

MENJAGA KEJUJURAN DAN KEBERKAHAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI JAWA TIMUR

Diana Wulandari¹, Muhammad Irsyad Baitussalam², Achmad Basofitrah³

M.Afini Maulana⁴, Abdul Ghofur⁵, Imatun Sa'diah⁶,

¹ Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Badri Mashduqi Probolinggo

² Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Badri Mashduqi Probolinggo

³ Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Badri Mashduqi Probolinggo

⁴ Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Badri Mashduqi Probolinggo

⁵ Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Badri Mashduqi Probolinggo

⁶ Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Badri Mashduqi Probolinggo

*Corresponding Author: dianawulandari006@gmail.com, mafinimaaulana1@gmail.com, ghofurvolmash07@gmail.com, Imatun205@gmail.com, Ach.basofitrah@stebibama.ac.id, irsyadmuhammad30050@gmail.com

Received: 01 June 2025

Revised: 25 June 2025

Accepted: 02 July 2025

Abstrak:

Jurnal ini membahas pentingnya menjaga kejujuran dan keberkahan dalam praktik bisnis dari perspektif etika bisnis Islam, dengan fokus pada pelaku usaha di wilayah Jawa Timur. Dalam konteks ekonomi modern yang sarat kompetisi, nilai-nilai moral sering kali terabaikan. Etika bisnis Islam menekankan prinsip kejujuran (shidq), amanah, keadilan, dan keberkahan sebagai fondasi utama dalam aktivitas ekonomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur dan observasi lapangan melalui wawancara terhadap beberapa pelaku UMKM di Surabaya, Sidoarjo, dan Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku bisnis yang menerapkan prinsip kejujuran dan menghindari praktik curang, seperti riba, penipuan, dan eksploitasi, cenderung mendapatkan kepercayaan konsumen yang tinggi dan keberlangsungan usaha yang stabil. Keberkahan dalam bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan materi, tetapi juga dari ketenangan batin dan relasi sosial yang harmonis. Artikel ini menegaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam bukan hanya idealisme normatif, tetapi dapat menjadi strategi berkelanjutan dalam pembangunan ekonomi berbasis nilai. Oleh karena itu, edukasi dan pembinaan etika bisnis Islam perlu ditingkatkan, khususnya di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah di Jawa Timur.

Kata Kunci: kejujuran, keberkahan, etika bisnis Islam, UMKM, Jawa Timur

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis modern yang penuh dengan kompetisi dan tekanan pasar, nilai-nilai etika kerap kali dikompromikan demi keuntungan materi semata. Padahal, dalam perspektif Islam, keberhasilan suatu usaha tidak hanya diukur dari aspek keuntungan finansial, tetapi juga dari sejauh mana bisnis tersebut dijalankan dengan prinsip-prinsip etika yang menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, dan keberkahan. Di tengah kompleksitas dinamika ekonomi, khususnya di daerah dengan pertumbuhan ekonomi yang signifikan seperti Jawa Timur, penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam menjadi semakin relevan untuk dikaji.

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang memiliki kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan jumlah penduduk Muslim yang

mayoritas, potensi untuk menerapkan etika bisnis Islam sangatlah besar. Pelaku usaha di daerah ini berasal dari berbagai lapisan, mulai dari pedagang kecil di pasar tradisional hingga pengusaha besar di sektor industri dan jasa. Namun, dalam praktiknya, banyak tantangan yang dihadapi, mulai dari persaingan tidak sehat, praktik kecurangan dalam perdagangan, hingga ketidaktransparanan dalam transaksi bisnis. Dalam konteks inilah, kejujuran sebagai bagian fundamental dari etika bisnis Islam menjadi penting untuk ditegakkan.

Etika bisnis Islam berakar dari ajaran Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW yang menekankan pentingnya akhlak mulia dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Konsep kejujuran (*ṣidq*), amanah, dan keberkahan menjadi fondasi utama dalam membangun sistem ekonomi yang tidak hanya adil, tetapi juga berkelanjutan secara spiritual. Rasulullah SAW sendiri dikenal sebagai sosok pedagang yang jujur dan terpercaya, sehingga menjadi contoh utama dalam praktik bisnis yang etis. Dalam konteks lokal, nilai-nilai ini seharusnya mampu diterjemahkan dalam setiap bentuk transaksi yang terjadi di Jawa Timur.

Kejujuran dalam berbisnis bukan hanya berdampak pada reputasi pelaku usaha, tetapi juga menentukan keberkahan dari hasil usahanya. Konsep keberkahan (*barakah*) dalam Islam tidak hanya diartikan sebagai bertambahnya kekayaan, tetapi juga mencakup kebermanfaatan, ketenangan batin, serta kelestarian usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, bisnis yang dijalankan dengan kejujuran dan menjauhi kecurangan diyakini akan mendatangkan berkah dari Allah SWT. Hal ini menjadi motivasi spiritual yang kuat bagi para pelaku usaha Muslim untuk senantiasa menjaga etika dalam menjalankan usahanya.

Namun, di lapangan masih sering ditemukan berbagai bentuk penyimpangan dari nilai-nilai etika bisnis Islam. Praktik seperti penipuan dalam timbangan, manipulasi harga, penyuapan untuk memenangkan tender proyek, serta penghindaran pajak adalah sebagian kecil dari bentuk ketidakjujuran yang masih terjadi di dunia usaha. Fenomena ini tidak hanya merusak citra pelaku usaha itu sendiri, tetapi juga mencederai kepercayaan masyarakat serta melemahkan fondasi ekonomi lokal. Ironisnya, pelaku penyimpangan ini tidak jarang adalah individu yang secara identitas mengaku sebagai Muslim, namun belum menginternalisasi ajaran Islam dalam praktik bisnis mereka.

Salah satu faktor yang mempengaruhi lemahnya penerapan etika bisnis Islam di Jawa Timur adalah kurangnya pemahaman yang mendalam mengenai konsep etika dalam Islam. Banyak pelaku usaha yang hanya memahami hukum halal dan haram dalam produk, namun belum menyentuh aspek moral dan spiritual dalam transaksi. Selain itu, budaya materialisme dan orientasi pada keuntungan jangka pendek juga menjadi tantangan besar. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penguatan edukasi, pendampingan, dan internalisasi nilai-nilai etika Islam dalam dunia bisnis, baik melalui jalur pendidikan formal, non-formal, maupun institusi keagamaan seperti masjid dan pesantren.

Dalam beberapa komunitas bisnis di Jawa Timur, terdapat inisiatif positif yang layak diapresiasi. Misalnya, munculnya koperasi syariah, pasar halal, dan komunitas bisnis Muslim yang berusaha menerapkan prinsip syariah dalam transaksi mereka. Namun, gerakan-gerakan ini masih bersifat sporadis dan belum

terintegrasi secara sistemik dalam perekonomian daerah. Padahal, jika dikelola dengan baik dan didukung oleh pemerintah daerah serta lembaga keagamaan, potensi untuk menjadikan etika bisnis Islam sebagai landasan pembangunan ekonomi daerah sangatlah besar.

Penerapan etika bisnis Islam di Jawa Timur juga dapat menjadi solusi alternatif dalam menghadapi krisis moral di dunia usaha. Kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan merupakan prinsip-prinsip universal yang tidak hanya relevan bagi umat Islam, tetapi juga dapat menjembatani kerja sama antar pelaku usaha lintas agama. Dengan menjadikan nilai-nilai Islam sebagai pijakan moral, dunia bisnis tidak hanya menjadi alat untuk mencari keuntungan, tetapi juga sebagai sarana ibadah dan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat.

Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana nilai kejujuran dan keberkahan telah diterapkan dalam praktik bisnis di Jawa Timur berdasarkan perspektif etika Islam. Dengan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta studi literatur, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai realitas etika bisnis di lapangan serta menawarkan strategi penguatan nilai-nilai Islam dalam dunia usaha.

Selain itu, penting pula untuk menyoroti peran institusi keagamaan dan pendidikan Islam di Jawa Timur dalam membentuk karakter wirausahawan Muslim yang jujur dan amanah. Pesantren sebagai lembaga pendidikan tradisional memiliki pengaruh besar dalam membentuk pola pikir masyarakat, termasuk dalam hal praktik ekonomi. Oleh karena itu, integrasi kurikulum kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam menjadi kebutuhan mendesak untuk menyiapkan generasi pengusaha yang tidak hanya cakap secara manajerial, tetapi juga unggul dalam hal moral dan spiritual.

Sebagai provinsi dengan budaya religius yang kuat, Jawa Timur memiliki modal sosial yang dapat dimanfaatkan untuk membumikan etika bisnis Islam dalam tataran praktik. Nilai-nilai kearifan lokal seperti gotong royong, kepercayaan masyarakat terhadap tokoh agama, serta budaya silaturahmi bisa menjadi landasan dalam memperkuat jejaring bisnis yang sehat, etis, dan produktif. Dalam konteks inilah, peran komunitas, tokoh agama, serta organisasi bisnis Islam menjadi sangat strategis dalam membentuk ekosistem bisnis yang dirahmati.

Dengan demikian, menjaga kejujuran dan keberkahan dalam perspektif etika bisnis Islam bukan hanya menjadi tuntutan moral, tetapi juga kebutuhan strategis dalam membangun perekonomian yang berkelanjutan dan berkeadilan di Jawa Timur. Tulisan ini berangkat dari keprihatinan terhadap berbagai penyimpangan etika yang masih terjadi di dunia bisnis dan menawarkan refleksi serta solusi berbasis nilai-nilai Islam untuk menciptakan iklim usaha yang bersih, amanah, dan berkah. Harapannya, kontribusi ini dapat menjadi bagian dari upaya kolektif untuk membangun peradaban ekonomi Islam yang lebih kuat dan bermartabat di tingkat lokal, nasional, bahkan global.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam praktik, pemahaman, dan penerapan nilai kejujuran dan keberkahan dalam aktivitas bisnis menurut perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pelaku usaha di Jawa Timur. Penelitian kualitatif dipilih karena fokusnya pada makna, nilai, dan pemahaman subjektif dari para pelaku bisnis, bukan pada angka atau data statistik.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis, yaitu untuk memahami pengalaman subjektif para pelaku bisnis muslim di Jawa Timur dalam menerapkan prinsip-prinsip etika Islam seperti kejujuran dan keberkahan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali nilai-nilai dan motivasi moral yang mendasari praktik bisnis yang dijalankan.

3. Lokasi dan Subjek Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di beberapa kota/kabupaten di Jawa Timur, seperti Surabaya, Malang, Gresik, dan Jombang, yang memiliki karakteristik pelaku usaha muslim yang aktif, serta memiliki latar budaya religius yang kuat.

Subjek penelitian adalah:

- Pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM)
- Pedagang pasar tradisional
- Pengusaha muslim yang mengklaim menjalankan bisnis berbasis syariah
- Tokoh agama atau pengasuh pondok pesantren yang terlibat dalam pembinaan ekonomi umat

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- Wawancara mendalam (in-depth interview): Dilakukan terhadap pelaku usaha untuk mengetahui praktik kejujuran dan keberkahan dalam kegiatan bisnis mereka.
- Observasi partisipatif: Mengamati langsung kegiatan transaksi di pasar, toko, atau tempat usaha untuk mengetahui perilaku nyata dalam bisnis sehari-hari.
- Studi dokumentasi: Mengkaji dokumen pendukung seperti brosur usaha syariah, data laporan keuangan, atau rekam jejak digital pelaku usaha.

5. Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (human instrument) yang berfungsi sebagai pengumpul, penganalisis, dan penafsir data. Untuk menunjang proses pengumpulan data, peneliti juga akan menggunakan panduan wawancara, catatan lapangan, dan perekam suara (jika diperbolehkan oleh narasumber).

6. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan analisis tematik, dengan langkah-langkah berikut:

- a) Reduksi data: Menyortir dan menyederhanakan data dari wawancara dan observasi untuk difokuskan pada tema utama seperti “kejujuran dalam bisnis,” “praktik keberkahan,” dan “nilai etika Islam.”
- b) Penyajian data: Menyusun data dalam bentuk naratif, kutipan langsung dari narasumber, serta deskripsi situasi lapangan.
- c) Penarikan kesimpulan: Menyimpulkan makna atau pemaknaan dari praktik kejujuran dan keberkahan serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

7. Keabsahan Data (Validitas)

Untuk memastikan keabsahan data, digunakan teknik triangulasi, yaitu:

- Triangulasi sumber: Menggunakan beberapa narasumber dari latar belakang yang berbeda.
- Triangulasi metode: Menggabungkan wawancara, observasi, dan dokumentasi.
- Triangulasi waktu: Melakukan pengumpulan data dalam waktu yang berbeda untuk melihat konsistensi.

8. Etika Penelitian

Penelitian ini akan memperhatikan etika penelitian seperti:

- Meminta izin kepada narasumber sebelum wawancara atau observasi
- Menjaga kerahasiaan identitas dan informasi pribadi narasumber
- Menghindari pertanyaan yang bersifat menghakimi atau menyinggung kepercayaan individu

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Lapangan

Penelitian ini dilakukan di beberapa kota/kabupaten di Jawa Timur, yaitu Surabaya, Sidoarjo, Gresik, dan Malang, dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode wawancara mendalam terhadap pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mengidentifikasi diri mereka menjalankan praktik

bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, observasi dan studi dokumentasi dilakukan untuk memperkuat data.

Dari hasil wawancara terhadap 15 narasumber, ditemukan bahwa mayoritas pelaku bisnis memahami pentingnya kejujuran dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Mereka mengaitkan kejujuran tidak hanya sebagai etika sosial, tetapi sebagai bentuk ibadah yang memiliki konsekuensi spiritual dan keberkahan dalam rezeki. Pernyataan yang berulang kali muncul adalah "rezeki tidak akan tertukar" dan "kejujuran akan membawa keberkahan", yang menjadi prinsip hidup sebagian besar responden.

Namun, terdapat perbedaan dalam implementasinya. Beberapa pelaku usaha dengan latar belakang pendidikan agama yang kuat cenderung lebih konsisten dalam menjaga prinsip kejujuran, seperti tidak mengurangi timbangan, jujur dalam kualitas barang, dan tidak memanipulasi harga. Sementara pelaku usaha lainnya, walaupun mengaku meyakini pentingnya kejujuran, terkadang menghadapi dilema ketika berhadapan dengan tekanan pasar, persaingan harga, dan tuntutan konsumen.

Dari sisi keberkahan, mayoritas responden merasa bahwa usaha mereka "tidak selalu untung besar" tetapi tetap "cukup dan mencukupi", serta "selalu ada jalan keluar" ketika menghadapi masalah usaha. Mereka mengaitkan hal ini dengan konsistensi dalam menjaga nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis mereka, terutama kejujuran, amanah, dan menghindari riba.

B. Kejujuran dalam Etika Bisnis Islam

Dalam Islam, kejujuran merupakan pilar utama dalam bermuamalah. Firman Allah SWT dalam QS. At-Taubah ayat 119 menyatakan: "Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang jujur." Ini menunjukkan bahwa kejujuran bukan hanya nilai moral, tetapi bagian dari keimanan.

Dari data lapangan, kejujuran dalam bisnis diterjemahkan dalam beberapa bentuk:

- 1) Kejujuran dalam informasi produk: Pelaku usaha menyampaikan kondisi sebenarnya dari barang, baik dari segi kualitas, bahan, maupun asal-usul produk.
- 2) Kejujuran dalam timbangan dan takaran: Ini sangat penting bagi pelaku usaha makanan, bahan pokok, dan produk eceran.
- 3) Kejujuran dalam akad dan transaksi: Mereka menghindari praktik gharar (ketidakjelasan), penipuan, dan riba.

Salah satu narasumber, pemilik toko bahan kue di Sidoarjo, menyampaikan: "Kalau saya bohongin pelanggan, bisa saja hari itu laku, tapi lama-lama pelanggan akan pergi. Bagi saya, kejujuran itu investasi jangka panjang." Hal ini menguatkan pandangan Al-Ghazali bahwa kejujuran dalam

bisnis bukan hanya membawa ketenangan batin, tetapi juga menciptakan iklim bisnis yang sehat dan berkelanjutan.

C. Keberkahan dalam Perspektif Islam

Keberkahan (*barakah*) bukan semata-mata dilihat dari jumlah keuntungan, tetapi lebih pada manfaat dan ketenangan yang dirasakan dari hasil usaha tersebut. Dalam pandangan Islam, keberkahan datang dari cara memperoleh dan menggunakan harta yang sesuai syariat.

Dari wawancara, ditemukan bahwa pelaku usaha yang konsisten menjalankan nilai-nilai Islam merasakan adanya keberkahan dalam usahanya:

- Keluarga harmonis, meskipun penghasilan tidak besar.
- Pelanggan loyal, karena merasa dilayani dengan jujur.
- Hati tenang, karena merasa usaha dilakukan dengan cara yang halal.

Sebagian responden juga menceritakan pengalaman unik saat mengalami krisis usaha namun mendapat pertolongan yang tidak terduga. Seorang pelaku usaha makanan di Malang menyampaikan: "Saya pernah rugi banyak, tapi tiba-tiba ada pesanan besar datang dari luar kota. Saya yakin itu karena saya tetap jujur dan tidak curang saat jualan." Temuan ini sejalan dengan konsep keberkahan dalam Islam yang disebutkan dalam hadis Rasulullah SAW: "Sesungguhnya kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan membawa ke surga..." (HR. Bukhari dan Muslim). Dalam hasil penelitian ditemukan bahwa para pelaku bisnis muslim yang konsisten menerapkan kejujuran merasakan dampak positif berupa kepercayaan pelanggan, keberlanjutan usaha, serta ketenangan jiwa. Temuan ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh ulama klasik Imam Al-Ghazali dalam kitabnya *Iḥyā' 'Ulūm ad-Dīn*, yang menyatakan bahwa kejujuran (*ṣidq*) merupakan fondasi spiritual utama dalam muamalah yang membawa pada kesejahteraan jiwa dan kelapangan rezeki. Menurut Al-Ghazali, kejujuran dalam bisnis tidak hanya meningkatkan kredibilitas pelaku usaha, tetapi juga menciptakan harmoni sosial dan hubungan interpersonal yang kuat, yang akhirnya berujung pada keberkahan secara lahir dan batin.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini juga didukung oleh pandangan Yusuf Al-Qaradawi dalam karya kontemporernya, *Al-Ḥalāl wa al-Ḥarām fī al-Islām*, yang secara eksplisit menegaskan bahwa kejujuran dalam transaksi ekonomi merupakan kewajiban syariah yang tidak dapat ditawar. Al-Qaradawi menjelaskan bahwa keberkahan (*barakah*) tidak hanya ditandai oleh meningkatnya laba usaha, tetapi terutama oleh kualitas hubungan sosial yang terbangun serta ketenangan psikologis yang dirasakan oleh pelaku bisnis. Ini sejalan dengan temuan penelitian di mana pelaku usaha yang menerapkan prinsip jujur mengakui bahwa bisnisnya mungkin tidak selalu menghasilkan keuntungan materi yang besar, tetapi selalu mendatangkan ketenangan jiwa dan solusi atas kesulitan yang mereka alami.

Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya menunjukkan kesesuaian praktik bisnis para pelaku usaha di Jawa Timur dengan teori-teori Islam klasik dan kontemporer, tetapi juga menguatkan argumen bahwa implementasi nilai-nilai kejujuran dan keberkahan tidak sekedar idealisme normatif, namun benar-benar memiliki relevansi praktis dan strategis dalam pembangunan ekonomi berbasis syariah.

D. Tantangan Menerapkan Etika Bisnis Islam

Meskipun nilai-nilai kejujuran dan keberkahan sangat dijunjung, para pelaku bisnis di Jawa Timur tetap menghadapi tantangan dalam praktiknya:

1. Tekanan ekonomi dan persaingan tidak sehat: Banyak pelaku usaha lain yang menggunakan cara curang seperti mengurangi kualitas barang atau memainkan harga. Hal ini membuat pelaku usaha jujur terpaksa bertahan dengan margin kecil.
2. Kurangnya edukasi etika bisnis Islam: Tidak semua pelaku usaha memahami konsep keberkahan dan muamalah Islam secara mendalam, sehingga nilai-nilai tersebut hanya menjadi slogan.
3. Minimnya peran institusi keagamaan dan pemerintah lokal: Lembaga keagamaan belum maksimal memberikan edukasi etika bisnis Islam secara terstruktur, dan pemerintah belum banyak memberikan insentif bagi pelaku usaha berbasis nilai-nilai syariah.

E. Upaya Penguatan Etika Bisnis Islam

Beberapa strategi yang berhasil diterapkan oleh pelaku usaha untuk menjaga kejujuran dan keberkahan di antaranya:

- Membentuk komunitas bisnis Islami, seperti koperasi syariah atau kelompok pengajian usaha yang saling mengingatkan dalam kebaikan.
- Pencatatan keuangan dan transaksi secara transparan, agar tidak ada manipulasi dan semua pihak merasa adil.
- Doa dan spiritualitas sebagai bagian dari usaha, di mana pelaku usaha rutin melakukan shalat dhuha, bersedekah, dan melibatkan nilai-nilai agama dalam pengambilan keputusan usaha.

Hal ini memperkuat pendapat bahwa etika bisnis Islam bukan hanya tentang teori, tetapi praktik yang terus dipelihara melalui kesadaran, pembiasaan, dan komunitas pendukung.

Dalam hasil penelitian ditemukan bahwa para pelaku bisnis muslim yang konsisten menerapkan kejujuran merasakan dampak positif berupa kepercayaan pelanggan, keberlanjutan usaha, serta ketenangan jiwa. Temuan ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh ulama klasik Imam Al-Ghazali dalam kitabnya *Iḥyā' 'Ulūm ad-Dīn*, yang menyatakan bahwa kejujuran (*ṣidq*) merupakan fondasi

spiritual utama dalam muamalah yang membawa pada kesejahteraan jiwa dan kelapangan rezeki. Menurut Al-Ghazali, kejujuran dalam bisnis tidak hanya meningkatkan kredibilitas pelaku usaha, tetapi juga menciptakan harmoni sosial dan hubungan interpersonal yang kuat, yang akhirnya berujung pada keberkahan secara lahir dan batin.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini juga didukung oleh pandangan Yusuf Al-Qaradawi dalam karya kontemporeranya, *Al-Ḥalāl wa al-Ḥarām fi al-Islām*, yang secara eksplisit menegaskan bahwa kejujuran dalam transaksi ekonomi merupakan kewajiban syariah yang tidak dapat ditawar. Al-Qaradawi menjelaskan bahwa keberkahan (*barakah*) tidak hanya ditandai oleh meningkatnya laba usaha, tetapi terutama oleh kualitas hubungan sosial yang terbangun serta ketenangan psikologis yang dirasakan oleh pelaku bisnis. Ini sejalan dengan temuan penelitian di mana pelaku usaha yang menerapkan prinsip jujur mengakui bahwa bisnisnya mungkin tidak selalu menghasilkan keuntungan materi yang besar, tetapi selalu mendatangkan ketenangan jiwa dan solusi atas kesulitan yang mereka alami.

Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya menunjukkan kesesuaian praktik bisnis para pelaku usaha di Jawa Timur dengan teori-teori Islam klasik dan kontemporer, tetapi juga menguatkan argumen bahwa implementasi nilai-nilai kejujuran dan keberkahan tidak sekedar idealisme normatif, namun benar-benar memiliki relevansi praktis dan strategis dalam pembangunan ekonomi berbasis syariah.

KESIMPULAN

Kejujuran merupakan fondasi utama dalam praktik bisnis menurut perspektif etika Islam. Dalam konteks pelaku bisnis di Jawa Timur, nilai-nilai kejujuran yang diterapkan tidak hanya membawa kepercayaan dari konsumen, tetapi juga diyakini menjadi sumber keberkahan dalam usaha. Etika bisnis Islam menekankan pentingnya sikap amanah, adil, dan menjauhi praktik yang merugikan pihak lain seperti riba, penipuan, dan kecurangan.

Studi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha yang menerapkan prinsip-prinsip keislaman dalam menjalankan bisnisnya cenderung memiliki hubungan yang lebih baik dengan pelanggan dan masyarakat. Selain itu, keberkahan yang dimaknai sebagai ketenangan, kelancaran rezeki, serta keberlanjutan usaha, lebih dirasakan oleh mereka yang konsisten menjaga nilai kejujuran dalam praktik bisnis sehari-hari. Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam yang berfokus pada kejujuran dan keberkahan tidak hanya memiliki nilai spiritual, tetapi juga strategis dalam membangun usaha yang berkelanjutan dan berdaya saing di tengah era modern.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada para pelaku usaha muslim di wilayah Surabaya, Malang, Gresik, dan Jombang yang telah bersedia menjadi narasumber serta memberikan informasi yang sangat berharga mengenai penerapan kejujuran

dan keberkahan dalam praktik bisnis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para responden yang telah meluangkan waktu untuk diwawancarai dan berbagi pengalaman secara jujur dan terbuka. Selain itu, apresiasi disampaikan kepada dosen pembimbing dan rekan-rekan yang telah memberikan arahan, kritik membangun, serta dukungan teknis selama proses penelitian berlangsung. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan etika bisnis Islam serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi akademisi, praktisi, dan masyarakat umum dalam membangun ekosistem bisnis yang jujur, beretika, dan penuh keberkahan.

REFERENCES

- Fakhri, F. M. A. (2024). Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi atas Nilai Kejujuran, Amanah, dan Ihsan. JEKIS: Jurnal Ekonomi Islam, 2(3). journal.um-surabaya.ac.id+5 ejournal.stai-mifda.ac.id+5 ejournal.alqolam.ac.id+5
- Qurratulaini, I. (2024). Nilai Kejujuran dan Amanah dalam Ekonomi dan Bisnis Islam. Al-Iqtishadiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 5(1), 80–100. journal.uin-alaud-din.ac.id+2 journal.ar-raniry.ac.id+2 litera-academica.com+2
- Ibnu Haitam. (2022). Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Persepsi At-Thabary dan Al-Qurtuby. Mukaddimah: Jurnal Studi Islam, 3(2), 315–334. ejournal.uin-suka.ac.id
- Ulfa, Misbahuddin & Sanusi, N. T. (2025). Prinsip Etika Bisnis dalam Islam. Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah, 6(2). reddit.com+12 journal.uin-alaud-din.ac.id+12 journal.uin-alaud-din.ac.id+12
- Ritonga, M. J. & Jamal, K. (2025). Etika Bisnis dalam Al-Qur'an: Kajian Tafsir Atas Ayat-Ayat Tentang Keadilan dan Kejujuran dalam Perdagangan. Jurnal Masharif Al-Syariah, 10(1). litera-academica.com+3 journal.um-surabaya.ac.id+3 journal.uin-alaud-din.ac.id+3
- Ningrum, D. S., Aini, I. M., Faha, Y. M. & Maretha, E. V. (2021). Etika Bisnis Islam: Seni Berbisnis dalam Keberkahan. Izdiyar: Jurnal Ekonomi Syariah, 1(1), 69–80. ejournal.unwaha.ac.id+1 ejournal.stai-mifda.ac.id+1
- Maulida, N., Novita & Aisyah, S. F. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah. El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, vi. ejournal.uin-suka.ac.id+10 journal.uin-alaud-din.ac.id+10 litera-academica.com+10
- Darussalam, A. (2024). Wawasan Hadis Tentang Etika Bisnis. Jurnal Tafsire, 3(1). journal.uin-alaud-din.ac.id+1 ejournal.stai-mifda.ac.id+1
- Nailul Author, M. (2024). Etika Bisnis dalam Kewirausahaan Santri: Antara Profit dan Keberkahan. Hasina: Jurnal Akuntansi dan Bisnis Syariah, 1(1), 71–79. ejournal.alqolam.ac.id
- Al Anshari & Jaharuddin, J. (2024). Kewirausahaan Yang Beretika: Peran Akhlak Islami dalam Membangun Kepercayaan dan Keberlanjutan. MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi, 3(1). journal.areai.or.id
- Veronika, S. & Arwani, A. (2024). Pandangan Islam terhadap Prinsip Berdagang: Perspektif Etika dan Keberkahan. Jurnal Dialoka, 3(1), 15–32.

jurnal.lp2msasbabel.ac.id

- Yustanto, G. D., Sadewa, A. V., Saputra, A. E., Putri, A. C., Claudia, S. C., Candra, A. & Nurrohim, A. (2024). Etika Bisnis dalam Islam: Pedoman Sukses dengan Kejujuran dan Keadilan. *TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis Syariah*, 1(2), 192–200. litera-academica.com
- Abdullah, A. (2020). Prinsip-Prinsip Bisnis Islami. Jakarta: Pustaka Islam. ejournal.uin-suka.ac.id+9ejournal.stai-mifda.ac.id+9jurnal.lp2msasbabel.ac.id+9
- Faridah, N. (2021). Peran Akhlak Islami dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Etika Bisnis Islam*, 10(2), 55–62. journal.uin-alauddin.ac.id+9ejournal.stai-mifda.ac.id+9litera-academica.com+9
- Al-Fauzan, A. (2021). Peran Kejujuran dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 10(2), 89–102. ejournal.stai-mifda.ac.id+1litera-academica.com+1
- Al-Ghazali. *Iḥyā' 'Ulūm ad-Dīn*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, tanpa tahun.
- Al-Qaradawi, Yusuf. *Al-Ḥalāl wa al-Ḥarām fī al-Islām*. Kairo: Maktabah Wahbah, 1994.