

Relevansi Empat Fondasi Akhlak dalam Ekonomi Islam terhadap Praktik Bisnis Kontemporer

Imaduddin

imaduddinazh1601@gmail.com

Institut Agama Islam Togo Ambar Sari

Yumi

yumiee874@gmail.com

Universitas Ibrahimy

Abstract

This study aims to analyze the relevance of the four foundational moral virtues (*akhlak*) in Islamic economics, namely hikmah (wisdom), syaja'ah (courage), 'iffah (self-restraint), and 'adalah (justice), to contemporary business practices amid the rapid development of the digital economy, globalization, and the increasing complexity of business ethics issues. The study employed a Systematic Literature Review (SLR) approach based on the PRISMA 2020 guidelines. The research data consisted of secondary literature obtained from scholarly journal articles, academic books, and research documents published between 2020 and 2025 across reputable databases. Data were collected through the stages of identification, screening, quality assessment, and data extraction, and subsequently analyzed using content analysis and thematic analysis. The findings revealed four major themes: the internalization of moral values in business decision-making, the strengthening of organizational governance based on Islamic ethics, the implementation of moral values in responding to digital transformation, and the contribution of moral virtues to sustainable economic development. These findings demonstrate that the four foundational moral virtues are highly relevant as an ethical framework for fostering transparent, fair, accountable, and public welfare-oriented business practices. This study contributes to the advancement of Islamic business ethics theory by synthesizing classical moral concepts with the dynamics of modern business. Practically, the findings provide valuable references for business practitioners, policymakers, and educational institutions in integrating moral values into business governance. Future research is recommended to conduct empirical investigations on the implementation of the four foundational moral virtues across various industrial sectors.

Keywords: *Akhlak*; Islamic Economics; Islamic Business Ethics; Contemporary Business; Systematic Literature Review.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis relevansi empat fondasi akhlak dalam Ekonomi Islam, yaitu **hikmah**, **syaja'ah**, **'iffah**, dan **'adalah**, terhadap praktik bisnis kontemporer di tengah perkembangan ekonomi digital, globalisasi, dan meningkatnya kompleksitas persoalan etika bisnis. Penelitian menggunakan pendekatan **kajian pustaka** dengan desain **Systematic Literature Review (SLR)** mengacu pada pedoman **PRISMA 2020**. Data penelitian berupa literatur sekunder yang diperoleh dari artikel ilmiah, buku akademik, dan dokumen penelitian yang dipublikasikan pada periode 2020-2025 melalui berbagai basis data bereputasi. Pengumpulan data dilakukan melalui tahapan identifikasi, seleksi, evaluasi kualitas, dan ekstraksi data, kemudian dianalisis menggunakan **analisis isi (content analysis)** dan **analisis tematik (thematic analysis)**. Hasil penelitian menunjukkan empat tema utama, yaitu internalisasi nilai akhlak dalam pengambilan keputusan bisnis, penguatan tata kelola organisasi berbasis etika Islam, implementasi nilai akhlak dalam menghadapi transformasi digital, serta kontribusi akhlak terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Temuan ini menunjukkan bahwa empat fondasi akhlak memiliki relevansi yang tinggi sebagai kerangka etis dalam membangun praktik bisnis yang transparan, adil, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkuat pengembangan teori etika bisnis Islam melalui sintesis konsep akhlak klasik dengan dinamika bisnis modern. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi pelaku usaha, regulator, dan institusi pendidikan dalam mengintegrasikan nilai-nilai akhlak ke dalam tata kelola bisnis. Penelitian selanjutnya disarankan melakukan pengujian empiris terhadap implementasi empat fondasi akhlak pada berbagai sektor industri.

Kata kunci: Akhlak; Ekonomi Islam; Etika Bisnis Islam; Bisnis Kontemporer; Kajian Pustaka.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global yang ditandai oleh digitalisasi bisnis, ekspansi perdagangan elektronik, kecerdasan buatan, serta meningkatnya integrasi pasar internasional telah menghadirkan peluang sekaligus tantangan terhadap praktik bisnis yang beretika (Ahi et al., 2023). Berbagai kasus manipulasi informasi, praktik *greenwashing*, penyalahgunaan data konsumen, eksploitasi tenaga kerja, hingga kecurangan dalam transaksi digital menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak selalu diikuti oleh penguatan dimensi moral pelaku usaha. Dalam perspektif Ekonomi Islam, kondisi tersebut mengindikasikan pentingnya revitalisasi nilai-nilai akhlak sebagai fondasi aktivitas ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan (*profit-oriented*), tetapi juga pada keadilan (*justice*), kemaslahatan (*maslahah*), dan tanggung jawab sosial (Dmytriiev et al., 2021). Sejumlah kajian mutakhir menunjukkan bahwa integrasi etika Islam dalam praktik bisnis mampu meningkatkan kepercayaan publik, keberlanjutan organisasi, serta kualitas tata kelola perusahaan syariah (Raimi, 2026).

Dalam konteks nasional, Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia menghadapi tantangan yang serupa. Pertumbuhan ekonomi syariah yang ditandai

dengan meningkatnya industri halal, perbankan syariah, fintech syariah, dan perdagangan digital belum sepenuhnya diiringi oleh implementasi nilai-nilai akhlak dalam aktivitas bisnis (Azwar & Saputra, 2023). Berbagai persoalan seperti praktik *fake review* pada marketplace, penyalahgunaan label halal, manipulasi pemasaran digital, serta meningkatnya kasus fraud di sektor keuangan menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap regulasi belum tentu berbanding lurus dengan kualitas moral pelaku usaha (Siti Aisyah, Ibrizul Bahiroh, Erlin Wijaya, 2026; Sulistyowati et al., 2026). Oleh karena itu, penguatan fondasi akhlak menjadi kebutuhan strategis agar praktik bisnis kontemporer tidak hanya memenuhi aspek legalitas, tetapi juga memenuhi dimensi etis sebagaimana diajarkan dalam Ekonomi Islam.

Secara konseptual, literatur Ekonomi Islam menempatkan empat fondasi akhlak-*hikmah* (kebijaksanaan), *syaja'ah* (keberanian moral), *iffah* (pengendalian diri), dan *'adalah* (keadilan)-sebagai dasar pembentukan karakter individu maupun perilaku ekonomi. Keempat fondasi tersebut tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga mengarahkan hubungan antarpelaku ekonomi sehingga tercipta transaksi yang jujur, transparan, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama. Kajian (Raimi, 2026) serta (Abdur-Rauf & Raimi, 2023) menegaskan bahwa epistemologi dan etika Islam merupakan landasan penting dalam membangun praktik bisnis yang berkelanjutan (*sustainable business*) dan mampu menjawab tantangan ekonomi modern. Dengan demikian, pembahasan mengenai empat fondasi akhlak menjadi semakin relevan dalam menghadapi kompleksitas bisnis kontemporer yang dipengaruhi oleh transformasi digital dan globalisasi.

Meskipun penelitian mengenai etika bisnis Islam mengalami perkembangan yang signifikan selama lima tahun terakhir, sebagian besar penelitian masih berfokus pada implementasi etika bisnis syariah dalam sektor tertentu, seperti perbankan syariah, UMKM, kewirausahaan halal, audit syariah, maupun perilaku konsumen (Bonang et al., 2026; Heykal et al., 2026; Sulistyowati et al., 2026). Penelitian-penelitian tersebut umumnya mengkaji hubungan antara religiositas, kepatuhan syariah, tata kelola, atau perilaku etis terhadap kinerja organisasi. Namun demikian, kajian yang secara khusus mengintegrasikan konsep klasik empat fondasi akhlak sebagai kerangka analitis untuk menjelaskan dinamika praktik bisnis kontemporer masih relatif terbatas. Akibatnya, hubungan antara nilai-nilai moral klasik dalam khazanah Islam dengan tantangan bisnis modern belum memperoleh elaborasi konseptual yang komprehensif.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat *literature gap* yang menunjukkan perlunya sintesis teoritis mengenai relevansi empat fondasi akhlak dalam Ekonomi Islam terhadap praktik bisnis kontemporer. Kajian pustaka menjadi pendekatan yang tepat karena memungkinkan peneliti melakukan analisis kritis terhadap berbagai teori, hasil penelitian empiris, dan perkembangan konseptual terbaru secara sistematis. Melalui pendekatan ini dapat dipetakan bagaimana konsep akhlak berkembang dalam literatur klasik maupun kontemporer, bagaimana penerapannya pada berbagai sektor bisnis modern, serta bagaimana nilai-nilai tersebut dapat menjadi solusi terhadap berbagai persoalan etika bisnis pada era digital. Pendekatan kajian pustaka juga memberikan ruang untuk mengidentifikasi konsistensi, perbedaan, dan arah pengembangan penelitian selanjutnya.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan menganalisis relevansi empat fondasi akhlak dalam Ekonomi Islam terhadap praktik bisnis kontemporer melalui pendekatan kajian pustaka. Fokus kajian diarahkan pada sintesis berbagai hasil penelitian terkini mengenai implementasi nilai *hikmah*, *syaja'ah*, *iffah*, dan *'adalah* dalam aktivitas bisnis modern, sekaligus mengidentifikasi kontribusinya terhadap pembentukan tata kelola bisnis yang beretika, berkelanjutan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Hasil kajian diharapkan dapat memperkaya pengembangan teori etika bisnis Islam sekaligus menjadi landasan konseptual bagi penelitian empiris maupun perumusan kebijakan di bidang ekonomi syariah.

Tinjauan Pustaka

Landasan teoritis penelitian ini berangkat dari konsep **empat fondasi akhlak (ummaḥāt al-faḍā'il)** yang dikembangkan oleh Imam Al-Ghazali, yaitu **al-hikmah** (kebijaksanaan), **al-syaja'ah** (keberanian moral), **al-'iffah** (pengendalian diri), dan **al-'adalah** (keadilan). Al-Ghazali menjelaskan bahwa keempat kebajikan tersebut merupakan inti pembentukan karakter manusia yang seimbang sehingga mampu mengarahkan perilaku individu dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis. Dalam perspektif Ekonomi Islam, akhlak tidak hanya dipahami sebagai norma moral individual, tetapi juga sebagai instrumen untuk mewujudkan kemaslahatan (*maslahah*), keadilan distributif, transparansi, serta tanggung jawab sosial dalam aktivitas ekonomi. Secara operasional, **al-hikmah** tercermin dalam kemampuan mengambil keputusan bisnis secara rasional berdasarkan syariat dan kemanfaatan, **al-syaja'ah** diwujudkan melalui keberanian mempertahankan prinsip kejujuran dan menolak praktik curang, **al-'iffah** ditunjukkan melalui pengendalian diri terhadap keserakahan, riba, gharar, maupun perilaku oportunistik, sedangkan **al-'adalah** diwujudkan dalam perlakuan yang adil terhadap seluruh pemangku kepentingan. Keempat indikator tersebut membentuk kerangka etika bisnis Islam yang menempatkan keuntungan ekonomi sejalan dengan nilai moral, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial (Iskandar et al., 2025) (Karima et al., 2025).

Perkembangan teori etika bisnis Islam selama lima tahun terakhir menunjukkan bahwa implementasi nilai-nilai akhlak semakin relevan dalam menjawab tantangan bisnis modern. (Raimi, 2026) melalui kajian sistematis menjelaskan bahwa epistemologi dan etika Islam merupakan fondasi penting bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan karena mampu mengintegrasikan dimensi spiritual, sosial, dan ekonomi secara simultan. Selanjutnya, (Heykal et al., 2026) membuktikan bahwa pemahaman fikih muamalah dan religiositas berpengaruh terhadap perilaku etis serta mampu menekan kecenderungan fraud pada industri perbankan syariah. Penelitian (Sulistyowati et al., 2026) juga menunjukkan bahwa komitmen organisasi yang didasarkan pada nilai-nilai etika Islam memperkuat tata kelola syariah melalui pelaksanaan audit syariah yang lebih akuntabel. Ketiga penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam pengembangan etika bisnis Islam, namun masih berorientasi pada implementasi etika dalam sektor tertentu dan belum secara eksplisit menggunakan empat fondasi akhlak Al-Ghazali sebagai kerangka analisis utama untuk menjelaskan dinamika praktik bisnis kontemporer. Dengan demikian, masih terdapat **kesenjangan teoretis** berupa belum terintegrasinya konsep klasik empat fondasi akhlak dengan fenomena bisnis digital, tata kelola perusahaan modern, serta tantangan ekonomi global.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menggunakan teori empat fondasi akhlak sebagai **kerangka konseptual** dalam menganalisis relevansinya terhadap praktik bisnis kontemporer. Kerangka ini memandang bahwa kualitas bisnis tidak hanya diukur melalui

efisiensi dan profitabilitas, tetapi juga melalui tingkat internalisasi nilai **hikmah, syaja'ah, 'iffah, dan 'adalah** dalam pengambilan keputusan, tata kelola organisasi, hubungan dengan konsumen, serta tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Melalui pendekatan kajian pustaka, penelitian ini mensintesis berbagai teori dan temuan empiris terkini sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana nilai-nilai akhlak Islam dapat menjadi landasan normatif sekaligus praktis dalam membangun sistem bisnis yang etis, berkelanjutan, dan adaptif terhadap perkembangan ekonomi modern. Kerangka konseptual tersebut diharapkan mampu mengisi kesenjangan literatur sekaligus memperkaya pengembangan teori etika bisnis Islam pada era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kajian pustaka (library research)** dengan desain **Systematic Literature Review (SLR)** yang mengacu pada pedoman **PRISMA 2020 (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses)**. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menganalisis secara komprehensif relevansi empat fondasi akhlak dalam Ekonomi Islam terhadap praktik bisnis kontemporer melalui sintesis kritis atas temuan-temuan ilmiah yang telah dipublikasikan. Sumber data penelitian berupa data sekunder yang diperoleh dari artikel ilmiah bereputasi, prosiding, buku akademik, dan dokumen ilmiah yang terindeks pada basis data seperti **Scopus, Web of Science, Dimensions, Google Scholar, DOAJ, SpringerLink, ScienceDirect, Emerald Insight**, serta jurnal nasional terakreditasi **SINTA**. Proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis melalui empat tahapan, yaitu: 1 (Page et al., 2021) **Identifikasi**, dengan menyusun kata kunci seperti *Islamic business ethics, akhlaq, virtue ethics, Al-Ghazali, hikmah, syaja'ah, iffah, 'adalah, Islamic economics*, dan *contemporary business*; 2 (Snyder, 2019) **seleksi**, dengan menerapkan kriteria inklusi berupa artikel yang membahas etika bisnis Islam, ekonomi Islam, akhlak, atau implementasi nilai moral dalam praktik bisnis serta tersedia dalam teks lengkap, sedangkan artikel yang tidak relevan, duplikasi, atau tidak melalui proses *peer-review* dikeluarkan dari analisis; 3 (Xiao & Watson, 2019) **evaluasi kualitas**, melalui penelaahan terhadap relevansi tujuan penelitian, kekuatan metodologi, kredibilitas penerbit, dan kontribusi konseptual masing-masing artikel; serta 4 (Raimi, 2026) **ekstraksi data**, dengan mengelompokkan informasi mengenai teori, konsep, indikator, hasil penelitian, dan implikasi yang berkaitan dengan empat fondasi akhlak. Analisis data dilakukan menggunakan **analisis isi (content analysis)** yang dipadukan dengan **analisis tematik (thematic analysis)** untuk mengidentifikasi pola, persamaan, perbedaan, kecenderungan, serta kesenjangan penelitian dalam literatur. Selanjutnya, hasil sintesis disusun secara deskriptif-analitis guna membangun kerangka konseptual yang menjelaskan relevansi nilai **hikmah, syaja'ah, 'iffah, dan 'adalah** dalam menjawab tantangan praktik bisnis kontemporer. Pendekatan ini memungkinkan penyusunan kesimpulan yang bersifat komprehensif, transparan, serta memiliki tingkat replikasi yang memadai sesuai standar penelitian kajian pustaka pada publikasi ilmiah bereputasi.

PEMBAHASAN

1. Hasil

Hasil sintesis terhadap berbagai literatur yang dipublikasikan pada periode 2020-2025 menunjukkan bahwa pembahasan mengenai etika bisnis Islam mengalami perkembangan yang cukup signifikan seiring dengan meningkatnya perhatian terhadap isu keberlanjutan (*sustainability*), tata kelola perusahaan (*good corporate*

governance), ekonomi digital, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Analisis terhadap literatur mengidentifikasi **empat tema utama** yang secara konsisten muncul, yaitu: (Raimi, 2026) **internalisasi nilai akhlak dalam pengambilan keputusan bisnis**, (Heykal et al., 2026) **penguatan tata kelola organisasi berbasis nilai Islam**, (Sulistyowati et al., 2026) **implementasi etika bisnis dalam menghadapi transformasi digital**, dan (Sulaeman et al., 2025) **kontribusi akhlak terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan**. Seluruh tema tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan suatu organisasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga oleh kemampuan mempertahankan integritas moral dalam setiap proses bisnis.

Tema pertama menunjukkan bahwa nilai **hikmah** berperan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis yang rasional, objektif, dan berorientasi pada kemaslahatan. Literatur menjelaskan bahwa organisasi yang menerapkan prinsip kebijaksanaan cenderung lebih mampu menyeimbangkan kepentingan perusahaan, konsumen, investor, serta masyarakat. Dalam konteks bisnis digital, hikmah menjadi landasan dalam menentukan strategi pemasaran yang jujur, penggunaan teknologi secara bertanggung jawab, serta perlindungan data konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa kebijaksanaan bukan hanya kompetensi intelektual, tetapi juga kemampuan mengintegrasikan nilai syariah dengan dinamika bisnis modern sehingga keputusan yang dihasilkan tetap berada dalam koridor etika Islam.

Tema kedua berkaitan dengan implementasi **syaja'ah** sebagai keberanian moral dalam mempertahankan kejujuran, transparansi, dan akuntabilitas organisasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa keberanian moral menjadi faktor penting dalam mencegah praktik korupsi, manipulasi laporan keuangan, penyalahgunaan informasi, maupun berbagai bentuk fraud yang semakin kompleks pada era digital. Literatur juga menunjukkan bahwa perusahaan yang membangun budaya organisasi berbasis integritas memiliki tingkat kepercayaan publik yang lebih tinggi dibandingkan organisasi yang hanya berorientasi pada kepatuhan administratif. Dengan demikian, syaja'ah tidak sekadar dipahami sebagai keberanian personal, melainkan sebagai budaya kelembagaan yang mendukung tata kelola bisnis yang sehat.

Tema ketiga mengidentifikasi pentingnya nilai **'iffah** dalam membangun perilaku ekonomi yang moderat dan bertanggung jawab. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengendalian diri mampu mengurangi perilaku oportunistik, eksploitasi pasar, praktik monopoli, serta orientasi keuntungan yang berlebihan. Nilai ini menjadi semakin relevan ketika bisnis dihadapkan pada persaingan global yang mendorong perusahaan melakukan berbagai strategi pemasaran agresif tanpa mempertimbangkan aspek moral. Dalam perspektif Ekonomi Islam, pengendalian diri menjadi mekanisme internal yang menjaga keseimbangan antara kepentingan individu, perusahaan, dan masyarakat sehingga aktivitas ekonomi tetap menghasilkan kemanfaatan bersama.

Tema keempat menunjukkan bahwa nilai **'adalah** merupakan fondasi utama dalam membangun sistem bisnis yang berkeadilan. Literatur menjelaskan bahwa keadilan tidak hanya berkaitan dengan distribusi keuntungan, tetapi juga mencakup perlakuan yang setara terhadap pekerja, konsumen, mitra usaha, investor, serta lingkungan. Berbagai penelitian menegaskan bahwa implementasi keadilan mampu meningkatkan legitimasi sosial perusahaan, memperkuat loyalitas pelanggan, serta mendorong terciptanya pembangunan ekonomi yang inklusif. Oleh karena itu, empat fondasi akhlak tersebut saling melengkapi dan membentuk kerangka etika yang utuh dalam menjawab berbagai tantangan bisnis kontemporer.

2. Diskusi

Temuan penelitian ini memperkuat pandangan Al-Ghazali bahwa kualitas aktivitas ekonomi sangat ditentukan oleh kualitas akhlak pelaku usaha. Dalam perspektif teori etika kebajikan (*virtue ethics*), perilaku bisnis yang baik tidak semata-mata dibentuk oleh aturan hukum atau mekanisme pasar, tetapi oleh karakter moral individu yang diwujudkan dalam tindakan nyata. Sintesis literatur menunjukkan bahwa konsep **hikmah**, **syaja'ah**, **'iffah**, dan **'adalah** masih memiliki relevansi yang tinggi dalam menjelaskan fenomena bisnis modern, termasuk pada perdagangan digital, industri halal, keuangan syariah, maupun tata kelola perusahaan. Dengan demikian, teori akhlak Al-Ghazali tetap memiliki daya jelas yang kuat meskipun diterapkan pada konteks ekonomi yang mengalami transformasi teknologi secara cepat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Raimi, 2026) yang menegaskan bahwa etika Islam merupakan fondasi pembangunan ekonomi berkelanjutan karena mampu mengintegrasikan dimensi spiritual, sosial, dan ekonomi secara bersamaan. Temuan ini juga mendukung penelitian (Heykal et al., 2026) yang menunjukkan bahwa religiositas dan pemahaman fikih muamalah berpengaruh terhadap perilaku etis serta mampu menekan kecenderungan fraud pada lembaga keuangan syariah. Selain itu, hasil penelitian (Sulistyowati et al., 2026) memperlihatkan bahwa penerapan nilai-nilai etika memperkuat kualitas tata kelola melalui audit syariah yang lebih akuntabel. Namun demikian, penelitian ini menawarkan perspektif yang berbeda karena tidak hanya mengkaji implementasi etika pada satu sektor tertentu, melainkan menyusun sintesis konseptual yang mengintegrasikan empat fondasi akhlak sebagai kerangka analisis yang dapat diterapkan pada berbagai bentuk praktik bisnis kontemporer.

Kontribusi teoritis penelitian ini terletak pada penguatan hubungan antara konsep klasik akhlak Islam dengan teori etika bisnis modern melalui pendekatan kajian pustaka yang sistematis. Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai moral yang dikembangkan dalam tradisi Islam memiliki sifat universal sehingga tetap relevan dalam menjawab berbagai persoalan bisnis pada era digital, seperti penyalahgunaan kecerdasan buatan, manipulasi informasi, eksploitasi data konsumen, maupun lemahnya tanggung jawab sosial perusahaan. Di sisi praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bagi pelaku usaha, regulator, lembaga pendidikan, dan institusi keuangan syariah untuk mengintegrasikan empat fondasi akhlak ke dalam sistem tata kelola organisasi, pendidikan bisnis, kode etik profesi, dan kebijakan pengawasan. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan data sekunder dari publikasi ilmiah sehingga belum mampu menggambarkan implementasi empiris pada sektor industri tertentu. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) atau studi kasus pada perusahaan syariah, UMKM halal, maupun platform bisnis digital untuk menguji secara empiris pengaruh internalisasi **hikmah**, **syaja'ah**, **'iffah**, dan **'adalah** terhadap kinerja organisasi, kepercayaan pemangku kepentingan, serta keberlanjutan bisnis.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa empat fondasi akhlak dalam Ekonomi Islam, yaitu **hikmah**, **syaja'ah**, **'iffah**, dan **'adalah**, memiliki relevansi yang kuat dalam menjawab berbagai tantangan praktik bisnis kontemporer. Berdasarkan hasil kajian pustaka, keempat nilai tersebut berperan sebagai landasan etis dalam membangun pengambilan keputusan yang bijaksana, tata kelola organisasi yang transparan dan akuntabel, pengendalian diri terhadap perilaku oportunistik, serta terciptanya keadilan bagi seluruh pemangku kepentingan. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat keterkaitan antara konsep akhlak Islam klasik dengan perkembangan etika bisnis modern sekaligus mengisi kesenjangan literatur melalui sintesis konseptual mengenai penerapan empat fondasi akhlak dalam konteks bisnis kontemporer. Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bagi pelaku usaha, lembaga keuangan syariah, regulator, dan institusi pendidikan untuk mengintegrasikan nilai-nilai akhlak dalam tata kelola dan pengembangan kebijakan bisnis yang berkelanjutan. Meskipun penelitian ini masih terbatas pada analisis data sekunder, temuan yang diperoleh menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya untuk menguji secara empiris implementasi empat fondasi akhlak pada berbagai sektor bisnis sehingga dapat memperkaya pengembangan teori dan praktik etika bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdur-Rauf, I. A., & Raimi, L. (2023). Understanding Islamic and Halal Entrepreneurship from the Maqasidul Shari'ah Perspective. In *Contemporary Discourse of Halal and Islamic Entrepreneurship* (pp. 19–32). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-6427-7_2
- Ahi, A. A., Sinkovics, N., & Sinkovics, R. R. (2023). E-commerce Policy and the Global Economy: A Path to More Inclusive Development? *Management International Review*, 63(1), 27–56. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00490-1>
- Azwar, A., & Saputra, J. (2023). The Role of the Digital Economy in the Development of the Halal Industry and the Sharia Economy in Indonesia: SWOT Analysis. *JURNAL INDO-ISLAMIKA*, 13(1), 34–49. <https://doi.org/10.15408/jii.v13i1.32029>
- Bonang, D., Baihaqi, M., Syukriati, Rahmaawati, N., & Suhartini, N. (2026). Islamic worldview and the green economy: a philosophical nexus for sustainability and equity. *International Journal of Ethics and Systems*, 1–25. <https://doi.org/10.1108/IJOES-01-2025-0047>
- Dmytriiev, S. D., Freeman, R. E., & Hörisch, J. (2021). The Relationship between Stakeholder Theory and Corporate Social Responsibility: Differences, Similarities, and Implications for Social Issues in Management. *Journal of Management Studies*, 58(6), 1441–1470. <https://doi.org/10.1111/joms.12684>
- Heykal, M., Murwaningsari, E., & Mayangsari, S. (2026). Guarding Integrity in Islamic Banking: The Role of Fiqh Muamalah, Religiosity, and Fraud Intention in Shaping Ethical Behavior. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 10(3), 431–449. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v10i3.882>
- Iskandar, S., Saepudin, D., Husaini, A., & Syafrin, N. (2025). The Concept of the Perfect Human (al-Insan al-Kamil) in Islamic Education According to al-Ghazali and Its Implementation in Indonesian Islamic Higher Education. *TARBIYA: Journal of Education in Muslim Society*, 97–114. <https://doi.org/10.15408/tjems.v12i1.46553>
- Karima, S., Zahra, S. A., Anwar, S., Zulaikhah, S., Rohfitta, N., & Musyafa, W. (2025). Implementation of Al-Ghazali Educational Philosophy in Student Character Development. *Action Research Journal Indonesia (ARJI)*, 7(4). <https://doi.org/10.61227/arji.v7i4.592>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Raimi, L. (2026). Do Islamic epistemology and ethics advance the understanding and promotion of sustainable development? A systematic review using PRISMA. *International Journal of Ethics and Systems*, 42(4), 1030–1061. <https://doi.org/10.1108/IJOES-04-2024-0115>
- Siti Aisyah, Ibrizul Bahiroh, Erlin Wijaya, R. N. A. (2026). Analysis of Marketing Strategies and Fraud : Islamic Business Law Perspective on Fake Reviews in Marketplaces Siti Aisyah. *Journal of Islamic Economics Law*, 6(1), 28–44.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104(March), 333–339.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>

Sulaeman, S., Herianingrum, S., Ryandono, M. N. H., Napitupulu, R. M., Hapsari, M. I., Furqani, H., & Bahari, Z. (2025). Islamic business ethics in the framework of higher ethical objective (Maqasid al-Shariah): a comprehensive analysis and future research directions. *International Journal of Ethics and Systems*, 1–29.

<https://doi.org/10.1108/IJOES-12-2024-0398>

Sulistyowati, S., Daud, D., & Kasim, E. S. (2026). Embedding ethics in Shariah audit: organisational commitment and ethical governance in Islamic banks. *International Journal of Ethics and Systems*, 1–29. <https://doi.org/10.1108/IJOES-10-2025-0602>

Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on Conducting a Systematic Literature Review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93–112.

<https://doi.org/10.1177/0739456X17723971>