Hamfara : Journal of Islamic Economic Studies
Volume 1 Number 3, September-December (2025), 225-234

Etika Bisnis Perspektif Al-Qur'an: Studi Komparatif Pemikiran Wahbah Zuhaili dan Muhammad Abduh

Amiril Ahmad[1], Muhammad Zulfi Hamdi[2]

[1,2]Universitas PTIQ Jakarta, Indonesia
Email Correspondence; Amirilnst@ptiq.ac.id

Article History
Received: 14 July 2025
Accepted: 19 July 2025
Published: 10 September 2025

Kata Kunci :
Etika Bisnis; Ekonomi Islam; Studi Komparatif; Tafsir al-Qur'an

Abtrak

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi dan membandingkan konsep etika bisnis menurut dua pemikir Islam modern, Wahbah az-Zuḥaylī dan Muhammad Abduh. Latar belakang kajian ini adalah meningkatnya praktik bisnis tidak beretika di era modern, meskipun etika merupakan fondasi penting dalam ekonomi Islam. Penelitian ini berusaha menggali nilai-nilai normatif dan spiritual yang relevan untuk membangun sistem ekonomi Islam yang adil dan berkelanjutan. Metode yang digunakan adalah kualitatif berbasis studi pustaka, dengan sumber primer berupa karya Wahbah az-Zuḥaylī (al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuh, al-Tafsīr al-Munīr) dan Muhammad Abduh (Tafsīr al-Manār), serta literatur sekunder seperti buku, jurnal, dan artikel ilmiah. Analisis dilakukan secara tematik dan komparatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa az-Zuḥaylī menekankan aspek legal-formal, seperti keadilan dalam transaksi dan pencatatan, sementara Abduh lebih menyoroti dimensi spiritual, kesadaran moral, dan transformasi sosial. Kesimpulannya, pendekatan keduanya saling melengkapi—az-Zuḥaylī memperkuat hukum syariah, sedangkan Abduh memperkaya dimensi etika dan rasionalitas. Temuan ini bermanfaat bagi pengembangan kebijakan etika bisnis syariah masa kini serta membuka ruang riset lanjutan dalam ekonomi Islam.

Kata kunci:
Business Ethics; Islamic Economy; Comparative Study; Qur'anic Interpretation

Abstrak

This study aims to explore and compare the concept of business ethics from the perspectives of two prominent modern Islamic thinkers: Wahbah az-Zuḥaylī and Muhammad Abduh. The background of this research lies in the growing prevalence of unethical business practices in the modern era, despite ethics being a core pillar of the Islamic economic system. The study seeks to uncover normative and spiritual values that can serve as a foundation for building a just and sustainable Islamic economic framework. The research employs a qualitative method based on literature review, using primary sources such as Wahbah az-Zuḥaylī's works (al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuh, al-Tafsīr al-Munīr) and Muhammad Abduh's Tafsīr al-Manār, supported by secondary sources including

books, journals, and scholarly articles. The analysis is conducted thematically and comparatively. Findings reveal that az-Zuḥaylī emphasizes legal-formal aspects such as fairness in transactions and proper documentation, while Abduh highlights spiritual awareness, moral consciousness, and social transformation in business practices. The study concludes that both approaches are complementary—az-Zuḥaylī reinforces the legal framework, whereas Abduh enriches the ethical and rational dimensions. These insights have theoretical and practical implications for contemporary Islamic business ethics policy development and open opportunities for further research in Islamic economics.

© 2025 oleh penulis. Diajukan untuk kemungkinan publikasi akses terbuka berdasarkan syarat dan ketentuan lisensi Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY-SA) (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Islam adalah sistem hidup yang komprehensif, mencakup dimensi spiritual, sosial, politik, dan ekonomi (Afzalur Rahman, 2016). Dalam kerangka ajaran Islam, ekonomi tidak dipandang sebagai aktivitas sekuler semata, melainkan sebagai bagian dari pengabdian kepada Allah SWT yang dibingkai oleh prinsip-prinsip syariah (Kurniasih Setyagustina, dkk., 2023). Al-Qur'an dan Sunnah menjadi rujukan utama dalam membentuk sistem ekonomi Islam yang berbeda secara esensial dari sistem kapitalisme dan sosialisme (Windari & Abdul, 2024).

Salah satu aspek penting dalam sistem ekonomi Islam adalah etika bisnis, yang memegang peran sentral dalam menjamin keadilan, keberkahan, dan keseimbangan dalam muamalah. Etika memegang posisi sentral dalam struktur ekonomi Islam. Ia tidak hanya berfungsi sebagai pengatur perilaku individu, tetapi juga sebagai landasan moral kolektif yang menjamin kebahagiaan dan keadilan dalam muamalah (Desy & Sania, 2020). Etika bisnis dalam Islam menekankan kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial. Bisnis tidak hanya fokus pada keuntungan materi, tetapi juga berusaha membawa berkah dan kebaikan yang lebih luas (Ulfa, dkk., 2025). Prinsip-prinsip ini menjadi panduan untuk mencegah penyimpangan moral dalam aktivitas ekonomi yang kerap terjadi di era modern.

Urgenitas penerapan etika bisnis tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga menjadi kebutuhan praktis dalam realitas ekonomi kontemporer. Dalam konteks Indonesia, pertumbuhan sektor usaha, terutama UMKM dan bisnis digital menunjukkan dinamika yang tinggi. Menurut data BPS, UMKM mencakup lebih dari 64 juta unit usaha dan menyumbang lebih dari 97% total pelaku usaha nasional (BPS, 2023). Namun, di balik angka ini, praktik bisnis yang melanggar etika sering kali muncul, seperti manipulasi harga dan monopoli pasar. Salah satu kasus yang menonjol adalah dugaan pelanggaran etika bisnis oleh PT Garuda Indonesia, yang melibatkan persekongkolan harga dan pelanggaran prinsip persaingan sehat (RRI, 2024). Fenomena ini mencerminkan pentingnya fondasi etika dalam praktik ekonomi.

Meskipun praktik etika bisnis telah menjadi sorotan penting dalam dinamika ekonomi, kajian akademik terhadap tema ini juga terus berkembang. Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas konsep etika bisnis Islam dari berbagai sudut pandang. Misalnya, dalam *Al-Qur'an: Ekonomi, Bisnis, dan Etika Studi Pemikiran Tokoh,* prinsip kejujuran, kerja keras, dan tanggung jawab sosial menjadi pijakan utama (Rizka Fitri A, 2024). Sementara itu, *Rekonstruksi Etika Bisnis Islami*

dalam Perspektif al-Qur'an, menekankan pentingnya membebaskan praktik bisnis dari unsur kebatilan, kezaliman, dan kerusakan (Sinta Kasim, dkk., 2022). Kajian lain seperti *Etika Bisnis dalam Pandangan Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil* fokus pada penerapan nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam membangun transaksi yang berkah dan adil (Desi Efilianti, 2018).

Meskipun kajian tentang etika bisnis dalam Islam telah banyak dilakukan, sebagian besar masih bersifat deskriptif dan normatif, serta belum banyak yang secara sistematis membandingkan pandangan tokoh-tokoh pemikir Islam terhadap isu tersebut. Oleh karena itu, penting untuk menghadirkan analisis yang lebih mendalam dan kontekstual, terutama dalam memahami relevansi etika bisnis terhadap tantangan ekonomi Islam kontemporer.

Dalam kerangka penguatan kajian tersebut, penelitian ini secara khusus memfokuskan pada pemikiran dua tokoh penting, yaitu Wahbah az-Zuhaili dan Muhammad Abduh. Keduanya memiliki pendekatan yang berbeda, az-Zuhaili melalui pendekatan fiqh dan legal-formal, sementara Abduh melalui pendekatan reformis dan rasional. Dengan mengkaji pandangan kedua tokoh ini secara komparatif, penelitian ini bertujuan untuk menemukan titik temu serta perbedaan mendasar dalam prinsip etika bisnis yang mereka usung, sekaligus menggali relevansinya bagi pembangunan ekonomi Islam yang berkeadilan dan berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kepustakaan (library research) dengan metode kualitatif, yaitu menghasilkan data berupa deskripsi yang bersumber dari tuturan, tulisan, atau perilaku yang diamati secara tidak langsung melalui studi literatur. Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer mencakup karya *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh* dan *al-Tafsīr al-Munīr* karya Wahbah az-Zuḥaylī serta *Tafsīr al-Manār* karya Muhammad Abduh. Adapun data sekunder diperoleh dari berbagai buku, artikel jurnal, dan karya ilmiah lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Data yang terkumpul dianalisis secara tematik dan komparatif untuk memperoleh simpulan yang rinci, sistematis, dan relevan, khususnya mengenai prinsip-prinsip etika bisnis dalam perspektif kedua tokoh. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, sedangkan metode analisis dilakukan melalui pendekatan tematik untuk mengidentifikasi tema kunci, serta pendekatan komparatif untuk membandingkan gagasan antar tokoh secara kritis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Al-Qur'an, konsep bisnis dikaitkan dengan istilah *tijarah*, *bai'*, dan *syira'*, yang menggambarkan aktivitas ekonomi yang bertujuan memperoleh keuntungan secara halal dan etis (Ahmad Timur, 2002). Ayat-ayat *tijarah* terdapat pada Q.S. Al-Baqarah/2: 16, 282; An-Nisa'/4: 29; At-Taubah/9: 24; Al-Nur/24: 37; Fatir/35: 29; As-Shaf/61: 10; Al-Jum'ah/62: 11. Ayat-ayat *bai'* terdapat pada Q.S. Al-Baqarah/2: 254, 275, 282; Ibrahim/14: 31; Al-Jum'ah/62: 9. Sedangkan *syira'* terdapat dalam Q.S. Al-Baqarah/2: 16, 41, 79, 86, 90, 102, 174-175; Ali Imran/3: 177, 187, 199; An-Nisa'/4 : 44; Al-Maidah/5 : 44; At-Taubah/9: 9, 11; Yusuf/12: 95, dan Luqman/31: 6 (Abdul Baqi, 2010).

Ayat-ayat tersebut mengajarkan prinsip bisnis yang diridhai Allah SWT, seperti larangan memperoleh harta secara tidak sah, kecuali melalui jual beli yang dilandasi kerelaan. Pelajaran ini mencakup pentingnya kontrak kerja, larangan riba, dan penerapan

prinsip akuntansi syariah. Al-Qur'an juga menekankan keadilan dalam transaksi, dengan melarang gharar, penipuan, penimbunan, manipulasi harga, dan sifat kikir. Selain itu, Islam menganjurkan kerja keras, kejujuran, investasi dalam amal, serta menjaga hubungan harmonis dan mematuhi perjanjian untuk mencegah konflik (Monzer Kahf, 2022).

Menurut At-Thabari, konsep *tijarah* dalam Al-Qur'an adalah aktivitas yang bisa menguntungkan atau merugikan, bergantung pada cara dan etika pelaksanaannya (At-Thabari, 2001). Al-Qurthubi menambahkan bahwa bentuk perniagaan yang sesuai syariat adalah yang tidak mengandung unsur riba, penipuan, atau gharar (Al-Qurthubi, 1964). Oleh karena itu, bisnis dalam Islam tidak hanya soal mencari keuntungan, tetapi juga menjaga nilai-nilai moral dan tanggung jawab sosial.

Profil Wahbah Az-Zuhaili

Wahbah az-Zuhaili lahir pada 6 Maret 1932 M (1351 H) di Dar 'Atiyah, sebuah daerah terpencil di wilayah Damsyik, Suriah. Nama lengkapnya adalah Wahbah bin asy-Syekh Musthafa az-Zuhaili. Ia dikenal dengan julukan Nisbat yang merujuk pada Zahlah, sebuah daerah di Lebanon yang merupakan tempat asal leluhurnya. Ayahnya, Syekh Musthafa az-Zuhaili, adalah seorang petani sekaligus saudagar yang rendah hati dan alim, hafal al-Qur'an, tekun beribadah, rajin berpuasa, dan selalu melaksanakan shalat berjamaah di masjid (Saiful, 2013). Ibunya bernama Hajjah Fatimah binti Musthafa Sa'adah, seorang wanita salehah yang dikenal dengan sifat wara' dan keteguhannya dalam menjalankan syariat Islam (LPSI, 2016).

Ia tumbuh dan dibesarkan di lingkungan yang kental dengan kehadiran para ulama Mazhab Hanafi, sehingga membentuk kecenderungan fiqihnya dalam mengikuti mazhab tersebut. Namun demikian, dalam kiprah dakwah dan pengembangan ilmunya, ia tidak menjadikan mazhab Hanafi sebagai satu-satunya rujukan yang dikedepankan. Ia tetap bersikap netral dan profesional, serta menunjukkan sikap terbuka dan penuh penghargaan terhadap pendapat-pendapat dari mazhab lain. Sikap moderat ini tampak jelas dalam karya-karya tafsirnya, khususnya saat menafsirkan ayat-ayat yang berkaitan dengan hukum fiqih ('Ali 'iyazi, 1993).

Tafsir al-Munīr merupakan salah satu karya monumental Wahbah az-Zuhaili dalam bidang tafsir, selain *Tafsir al-Wasīṭ*. Proses penulisan *Tafsir al-Munīr* memakan waktu selama 16 tahun, hingga akhirnya diterbitkan pertama kali pada tahun 1991 dalam 16 jilid oleh penerbit Dār al-Fikr di Beirut (Lebanon) dan Damaskus (Suriah). Versi terjemahannya telah tersebar di beberapa negara seperti Turki, Malaysia, dan Indonesia, dan diterbitkan dalam 15 jilid pada tahun 2013. Kitab tafsir ini menyajikan kajian terhadap ayat-ayat al-Qur'an secara komprehensif, mencakup berbagai aspek tematik dan hukum yang dibutuhkan oleh pembaca modern (Ummul Aiman, 2012).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Wahbah az-Zuhaili masih menunjukkan pengaruh kuat dari latar belakang keilmuannya dalam bidang hukum Islam dan filsafat hukum. Hal ini tercermin dalam *Tafsir al-Munīr*, yang secara dominan menampilkan corak fiqih. Namun demikian, *Tafsir al-Munīr* juga memuat nuansa sastra, budaya, dan sosial, sehingga dapat dikategorikan sebagai tafsir bercorak *al-Adab al-Ijtimā'ī*.

Corak ini menitikberatkan pada penjelasan petunjuk-petunjuk al-Qur'an yang berkaitan langsung dengan kehidupan masyarakat serta upaya-upaya dalam menyelesaikan berbagai persoalan sosial (Ummul Aiman, 2012).

Pemikiran Wahbah Az-Zuhaili Tentang Etika Bisnis

Wahbah Zuhaili menyatakan bahwa Al-Qur'an memberikan kecaman keras terhadap praktik penipuan dalam transaksi, sebagaimana firman-Nya dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1: *"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang."* Ayat ini menunjukkan bahwa pelaku *tathfīf*, yakni mereka yang mengurangi hak orang lain dalam timbangan atau takaran, diancam dengan azab berat, meskipun pengurangan itu hanya sedikit atau tampak sepele (az-Zuḥaili, 1991).

Dalam *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh,* Ia menyelaraskan prinsip ini dengan menjelaskan bahwa keuntungan dalam jual beli tidak boleh diambil secara berlebihan, karena termasuk dalam kategori penipuan yang diharamkan oleh semua agama. Menurutnya, jika penipuan tersebut ringan dan sulit dihindari, maka hal itu masih dapat ditoleransi, namun penipuan besar yang dapat dihindari wajib ditinggalkan. Ia mengutip pendapat ulama Malikiyah yang menetapkan bahwa batas keuntungan yang dianggap berlebihan adalah sepertiga dari harga pokok barang, yang dianalogikan dengan batas maksimal dalam wasiat (az-Zuḥaili, 2012).

Sejalan dengan itu, ia juga menegaskan pentingnya kejujuran dalam seluruh aspek transaksi. Ia menyebut bahwa barang dagangan harus dijelaskan secara apa adanya, tanpa mengandung unsur kebohongan dalam jenis, sumber, maupun biaya produksinya. Dalam hal ini, ia mengutip hadis dari Rifa'ah yang menyatakan bahwa para pedagang akan dibangkitkan sebagai orang fasik kecuali jika mereka bertakwa, berbuat baik, dan berkata jujur. Hadis serupa dari al-Khudri juga menyebutkan keutamaan pedagang yang jujur (az-Zuḥaili, 2012). Karena pedagang yang jujur dan terpercaya adalah pedagang yang dicintai, menguntungkan, dan didatangi banyak pelanggan, sedangkan pedagang yang mengurangi takaran dan timbangan adalah pedagang yang dibenci, dijauhi, dan merugi (az-Zuḥaili, 1991).

Tak hanya soal kejujuran, prinsip toleransi juga menjadi nilai penting yang ditekankan dalam aktivitas muamalah. Penjual dianjurkan untuk bersikap lapang dalam menentukan harga dengan tidak memaksakan keuntungan yang tinggi, sementara pembeli juga tidak terlalu keras dalam mengajukan syarat-syarat atau menawar harga. Imam Bukhari meriwayatkan sebuah hadis dari Jabir yang menyebutkan bahwa Allah merahmati orang yang bersikap toleran dalam jual beli dan penagihan utang (az-Zuḥaili, 1991).

Zuhaili juga menyarankan untuk menghindari sumpah dalam jual beli, meskipun sumpah tersebut benar. Ia mengutip QS. Al-Baqarah ayat 224 sebagai dasar larangan menjadikan nama Allah sebagai alat dalam transaksi. Lebih dari itu, terlalu sering bersumpah atas nama Allah, bahkan dalam perkara yang dianggap baik seperti niat melakukan kebajikan atau mendamaikan sesama, dipandang sebagai bentuk meremehkan dan mengurangi rasa takzim kepada Allah. Dalam pandangan para ulama, memperbanyak sumpah, baik dalam kondisi jujur apalagi dusta, adalah tindakan yang sebaiknya dihindari

(az-Zuḥaili, 1991). Hal ini diperkuat oleh hadis dari Abu Hurairah yang menyatakan bahwa sumpah memang dapat membuat barang laku, tetapi menghilangkan berkahnya. Oleh karena itu, larangan bersumpah dalam jual beli bukan hanya untuk menjaga keberkahan transaksi, tetapi juga untuk menjaga keagungan nama Allah dan membangun kepercayaan masyarakat tanpa perlu sumpah (az-Zuḥaili, 2012).

Di samping itu, ia juga menekankan peran spiritual dalam bisnis, salah satunya melalui anjuran bersedekah. Ia menyebut bahwa sedekah berfungsi sebagai penebus terhadap kesalahan dalam jual beli seperti menyembunyikan cacat barang, manipulasi harga, atau akhlak buruk lainnya. Hadis yang diriwayatkan oleh Tirmidzi, Ibnu Majah, dan Abu Dawud dari Qais bin Abi Gurzah menegaskan bahwa jual beli selalu diiringi oleh setan dan dosa, sehingga harus disertai dengan sedekah (az-Zuḥaili, 2012).

Terakhir, sebagai bentuk perlindungan hukum dan akuntabilitas, ia menekankan pentingnya pencatatan dan persaksian dalam transaksi. Hal ini merujuk pada QS. Al-Baqarah: 282 yang memerintahkan pencatatan utang dan kehadiran dua saksi laki-laki dalam transaksi jangka waktu. Penulis transaksi dalam Islam harus amanah, adil, netral, dan jujur, serta berperan seperti hakim antara dua pihak yang bertransaksi (az-Zuḥaili, 1991). Dengan demikian, keadilan dalam pencatatan menjadi syarat penting untuk menjaga transparansi dan perlindungan hak-hak dalam aktivitas bisnis.

Profil Muhammad Abduh

Muhammad Abduh lahir pada tahun 1849 di Mahallah Nashr, Syubkhait, Provinsi Buhaira, Mesir. Ia berasal dari keluarga dengan latar belakang keagamaan yang kuat, ayahnya keturunan Turki dan ibunya memiliki nasab hingga Umar bin Khattab. Meskipun tumbuh di lingkungan desa tanpa pendidikan formal, suasana religius dalam keluarganya membentuk dasar keagamaannya sejak dini (Harun Nasution, 1992). Ketertarikannya pada ilmu-ilmu modern muncul seiring pengalamannya di Eropa dan penguasaan bahasa Prancis yang diperolehnya pada usia 40 tahun, yang membuka aksesnya terhadap pemikiran dan produk intelektual Barat.

Kendati mengenal pemikiran Barat, Muhammad Abduh tidak serta-merta menjadi pengagum fanatiknya. Tujuan utamanya justru untuk mereformasi pendidikan Islam dengan mengajak umat agar berpikir rasional dan membersihkan unsur asing yang tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam. Ia meyakini bahwa semangat untuk mencari ilmu merupakan bagian asli dari ajaran Islam, dan hanya Islam yang mampu menyatukan antara ilmu agama dan ilmu pengetahuan. Dalam pandangannya, keduanya tidak bertentangan, melainkan saling melengkapi (Juni Prasetya, 2019).

Beberapa pengamat tafsir *al-Manār* menyebut bahwa secara hakikat, fondasi pemikiran dalam tafsir ini dibangun oleh tiga tokoh pembaruan Islam, yaitu Jamāl al-Dīn al-Afghānī, Muhammad ‘Abduh, dan Rashīd Riḍā (Saifullah, 2009). Gagasan penulisan tafsir *al-Manār* bermula dari inisiatif Riḍā yang saat itu menjadi murid ‘Abduh. Selama mengikuti kuliah gurunya di al-Azhar, Riḍā rajin mencatat setiap pemikiran, termasuk tafsir yang disampaikan. Catatan-catatan ini kemudian diusulkan untuk disusun menjadi artikel dan diterbitkan di majalah *al-Manār* atas persetujuan ‘Abduh. Setelah disusun secara

sistematis dan dikoreksi oleh 'Abduh, barulah Riḍā menerbitkannya dalam bentuk serial tafsir di majalah tersebut (Quraish Shihab, 2008).

Setelah wafatnya 'Abduh pada tahun 1905, tafsir yang ia sampaikan hanya sampai pada Surah an-Nisā' ayat 125 atau hingga jilid ketiga. Proyek tafsir tersebut kemudian dilanjutkan dan disempurnakan oleh Rashīd Riḍā. Penamaan *al-Manār* sendiri terinspirasi oleh semangat yang sama dengan pendirian majalah *al-'Urwah al-Wuthqā*, yaitu untuk memajukan umat Islam dan menjelaskan ajaran-ajarannya. Secara etimologis, *al-Manār* berarti "penerang", yang selaras dengan tujuan dari kitab ini sebagai penuntun umat menuju pemahaman yang benar terhadap ajaran Islam (Nofri Andi, 2016).

Penafsiran Muhammad Abduh merupakan penafsiran yang menggunakan metode analisis atau tahlili (Faizah & Jauhar, 2012). Kemudian Ia menggunakan corak *adabi ijtima'i* sebagai pendekatan utamanya dalam menafsirkan al-Qur'an. Corak ini menggabungkan keindahan bahasa (*adabi*) dengan perhatian terhadap persoalan sosial kemasyarakatan (*ijtima'i*), sehingga penafsirannya tidak hanya menonjolkan aspek sastra dan retorika al-Qur'an, tetapi juga relevan dengan dinamika sosial umat (Syafril, 2019). Selain itu, *Tafsir al-Manār* juga menampilkan corak *al-hidā'ī*, yaitu pendekatan yang menjadikan al-Qur'an sebagai sumber hidayah dan pembinaan akhlak. Hal ini sesuai dengan misi Abduh yang menekankan pentingnya nilai-nilai moral al-Qur'an dalam membina masyarakat. Tak hanya itu, Abduh juga menerapkan corak *'ilmī* dalam tafsirnya, dengan menghubungkan ayat-ayat al-Qur'an pada prinsip-prinsip ilmu pengetahuan dan hukum alam, mencerminkan kecenderungannya terhadap rasionalitas dan integrasi antara agama dan sains ((Faizah & Jauhar, 2012).

Pemikiran Muhammad Abduh Tentang Etika Bisnis

Muhammad Abduh, dalam *Tafsir al-Manar*, memandang bahwa perdagangan adalah bagian penting dari kehidupan dunia, namun tetap harus dijalankan berdasarkan prinsip etika dan kesadaran spiritual. Menurutnya, aktivitas bisnis tidak boleh dilepaskan dari tanggung jawab moral dan orientasi akhirat. Kejujuran dan transparansi menjadi fondasi utama dalam etika bisnis Islam. Untuk menjabarkan lebih lanjut prinsip-prinsip tersebut, Abduh menguraikan sejumlah syarat dalam praktik jual beli.

Dalam praktik jual beli, Abduh menekankan pentingnya saling ridha antara penjual dan pembeli. Ia menyatakan bahwa transaksi hanya dianggap sah jika tidak terdapat unsur penipuan, baik dalam bentuk informasi yang menyesatkan maupun penggambaran barang secara berlebihan. Banyak orang terjerumus dalam praktik bisnis yang merugikan karena lebih mengejar keuntungan cepat tanpa memperhatikan cara yang sah. Oleh karena itu, menjaga kejujuran dan keterbukaan merupakan bentuk ketaatan terhadap prinsip syariah dan sekaligus upaya untuk menjaga martabat pelaku usaha (Abduh, 1995).

Selain kejujuran, aspek keadilan dalam pembagian keuntungan juga menjadi sorotan penting dalam pandangan Abduh. Keuntungan yang diperoleh dari perdagangan harus bersifat wajar dan tidak menzalimi pihak lain. Ia mengkritik kecenderungan sebagian pedagang untuk mengambil harta konsumen tanpa imbalan yang sepadan. Kecerdikan dalam memasarkan barang, menurut Abduh, diperbolehkan selama tidak disertai dengan

unsur ghisy (penipuan) atau tadhmir (penyesatan informasi), karena hal itu akan menghilangkan keadilan dalam transaksi dan merusak prinsip kepercayaan sosial (Abduh, 1995).

Tidak hanya prinsip substansi transaksi, Abduh juga menyoroti aspek administratif sebagai bentuk kehati-hatian dalam muamalah. Dalam menjelaskan QS. Al-Baqarah: 282, Abduh menyatakan bahwa pencatatan utang dan transaksi merupakan bentuk preventif terhadap perselisihan. Penulis dan saksi dalam transaksi dilarang memihak atau merugikan salah satu pihak. Baginya, pencatatan tidak hanya memenuhi aspek administratif, tetapi juga menjadi manifestasi dari nilai keadilan dalam muamalah Islami (Abduh, 1995).

Perspektif Abduh tidak berhenti pada aspek teknis, tetapi juga mencakup dimensi spiritual yang lebih mendalam. Ia sangat menekankan dimensi spiritual dalam aktivitas ekonomi. Ia mengingatkan bahwa orientasi akhirat harus senantiasa menyertai pelaku usaha. Kekayaan yang halal dan berkah hanya dapat diraih melalui praktik bisnis yang jujur, adil, dan penuh tanggung jawab. Oleh karena itu, segala bentuk transaksi yang tidak berlandaskan pada kerelaan dan kejujuran tidak dapat dikategorikan sebagai bagian dari ajaran Islam sejati. Dalam masyarakat Islam ideal, interaksi sosial dan ekonomi seharusnya didasarkan pada prinsip saling menjaga, saling menghormati, dan tolong-menolong (Abduh, 1995).

Analisis Komparatif dan Relevansi Pemikiran Kedua Tokoh

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa baik Wahbah Zuhaili maupun Muhammad Abduh sama-sama menjadikan etika sebagai landasan utama dalam aktivitas bisnis. Keduanya menegaskan pentingnya nilai kejujuran, keadilan, transparansi, serta larangan riba dalam mewujudkan sistem ekonomi Islam berkeadilan dan bermoral.

Meskipun memiliki kesamaan dalam nilai dasar, pendekatan keduanya menunjukkan corak yang berbeda secara metodologis. Perbedaan mendasar antara keduanya terletak pada pendekatan dan titik tekan pemikiran. Wahbah Zuhaili menekankan aspek teknis dan legalistik dalam etika bisnis. Ia merinci ketentuan hukum terkait transaksi, batas keuntungan yang wajar, pentingnya pencatatan, serta norma syariat dalam berjual beli. Pendekatan Zuhaili lebih sistematik dan normatif, berakar kuat pada disiplin fiqh, dan berorientasi pada pembentukan struktur hukum bisnis Islam.

Sebaliknya, Muhammad Abduh mengembangkan pendekatan moral dan spiritual. Ia tidak hanya berbicara tentang keabsahan transaksi dari sudut hukum, tetapi juga mengarahkan perhatian pada nilai-nilai internal seperti kesadaran akan akhirat, motivasi kejujuran, dan pentingnya menciptakan tatanan sosial yang adil. Abduh lebih menekankan transformasi moral pelaku usaha dan reformasi sosial berbasis kesadaran etis Islam.

Dalam menghadapi tantangan ekonomi modern yang ditandai oleh dominasi sistem kapitalis, praktik individualistik, serta etika pasar yang longgar (Zakiyuddin, 2007), pemikiran kedua tokoh ini menawarkan kontribusi yang saling melengkapi. Pendekatan Zuhaili sangat penting untuk membangun sistem hukum dan kebijakan ekonomi yang berbasis syariah. Di sisi lain, pendekatan Abduh relevan untuk membentuk kesadaran moral masyarakat Muslim agar tidak terjebak dalam orientasi materialistik semata.

Lebih dari itu, konsep etika bisnis Islam yang mereka tawarkan juga memiliki potensi sebagai kontribusi global. Kombinasi pemikiran Wahbah Zuhaili dan Muhammad Abduh dapat menjadi model konstruktif dalam merumuskan etika bisnis Islam kontemporer yang tidak hanya normatif dan legal, tetapi juga etis dan spiritual. Dalam konteks ekonomi global saat ini, di mana krisis integritas sering kali menjadi persoalan utama, gagasan mereka dapat menjadi panduan untuk membangun dunia usaha yang berkelanjutan, adil, dan bermartabat. Etika bisnis Islam bukan hanya solusi bagi pelaku usaha Muslim, tetapi juga kontribusi besar terhadap peradaban global yang lebih manusiawi.

KESIMPULAN

Etika bisnis dalam Islam merupakan pilar fundamental dalam sistem ekonomi syariah yang tidak hanya menekankan legalitas transaksi, tetapi juga moralitas, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Studi ini memperlihatkan bahwa baik Wahbah az-Zuḥaylī maupun Muhammad Abduh menempatkan etika sebagai inti dalam aktivitas bisnis. Wahbah az-Zuḥaylī menawarkan pendekatan fiqhiyyah yang legalistik dan rinci, sementara Muhammad Abduh menekankan transformasi moral dan kesadaran spiritual pelaku usaha.

Secara komparatif, pemikiran Zuḥaylī memberikan kerangka normatif yang penting dalam merumuskan regulasi ekonomi berbasis syariah, sedangkan Abduh menyumbang dimensi pembaruan etis dan kontekstual terhadap perilaku bisnis umat Islam. Perpaduan keduanya menunjukkan bahwa sistem ekonomi Islam yang berkeadilan dan berkelanjutan hanya dapat terwujud jika dimensi hukum dan moral berjalan secara sinergis.

Temuan ini dapat diaplikasikan dalam perumusan kebijakan etika bisnis kontemporer, kurikulum ekonomi Islam, serta penyusunan kode etik usaha syariah yang relevan dengan tantangan zaman. Untuk riset lanjutan, kajian ini membuka peluang untuk mengeksplorasi pandangan tokoh lain secara lintas mazhab, atau menguji penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam praktik UMKM dan startup digital di dunia Muslim kontemporer.

REFERENSI

Abdul Baqi, M. F. (2010). *Al-Mu'jam al-Mufahras li-Alfaz al-Qur'an*. Kairo: Dar al-Hadis.

Afzalur Rahman. (2016). *Islam, ideology and way of life*. Seerah Foundation.

Aiman, U. (2012). Metode penafsiran Wahbah az-Zuhaili: Kajian Tafsir al-Munir. *Miqot*, 01(Januari–Juni), 9. http://dx.doi.org/10.30821/miqot.v36i1.106

Al-Qurthubi. (1964). *Al-Jami' li Ahkam al-Qur'an* (Jilid 5). Kairo: Dar al-Kutub al-Misriyyah.

Andi, N. (2016). Tafsir Al-Manâr: *Magnum opus* Muhammad Abduh. *Jurnal Ulunnuha*, 6(Juni), 57–69.

At-Thabari. (2001). *Jami' al-Bayan 'an Ta'wil Ay al-Qur'an* (Jilid 1). Kairo: Dar Hijr.

Badan Pusat Statistik. (2023, Desember 22). *Statistik karakteristik usaha 2022/2023*. https://www.bps.go.id/id/publication/2023/12/22/140fcce371d95181d426827c/statistik-karakteristik-usaha-2022-2023.html

Zakiyuddin Baidhawy. (2007). *Islam Melawan Kapitalisme*. Yogyakarta: Resist Book

Desi Efilianti. (2018). Etika bisnis dalam pandangan Islam: Konsep dan implementasi pada

pelaku usaha kecil. *Jurnal ESA*, 01(02). https://ejournal.iaimbima.ac.id/index.php/jesa/article/view/230

Desy Mustika Ramadani, & Sania Rakhmah. (2020). Pemikiran Yusuf al-Qardhawi mengenai etika ekonomi Islam. *Dirasat*, 15(2), 109.

Forum Kajian Tafsir LPSI. (1438 H). *Mengenal tafsir dan mufassir era klasik dan kontemporer*. Jawa Timur: Pustaka Sidogiri, Pondok Pesantren Sidogiri.

Ghofur, S. A. (2013). *Mozaik mufassir al-Qur'an dari klasik hingga kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Kaukaba.

Iyazi, M. 'A. (1993). *Al-Mufassirun: Hayatuhum wa Manahijuhum*. Teheran: Wizarah ats-Tsaqafah wa al-Insya' al-Islam.

Kahf, M. (2022). *Ayat dan hadis tentang ekonomi* (U. Fauzi & M. Isa, Trans.). Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah.

Kasım, S., dkk. (2022). Rekonstruksi etika bisnis Islami dalam perspektif al-Qur'an. *Jurnal El Fata*, 01(01). https://doi.org/10.61169/el-fata.v1i1.6

Kurniasih Setyagustina, dkk. (2023). *Pasar modal syariah*. Widina Bhakti Persada.

Nasution, H. (1992). *Pembaharuan dalam Islam: Sejarah pemikiran dan gerakan*. Jakarta: Bulan Bintang.

Prasetya, J. (2019). Konsep pendidikan Islam Muhamad Abduh serta implikasinya terhadap pendidikan Islam modern. *Kordinat*, XVIII(2), 452–453. 10.15408/kordinat.v18i2.11499

Quraish Shihab, M. (2008). *Rasionalitas Al-Qur'an: Studi kritis atas Tafsir Al-Manar*. Tangerang: Lentera Hati.

Radio Republik Indonesia. (2024, Oktober 23). *Perkembangan UMKM di Indonesia*. https://www.rri.co.id/lain-lain/1066937/perkembangan-umkm-di-indonesia

Rizka Fitri A. (2024). Al-Qur'an: Ekonomi, bisnis, dan etika studi pemikiran tokoh. *Jurnal JAHE*, 2(5). https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/JAHE

Saifullah. (2009). *Pluralisme agama: Perspektif Tafsir al-Manār* (Tesis Pascasarjana, UIN Jakarta).

Tīmūr, A. I. M. (2002). *Mu'jam Tīmūr al-Kabīr fī al-Alfāẓ al-'Āmiyyah* (Jilid 5). Kairo: Dār al-Kutub wa al-Wathā'iq al-Qawmiyyah.

Ulfa, Misbahuddin, & Sanusi, N. T. (2025). Prinsip etika bisnis dalam Islam. *Iqtishaduna*, 6(2), 293. https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.vi.47553

Windari, & Hasibuan, A. N. (2024). Islam dan ekonomi, islamisasi ilmu ekonomi. *Jurnal JIEI*, 10(03), 1. https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie

Zuḥailī, W. (1991). *At-Tafsīr al-Munīr fī al-'Aqīdah wa al-Syarī'ah wa al-Manhaj* (Jil. 2, 3, 15, 30). Damaskus: Dār al-Fikr.

Zuḥailī, W. (2012). *Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuh* (Jilid 5). Damaskus: Dār al-Fikr.