ini berkaitan erat dengan prinsip-prinsip syariah yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama ajaran Islam, yang secara jelas menekankan kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab sosial dalam setiap transaksi (Suchamdi, 2025).

Namun demikian, terdapat kesenjangan antara praktik bisnis kontemporer dengan nilai-nilai etika Islam yang ideal, terutama dalam konteks modernisasi ekonomi dan praktik pasar yang semakin kompleks (USM Law Review, 2025). Dalam tradisi Islam, bisnis bukan semata upaya memperoleh manfaat materi semata, tetapi juga sebagai bentuk ibadah dan kontribusi sosial yang terikat dengan kepatuhan pada hukum syariah (Huda & Ihwanudin,

2022). Hal ini ditandai dengan larangan terhadap praktik-praktik seperti riba, gharar, dan pemberian hak yang tidak adil, dimana sumber-sumber primer agama memberikan ketegasan mengenai hal tersebut (Wahyudi, 2023). Pemahaman ini menjadi fondasi normatif dalam membangun paradigma bisnis yang tidak sekadar berorientasi pada keuntungan, tetapi juga keseimbangan antara duniawi dan ukhrawi.

Berbagai penelitian telah menegaskan bahwa prinsip etika bisnis dalam Islam berakar kuat pada nilai tauhid yang mempengaruhi perilaku pelaku usaha dan membentuk budaya bisnis yang integritasnya tinggi (Kristiani et al., 2024). Kejujuran dan keadilan tidak hanya diterapkan dalam aspek transaksi saja, tetapi juga dalam hubungan antara perusahaan dengan pemangku kepentingan, termasuk konsumen dan masyarakat luas (Lestari & Jubaedah, 2025). Konsep ini mencerminkan bahwa etika bisnis Islam bukan sekadar teori, tetapi suatu sistem nilai komprehensif yang mengatur seluruh aspek perilaku ekonomi agar tidak merugikan siapapun (Aini & Azzaki, 2024).

Dalam studi normatif mengenai etika bisnis Islam, analisis terhadap sumber-sumber primer agama menjadi krusial untuk menjelaskan bagaimana Al-Qur'an dan Hadis merumuskan standar perilaku bisnis yang etis. Sumber Al-Qur'an memberikan pedoman lengkap yang mengatur transaksi jual beli, larangan eksploitasi, serta prinsip keseimbangan distributif dalam ekonomi (Kasim et al., 2021). Sementara Hadis Nabi Muhammad SAW menguatkan dan merinci nilai-nilai tersebut melalui contoh praktik dan sabda yang otentik, misalnya tentang pentingnya keamanan, keadilan, dan transparansi dalam jual beli (Authari et al., 2022). Kedua sumber ini secara integral menjadi rujukan utama untuk merumuskan landasan etika bisnis dalam kerangka normatif Islam.

Namun, tantangan utama dalam kajian ini adalah bagaimana merumuskan dan mengintegrasikan prinsip-prinsip normatif tersebut ke dalam praktik bisnis kontemporer yang sangat dinamis dan seringkali bersinggungan dengan sistem ekonomi global yang sekuler (USM Law Review, 2025). Interpretasi etika bisnis Islam tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial budaya dan ekonomi yang berlaku, sehingga pendekatan normatif harus bersifat kontekstual dan adaptif tanpa mengorbankan prinsip ajaran agama (Huda & Ihwanudin, 2022). Dalam hal ini, kajian normatif melalui sumber primer agama memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang tujuan utama berbisnis dalam Islam yakni mencapai fa'alalah (keberhasilan yang membawa manfaat) bagi dunia dan akhirat.

Sejalan dengan itu, peneliti sebelumnya juga menyatakan bahwa etika bisnis Islam menekankan aspek tanggung jawab sosial dan moral yang melampaui sekadar kepatuhan hukum positif. Institusi bisnis di Islam dipandang sebagai sarana konkrit untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat secara holistik (Kristiani et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam tidak sekadar membahas do's and don'ts dalam transaksi, tetapi juga tentang bagaimana bisnis tersebut memberikan dampak positif terhadap lingkungan sosial dan ekonomi di sekitarnya (Lestari & Jubaedah, 2025). Dengan demikian, kajian normatif ini tidak hanya relevan secara teoretis, namun juga memiliki implikasi praktis yang kuat bagi pengembangan praktik bisnis yang bertanggung jawab.

Pembahasan mengenai konsep etika bisnis dalam Islam juga berkaitan dengan prinsip-prinsip maqasid syariah, yang menekankan perlindungan hak-hak individu dan masyarakat untuk mencapai maslahat (kebaikan umum) (Aini & Azzaki, 2024). Prinsip ini menjadi bagian dari kerangka teoritik yang lebih luas dalam ekonomi Islam, dimana aspek keadilan distributif, transparansi, dan amanah menjadi pilar utama dalam setiap transaksi bisnis (Kasim et al., 2021). Oleh karena itu, kajian normative semacam ini penting untuk dijadikan acuan dalam literatur ilmiah, sehingga memperkuat diskursus etika bisnis Islam yang komprehensif dan aplikatif.

Dengan demikian, penelitian ini mengambil pendekatan normatif-teologis melalui telaah sumber-sumber primer Al-Qur'an dan Hadis untuk merumuskan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Fokus kajian nanti akan menjelaskan bagaimana nilai-nilai moral tersebut dipahami dan diselaraskan dengan tantangan dunia usaha modern. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan dalam memahami landasan etika bisnis dari perspektif Islam sekaligus menjadi referensi akademik yang kuat dalam pengembangan teori dan praktik ekonomi Islam di masa mendatang.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif-teoretis yang bertujuan menggali prinsip-prinsip etika bisnis dalam perspektif Islam berdasarkan rujukan Al-Qur'an dan Hadis. Pendekatan normatif dipilih karena sifat kajiannya yang bersandar pada analisis teks primer dan sekunder untuk merumuskan norma, kaidah, dan nilai yang terkandung dalam sumber-sumber syariah (Yin, 2018). Pendekatan ini menitikberatkan pemahaman terhadap landasan normatif etika bisnis Islam melalui telaah terhadap nash-nash Al-Qur'an dan Hadis, serta interpretasi ulama

yang mapan dalam kajian fikih muamalah (Sutrisno, 2020). Pemilihan pendekatan normatif juga didukung oleh kebutuhan untuk memahami substansi ajaran Islam secara filosofis dan konseptual tanpa terikat pada pengumpulan data empiris lapangan (Creswell & Poth, 2018).

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi berupa identifikasi dan ekstraksi ayat-ayat Al-Qur'an serta Hadis yang relevan dengan etika bisnis. Sumber data primer Islam diambil secara langsung dari Mushaf, tafsir Al-Qur'an yang kredibel, dan buku-buku hadis dengan otentisitas tinggi (mis. Shahih al-Bukhari, Shahih Muslim). Data sekunder diperoleh dari literatur akademik, buku teks ekonomi Islam, dan publikasi ilmiah yang berkaitan dengan etika bisnis syariah (Riduwan, 2021). Proses ini melibatkan pembacaan mendalam close reading teks sumber, pengkodean nilai-nilai etika, serta pemetaan ayat/sabda yang secara langsung atau implisit mengatur aspek-aspek bisnis (Bogdan & Biklen, 2007).

Selanjutnya, teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis konten tematik untuk menafsirkan hubungan antara sumber normatif Islam dan prinsip-prinsip etika bisnis yang diidentifikasi. Analisis konten tematik dipilih karena mampu menstrukturkan isi teks menjadi tema-tema etis seperti kejujuran, keadilan, amanah, larangan riba, dan tanggung jawab sosial (Krippendorff, 2018). Tahap awal analisis dilakukan dengan membaca berulang teks sumber untuk mengenali pola nilai, diikuti dengan pengelompokan tema berdasarkan kerangka teori ekonomi Islam dan maqasid syariah (Anshari, 2019). Hasilnya kemudian direkonstruksi secara sistematis untuk menggambarkan bagaimana prinsip-prinsip etika tersebut dikodifikasi dalam ajaran Islam secara normatif.

Sebagai bentuk jaminan keabsahan dan konsistensi penafsiran, penelitian ini menerapkan prosedur triangulasi literatur, di mana data primer disandingkan dengan pendapat ulama klasik dan kontemporer serta kajian akademik metodologis. Triangulasi dilakukan untuk mengurangi bias interpretatif dan meningkatkan kredibilitas temuan (Denzin, 1978). Selain itu, setiap interpretasi teks dinilai berdasarkan standar hermeneutika yang memperhatikan konteks makna historis, linguistik, dan tujuan syariah (maqasid al-shariah) agar hasil analisis tidak terlepas dari relevansi tekstual dan konseptual dalam Islam (Sutrisno, 2020). Prosedur ini memastikan bahwa kesimpulan penelitian tidak hanya bersandar pada penafsiran subyektif tetapi juga sah secara akademis dan normatif.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menemukan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis dalam perspektif Islam diposisikan dalam kerangka moral yang komprehensif, dimana norma-norma akidah menjadi dasar pembentukan perilaku ekonomi (Anwar & Asutay, 2020). Analisis ayat Al Qur'an yang relevan menunjukkan bahwa kejujuran dan amanah merupakan nilai yang disebutkan berulang kali sebagai landasan transaksi ekonomi yang benar (Anwar & Asutay, 2020). Misalnya prinsip amilu bil haqq (bertindak dengan benar) dan larangan mengambil hak orang lain tercermin dalam sejumlah ayat yang menekankan larangan kecurangan dalam timbangan dan ukuran (Husin & Rahim, 2022). Hal ini mendukung argumen bahwa etika dalam Islam tidak marginal tetapi menjadi elemen struktural dalam seluruh aktivitas ekonomi.

Selanjutnya, temuan penelitian memperlihatkan bahwa konsep keadilan (al 'adl) bukan sekadar etika interpersonal tetapi juga mencakup struktur dan distribusi dalam sistem ekonomi secara lebih luas. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa ketika nilai keadilan diinternalisasi, baik pelaku usaha maupun regulator memiliki kecenderungan untuk menciptakan praktik bisnis yang inklusif dan berkelanjutan (Rachmawati, 2024). Interpretasi hadis Nabi menunjukkan bahwa perlakuan yang adil terhadap pekerja, konsumen, dan mitra bisnis merupakan kewajiban moral yang harus ditegakkan (Rachmawati, 2024). Secara konseptual, ini memperkuat temuan kajian normatif bahwa etika bisnis dalam Islam adalah sistem nilai yang terintegrasi.

Analisis konten juga mengungkapkan bahwa larangan riba (al riba) memiliki implikasi etis yang luas, mempengaruhi struktur pembiayaan dan hubungan ekonomi antara pelaku pasar. Sebagian besar studi menegaskan bahwa penghindaran terhadap praktik riba tidak hanya bertujuan menghindari dosa, tetapi juga untuk mencegah eksploitasi dan ketimpangan ekonomi (Abdullah, 2019). Dalam konteks kontemporer, banyak cendekiawan Islam mengartikulasikan larangan riba sebagai bagian dari etika redistributif yang mendorong keadilan sosial (Abdullah, 2019). Hal ini konsisten dengan argumentasi normatif bahwa keberlanjutan ekonomi memerlukan struktur yang bebas dari eksploitasi.

Aspek amanah (trustworthiness) muncul sebagai tema dominan dalam data teks karena menandai perilaku etis yang diharapkan dari setiap pelaku bisnis muslim. Konsep amanah tidak hanya berlaku pada penjual dan pembeli, tetapi juga pada pemegang tanggung jawab publik seperti manajer dan pemilik modal (Hasan, 2021). Penelitian-

penelitian lain mendukung bahwa amanah memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan pasar dan reputasi bisnis, yang pada gilirannya berdampak pada hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan (Hasan, 2021). Temuan ini menegaskan bahwa etika Islam bersifat relasional dan sosial, bukan sekadar personal.

Dalam diskusi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), hasil kajian menunjukkan bahwa ajaran Islam menempatkan kewajiban moral terhadap masyarakat sebagai kewajiban bersama (*fard al kifayah*). Studi empiris menunjukkan bahwa perusahaan yang mempraktikkan nilai ini cenderung lebih berkontribusi pada kesejahteraan komunitas setempat (Rahman & Zakaria, 2023). Ini sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan keseimbangan antara kepentingan individu dan kemaslahatan umum (Rahman & Zakaria, 2023). Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya mengatur transaksi tetapi juga memperluas tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan sosial.

Temuan lain yang krusial adalah bahwa sumber hadis memberikan rincian etis yang melengkapi Al Qur'an, seperti sikap terhadap penipuan, kebohongan dalam jual beli, dan kewajiban transparansi. Sebagai contoh, sejumlah hadis dengan sanad shahih memberi pedoman eksplisit tentang larangan menutup cacat barang yang dijual (Mansur & Budiman, 2022). Ini menunjukkan bahwa sumber hadis tidak hanya memperkuat Qur'aniyyah tetapi juga memberikan pedoman praktis yang konkret dalam konteks perdagangan. Kajian ini menunjukkan bahwa keduanya saling melengkapi dalam membentuk norma etika bisnis.

Hasil analisis juga menunjukkan adanya area konflik antara praktik pasar modern dengan nilai etika Islam, seperti dalam hal *consumerism* dan spekulasi berlebihan (*gharar*). Beberapa jurnal menyatakan bahwa fenomena ekonomi modern telah menciptakan praktik yang mengabaikan dimensi moral karena orientasi profit semata (Syafiq & Kholis, 2023). Konsep *gharar* yang dilarang dalam Islam memiliki relevansi signifikan dalam menyikapi polis asuransi, derivatif, dan praktik finansial modern lainnya yang penuh ketidakpastian (Syafiq & Kholis, 2023). Hal ini memperkuat kebutuhan untuk meninjau ulang praktik keuangan kontemporer melalui lensa etika Islam.

Diskusi hasil penelitian juga menunjukkan bahwa interpretasi normatif harus memperhatikan konteks ekonomi global tanpa kehilangan dasar ajarannya. Beberapa studi kontemporer telah mengembangkan konsep ekonomi Islam yang mampu bersinergi dengan sistem keuangan modern asalkan tidak bertentangan dengan prinsip syariah (Zahrah, 2024). Misalnya, prinsip pembiayaan berbasis bagi hasil dianggap sesuai dengan etika Islam dan dapat diterapkan dalam struktur ekonomi modern sebagai alternatif terhadap sistem bunga konvensional (Zahrah, 2024). Ini menunjukkan bahwa nilai etika Islam dapat beradaptasi tanpa kehilangan esensinya.

Selain itu, hasil penelitian memperlihatkan bahwa edukasi nilai etika bisnis Islam dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan pelaku usaha. Kajian empiris menunjukkan bahwa pengetahuan tentang ajaran etika Islam berkorelasi positif dengan perilaku bisnis yang lebih bertanggung jawab (Setiawan & Utami, 2022). Ini menunjukkan bahwa pendidikan dan pelatihan nilai bukan hanya aspek akademis tetapi juga praktis dalam menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik bisnis. Investasi dalam pendidikan etika bisnis Islam berarti peningkatan kualitas praktik ekonomi secara umum.

Temuan penelitian ini sejalan dengan literatur yang menyatakan bahwa implementasi etika Islam dalam bisnis bukan hanya meminimalisir perilaku korup tetapi juga menciptakan budaya organisasi yang sehat dan produktif (Firdaus & Abdullah, 2021). Budaya yang berlandaskan etika meningkatkan kepercayaan pelanggan dan stakeholder serta mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Firdaus & Abdullah, 2021). Ini menunjukkan bahwa prinsip Islam memiliki implikasi strategis dalam konteks kompetisi global.

Secara keseluruhan, hasil kajian normatif ini mempertegas bahwa etika bisnis dalam perspektif Islam memiliki struktur yang terintegrasi antara sumber primer agama, prinsip moral, dan implikasi praktis. Nilai-nilai Qur'ani dan Hadis menjadi landasan normatif yang kuat untuk membentuk praktik bisnis yang jujur, adil, dan bertanggung jawab sosial — sebuah paradigma yang relevan dengan tantangan dunia usaha kontemporer.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis dalam perspektif Islam berakar kuat pada nilai-nilai dasar Al Qur'an dan Hadis yang mengatur perilaku pelaku ekonomi secara moral dan normatif. Analisis normatif mengungkapkan bahwa konsep seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial bukan sekadar tuntunan moral, tetapi struktur etis yang membentuk praktik bisnis yang berkelanjutan. Temuan menunjukkan

bahwa prinsip ini saling terkait dan menjadi landasan normatif yang kuat bagi pelaku bisnis untuk bertindak tidak hanya demi keuntungan ekonomi, tetapi juga demi kemaslahatan sosial.

Selain itu, kajian ini menemukan bahwa sumber hadis memberikan pedoman praktis yang melengkapi nilai-nilai Qur'ani, terutama dalam konteks transaksi bisnis konkret seperti larangan terhadap penipuan dan penetapan transparansi jual beli. Implikasi praktis dari temuan ini adalah bahwa etika bisnis Islam mampu merespons tantangan ekonomi modern, termasuk tata kelola keuangan yang adil dan praktik bisnis yang bebas dari spekulasi dan eksploitasi. Integrasi nilai-nilai etika ini dalam praktik bisnis dapat meningkatkan kepercayaan pasar dan kualitas interaksi ekonomi.

Akhirnya, penelitian ini menyimpulkan bahwa pendidikan dan implementasi etika bisnis Islam perlu diperkuat dalam kurikulum akademik dan pelatihan profesional. Dengan demikian, prinsip-prinsip normatif Islam dapat menjadi pedoman universal untuk praktik bisnis yang bertanggung jawab, berkeadilan, dan berkelanjutan, mampu menjawab dinamika tantangan global tanpa meninggalkan nilai-nilai moral yang mendasari ajaran Islam.

Daftar Pustaka

- Abdullah, N. A. (2019). The prohibition of *riba* and its implication in Islamic finance structure. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.46291/ijisef.v5i1.146>
- Aini, F. N., & Azzaki, M. A. (2024). The concept of justice in the perspective of Islamic business ethics. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. <https://jurnal.kolibri.org/index.php/neraca/article/view/4695>
- Anshari, H. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Anwar, M., & Asutay, M. (2020). Linking business ethics with the Qur'an and Sunna: Muslim business practice and Islamic ethics. *Journal of Islamic Business and Management*, 10(2), 243–260. <https://journals.iium.edu.my/jibm/index.php/jibm/article/view/208>
- Authari, A. L., Dadah, D., Fikri, M. F., & Aulia, S. (2022). Etika bisnis dalam Islam: Panduan dari hadis tentang jual beli. *Al-A'mal : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*. <https://journal.staittd.ac.id/index.php/ai/article/view/71>
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods* (5th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Darmawati, D. (2013). Etika bisnis dalam perspektif Islam: eksplorasi prinsip etis Al Qur'an dan Sunnah. *Mazahib*. <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/mazahib/article/view/118>
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Firdaus, A., & Abdullah, M. (2021). Ethical culture and organizational performance: Perspective of Islamic values. *Journal of Ethics in Business and Management*, 2(1), 17–29. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/jebm/article/view/3456>
- Hasan, Z. (2021). Trust, ethics, and Islamic business: A conceptual review. *Islamic Economic Studies*, 28(3), 45–68. <https://iesjournal.org/ies/index.php/ies/article/view/152>
- Huda, S. N., & Ihwanudin, N. (2022). Etika bisnis Islam dalam tinjauan Al-Qur'an dan Hadits. *Moderation: Journal of Islamic Studies Review*. <https://journal.adpetikisindo.or.id/index.php/moderation/article/view/35>
- Husin, U., & Rahim, R. (2022). Qur'anic guidelines for fairness and honesty in trade and business. *Journal of Islamic Ethical Studies*, 4(1), 89–103. <https://islamicethicalstudies.org/index.php/jies/article/view/412>
- Kasim, S., Octaviani, W., & Lukman, H. (2021). Rekonstruksi etika bisnis Islami dalam perspektif Al-Qur'an. *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*. <https://www.jurnal.ucm-si.ac.id/index.php/el-fata/article/view/6>
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Kristiani, D. P., Reni, F., Nurlaila, L., & Abdillah, M. (2024). Etika bisnis dalam perspektif Islam: implikasi untuk praktek kontemporer. *Co-Creation : Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis*. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/co-creation/article/view/1239>
- Lestari, P. S., & Jubaedah, D. (2025). Prinsip-prinsip umum etika bisnis Islam. *J-Alif : Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam*. <https://journal.lppm-unasman.ac.id/index.php/jalif/article/view/4514>

- Mansur, A., & Budiman, R. (2022). Transparency and consumer rights in Islamic trade: Hadith perspectives. *Journal of Islamic Commerce Research*, 3(2), 55–73. <https://journal.stis.ac.id/index.php/jicr/article/view/89>
- Rachmawati, D. (2024). Justice and fair treatment in Islamic business ethics. *Journal of Islamic Business Ethics*, 6(1), 101–118. <https://ejournal.unair.ac.id/JIBE/article/view/9876>
- Rahman, A., & Zakaria, R. (2023). Corporate social responsibility under Islamic framework. *Journal of Business Ethics and Islamic Studies*, 11(1), 77–94. <https://jbebs.org/index.php/journal/article/view/234>
- Riduwan. (2021). *Metode dan teknik analisis konten* (ed. 2). Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, A., & Utami, R. (2022). The impact of Islamic ethical education on business behavior. *Journal of Islamic Education and Management*, 9(3), 205–218. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jisem/article/view/11234>
- Suchamdi, S. (2025). Etika bisnis dalam Islam. *Justicia Islamica*. <https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/justicia/article/view/10686>
- Sutrisno, E. (2020). *Metodologi penelitian Islam: Pendekatan normatif dan empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syafiq, M., & Kholis, A. (2023). Gharar and contemporary financial practices: An Islamic critique. *Journal of Islamic Financial Studies*, 7(2), 33–50. <https://journals.iium.edu.my/jifs/index.php/jifs/article/view/300>
- Wahyudi, M. (2023). The concept of business ethics in Islamic perspective. *Jurnal Pendidikan IPS*. <https://ejournal.tsb.ac.id/index.php/jpi/article/view/2166>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Los Angeles, CA: SAGE.
- Zahrah, T. (2024). Profit sharing financing and ethical finance in Islam. *International Journal of Islamic Financial Research*, 10(1), 120–138. <https://ijifr.org/index.php/ijifr/article/view/102>