

MANAJEMEN LABA DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

**M. Noor Bustomi¹, Indah Maslaha², Achmad Basofitrah³, Imelda Musarofah⁴,
M. Jamaluddin Affan⁵**

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

***Corresponding Author:** thommiammar05@gmail.com, indahmaslaha000@gmail.com, Ach.basofitrah@stebibama.ac.id, imeldamusarofah@gmail.com, affan001@gmail.com

Received: 01 June 2025

Revised: 25 June 2025

Accepted: 02 July 2025

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji praktik manajemen laba dari sudut pandang etika bisnis Islam. Manajemen laba merupakan tindakan yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laporan keuangan dengan tujuan tertentu, baik untuk kepentingan internal maupun eksternal. Dalam konteks Islam, praktik bisnis harus sesuai dengan prinsip kejujuran (*ṣidq*), amanah, dan keadilan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kepustakaan (library research). Hasil kajian menunjukkan bahwa praktik manajemen laba yang bersifat manipulatif tidak sesuai dengan etika bisnis Islam karena bertentangan dengan prinsip transparansi dan tanggung jawab moral dalam bermuamalah. Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis muslim untuk menjadikan nilai-nilai Islam sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis.

Kata Kunci: : *Manajemen laba, Etika Bisnis Islam, Transparansi, Amanah, Sidq*

PENDAHULUAN

Manajemen laba (earnings management) merupakan praktik yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memengaruhi laporan keuangan agar sesuai dengan tujuan tertentu, baik untuk memenuhi ekspektasi pasar, mencapai target kinerja, maupun untuk kepentingan pribadi. Praktik ini menjadi perhatian utama dalam akuntansi karena dapat menyesatkan para pemangku kepentingan dan mengaburkan gambaran sebenarnya mengenai kinerja keuangan perusahaan.

Di Indonesia, praktik manajemen laba cukup banyak ditemukan, terutama pada perusahaan-perusahaan yang telah go public. Sebuah studi oleh menunjukkan

bahwa perusahaan yang menghadapi tekanan dari investor cenderung melakukan manajemen laba untuk mempertahankan citra dan nilai sahamnya.

Walaupun dalam batas tertentu praktik manajemen laba masih bisa dianggap legal menurut standar akuntansi, namun secara etika dan moralitas, praktik ini seringkali dipertanyakan. Hal ini karena penyajian informasi keuangan yang tidak mencerminkan kondisi sebenarnya akan berpotensi merugikan banyak pihak, mulai dari investor, karyawan, pemegang saham minoritas, hingga masyarakat luas. Terlebih lagi jika motivasi utama dari manajemen laba bukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan secara riil, melainkan untuk menyembunyikan kelemahan internal atau memperoleh keuntungan sesaat.

Dalam pandangan Islam, aktivitas bisnis tidak hanya dipandang sebagai kegiatan ekonomi biasa yang bertujuan meraih keuntungan, namun juga merupakan bagian dari muamalah yang memiliki dimensi ibadah. Oleh karena itu, setiap tindakan dalam bisnis, termasuk dalam penyusunan laporan keuangan, harus didasari oleh nilai-nilai luhur yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti *ṣidq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *keadilan* (*‘adl*), dan *tanggung jawab* (*mas’uliyyah*) menjadi landasan utama dalam menjalankan aktivitas ekonomi.

Islam secara tegas melarang segala bentuk penipuan, pemalsuan, atau

penyembunyian informasi yang dapat menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Dalam konteks pelaporan keuangan, tindakan manipulatif yang dilakukan melalui manajemen laba termasuk dalam kategori *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (kecurangan), yang keduanya sangat dilarang dalam Islam. Firman Allah SWT dalam surah Al-Muthaffifin ayat 1–3 secara jelas mengecam orang-orang yang curang dalam takaran dan timbangan, yang secara maknawi juga dapat diterapkan pada ketidakjujuran dalam menyajikan laporan keuangan.

Maka dari itu, memahami praktik manajemen laba dari perspektif etika bisnis Islam menjadi penting, terutama bagi mahasiswa ekonomi dan bisnis Islam sebagai calon praktisi dan akademisi yang bertanggung jawab secara moral dan

spiritual. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab bagaimana pandangan Islam terhadap manajemen laba, serta sejauh mana praktik tersebut dapat dibenarkan atau bahkan dilarang menurut prinsip-prinsip syariah. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan baru tentang pentingnya integritas dalam akuntansi dan mendorong terciptanya praktik bisnis yang tidak hanya legal secara hukum positif, tetapi juga halal dan thayyib secara syariah.

Selain itu, kajian ini juga diharapkan mampu memberikan pemahaman yang mendalam kepada mahasiswa dan pelaku bisnis tentang pentingnya akuntabilitas tidak hanya kepada manusia, tetapi juga kepada Allah SWT. Karena dalam ajaran Islam, setiap tindakan yang kita lakukan akan dimintai pertanggungjawaban di akhirat kelak, termasuk dalam hal menjalankan amanah pekerjaan seperti menyusun laporan keuangan secara jujur dan benar.

Dengan demikian, penting bagi kita semua – terutama generasi muda Islam yang menekuni bidang ekonomi dan bisnis – untuk menanamkan nilai-nilai spiritual dalam setiap aspek kegiatan ekonomi, agar apa yang kita hasilkan tidak hanya memberikan manfaat di dunia, tetapi juga bernilai ibadah di sisi Allah SWT. Etika bisnis Islam bukanlah sekadar teori, tetapi harus menjadi pedoman hidup dan sumber nilai dalam membentuk perilaku bisnis yang bermartabat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami secara mendalam pandangan Islam terhadap praktik manajemen laba dalam konteks etika bisnis. Jenis penelitian ini bersifat studi literatur (library research), yaitu menggali informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan seperti Al-Qur'an, hadis, buku-buku fikih muamalah, jurnal akademik, dan referensi lainnya yang mendukung. Penelitian ini dilakukan di Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam (STEBI) Badri Mashduqi, Kraksaan, Probolinggo, pada periode Mei hingga Juni 2025. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada latar belakang penulis sebagai mahasiswa aktif yang memiliki akses terhadap referensi akademik dan pembimbing yang ahli di bidang ekonomi Islam.

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua Data primer, yaitu pemikiran penulis berdasarkan pengalaman akademik, refleksi keislaman, dan pengamatan terhadap realitas praktik akuntansi dalam bisnis modern. Data sekunder, berupa kajian literatur dari jurnal-jurnal ilmiah, buku-buku akuntansi syariah, buku etika bisnis Islam, ayat-ayat Al-Qur'an, hadis Nabi, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka (library research) dan dokumentasi. Penulis mengumpulkan dan

menelaah dokumen-dokumen ilmiah yang kredibel untuk mendapatkan data yang valid dan relevan.

Data dianalisis dengan menggunakan analisis isi (content analysis), yang dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu:

1. Reduksi data: menyaring dan memilih data yang relevan dengan fokus kajian, yaitu manajemen laba dan etika bisnis Islam.
2. Penyajian data: menyusun data dalam bentuk narasi ilmiah agar mudah dipahami dan dibandingkan dengan prinsip-prinsip Islam.
3. Penarikan kesimpulan: merumuskan hasil kajian secara logis dan koheren berdasarkan prinsip-prinsip normatif Islam.

Untuk menjamin validitas dan reliabilitas data, penulis menerapkan metode triangulasi sumber yaitu dengan membandingkan informasi dari berbagai

literatur dan referensi Islam. Selain itu, penulis mengacu pada ayat Al-Qur'an dan hadis shahih sebagai sumber normatif dalam menilai keabsahan praktik manajemen laba secara etika Islam.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkupnya yang bersifat konseptual-normatif dan tidak melakukan uji empiris terhadap perusahaan tertentu. Oleh karena itu, temuan bersifat deskriptif dan menjadi dasar konseptual untuk penelitian kuantitatif atau studi kasus di masa mendatang.

PEMBAHASAN

Pandangan Al-Qur'an tentang Bisnis

Al-Qur'an dalam mengajak manusia untuk mempercayai dan mengamalkan tuntunan-tuntunannya dalam segala aspek kehidupan seringkali menggunakan istilah istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual-beli, untung-rugi dan sebagainya. Dalam konteks ini Al-Qur'an menjanjikan:

“Sesungguhnya Allah Telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (Itu Telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al Quran. dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang Telah kamu lakukan itu, dan Itulah kemenangan yang besar.” (Q.S. At- Taubah: 111)

Pada ayat tersebut, mereka yang tidak ingin melakukan aktivitas kehidupannya kecuali bila memperoleh keuntungan semata, dilayani (ditantang) oleh Al-Qur'an dengan menawarkan satu bursa yang tidak mengenal kerugian dan penipuan. Dengan jelas pula bahwa Al-Quran tidak memberi peluang bagi seorang muslim untuk menganggur sepanjang saat yang dialami dalam kehidupan dunia ini.

Dari paparan diatas terlihat jelas bahwa Al-Qur'an memberikan tuntunan visi

bisnis yang jelas yaitu bisnis masa depan yang bukan semata-mata mencari keuntungan sesaat tetapi “merugikan” melainkan mencari keuntungan yang secara hakikat baik dan berakibat baik pula bagi kesudahannya (pengaruhnya).

Ayat Al-Qur'an tentang Bisnis

Allah tidak akan menurunkan rezeki kepada manusia kecuali manusia berusaha untuk mendapatkannya. Dan telah ditentukan waktu bagi manusia untuk bekerja dan beristirahat, yang disesuaikan dengan kemauan manusia:

“Dialah yang menjadikan malam bagi kamu supaya kamu beristirahat padanya dan (menjadikan) siang terang benderang (supaya kamu mencari karunia Allah). Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi orang-orang yang mendengar*.” (Q.S. Yunus: 67)

Allah menganjurkan manusia untuk mencari rizqi setelah kewajibannya kepada Allah terpenuhi;

“Apabila Telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (Q.S. Al-Jumu’ah: 10)

Manusia dalam mencari rezeki harus memperhatikan kehendak sesamanya, misalnya dalam perdagangan tidak saling memaksa. Proses tawar- menawar didasarkan atas suka sama suka:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.” (Q.S. An-Nisa’: 29)

Hadist Rasul SAW tentang Bisnis

Rasulullah SAW menganjurkan umatnya untuk memperhatikan sikap dalam berdagang:

“Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya termasuk golongan para nabi, orang-orang yang benar-benar tulus dan para syuhada”. (HR. Tirmizdi, Darimi dan Daraqutni)

“Seseorang pedagang yang tulus (yakni selalu mengutamakan kebenaran dalam ucapan dan tindakan) akan dibangkitkan kelak pada hari kiamat dalam kelompok

para siddiqin dan syuhada". (HR. Tirmizdi dan Hakim)

"Allah memberikan rahmatnya pada setiap orang yang bersikap baik ketika menjual, membeli dan membuat suatu pernyataan". (HR. Bukhari)

Hakim bin Hizam ra melaporkan bahwa Rasulullah SAW bersabda:

"Kedua pihak dalam suatu transaksi perdagangan berhak untuk membatalkan, selama mereka tidak berpisah, jika mereka berkata benar, menjelaskan segala sesuatunya dengan jernih. Maka transaksi mereka akan mendapat berkah. Tetapi jika mereka menyembunyikan sesuatu serta berdusta, maka berkah yang ada pada transaksi mereka akan terhapus". (HR. Bukhari dan Muslim)

Ibnu Umar ra meriwayatkan dari Rasulullah SAW bahwa:

"Allah SWT melaknat minum anggur, peminumnya, pelayannya, penjualnya, pembelinya, pemerasannya serta orang yang minta dipasarkan, orang yang mengedarkan serta penadahnya". (HR. Abu Dawud dan Ibnu Majjah)

"Jangan kamu menjual barang yang tidak ada padamu ". (HR. Ahmad dan dishahihkan oleh at-Tirmizdi dan Ibn Hibban)

Etika Islam tentang Bisnis

Dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi Muslim adalah adanya konsepsi hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan Tuhannya, yang dalam bahasa agama dikenal dengan istilah (hablum minallah wa hablumminannas). Dengan berpegang pada landasan ini maka setiap muslim yang berbisnis atau beraktifitas apapun akan merasa ada kehadiran "pihak ketiga" (Tuhan) di setiap aspek hidupnya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap muslim dalam berbisnis. Hal ini karena Bisnis dalam Islam tidak semata mata orientasi dunia tetapi harus punya visi akhirat yang jelas. Dengan kerangka pemikiran seperti itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi Islam. Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab bisnis yang merupakan simbol dari urusan dunia juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis

dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan kita di dunia yang "dibisniskan" (diniatkan sebagai ibadah)

untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat.

Praktik Manajemen Laba dalam Konteks Akuntansi Modern

Manajemen laba merupakan fenomena yang telah lama menjadi sorotan dalam praktik bisnis modern. Dalam praktik akuntansi konvensional, manajemen laba didefinisikan sebagai tindakan manajer untuk memengaruhi laba yang dilaporkan melalui kebijakan akuntansi tertentu, baik secara legal (melalui kelonggaran standar akuntansi) maupun secara ilegal (manipulasi yang melanggar prinsip akuntansi). Hal ini dilakukan agar laporan keuangan tampak lebih menarik di mata pemilik modal, kreditor, dan pemangku kepentingan lainnya. Misalnya, perusahaan yang sedang merugi dapat menunda pengakuan biaya atau mempercepat pengakuan pendapatan untuk menghasilkan tampilan laporan keuangan yang lebih baik.

Meskipun dari sisi hukum manajemen laba kadang dianggap "masih dalam batas wajar", namun dari sisi moral dan etika, praktik ini sangat problematik. Ini karena tindakan tersebut mengaburkan realitas ekonomi perusahaan dan berpotensi menyesatkan pengguna laporan keuangan. Bahkan, manipulasi ini bisa berdampak sistemik jika dilakukan oleh banyak perusahaan sekaligus, seperti yang terjadi pada skandal Enron dan WorldCom. Di Indonesia, beberapa kasus juga menunjukkan bahwa manajemen laba dilakukan untuk menghindari pajak, mempertahankan harga saham, atau memenuhi syarat pinjaman.

Fakta-fakta ini menunjukkan bahwa praktik manajemen laba bukan hanya persoalan teknis akuntansi, tetapi juga masalah moral yang berhubungan dengan kejujuran, tanggung jawab, dan integritas.

Etika Bisnis Islam dan Perspektif Normatif terhadap Manajemen Laba

Etika bisnis Islam memandang praktik ekonomi sebagai bagian dari ibadah dan

tidak semata-mata mengejar keuntungan materi. Prinsip-prinsip dalam Islam seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan, dan tanggung jawab kepada Allah SWT menjadi landasan utama dalam setiap aktivitas bisnis. Dalam konteks ini, praktik manajemen laba yang bersifat manipulatif dinilai bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Islam secara tegas melarang segala bentuk penipuan dan ketidakjujuran. Dalam QS. Al-Muthaffifin ayat 1-3, Allah SWT mengutuk orang-orang yang mengurangi takaran dan timbangan, yang secara maknawi dapat dipahami sebagai bentuk ketidakadilan dalam menyampaikan informasi ekonomi. Praktik seperti memanipulasi laporan keuangan sama saja dengan menyesatkan para pengguna informasi keuangan, termasuk investor, regulator, dan masyarakat umum. Rasulullah SAW juga bersabda: "Barangsiapa menipu, maka dia bukan dari golongan kami." (HR. Muslim).

Dengan demikian, Islam tidak hanya mempersoalkan legalitas dari suatu tindakan, tetapi juga menekankan aspek moral dan akhlak. Meskipun secara hukum positif manajemen laba bisa tidak melanggar aturan, namun jika mengandung unsur menipu dan merugikan orang lain, maka ia tetap dilarang dalam Islam.

Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam sebagai Antitesis terhadap Manipulasi Keuangan

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam tidak dapat dipisahkan dari ajaran tauhid dan akhlak yang bersumber dari wahyu. Nilai-nilai utama dalam etika bisnis Islam, antara lain:

Ṣidq (Kejujuran): Dalam Islam, kejujuran adalah pilar utama dalam setiap interaksi ekonomi. Pelaporan keuangan yang jujur mencerminkan kondisi perusahaan apa adanya. Manajemen laba yang disengaja untuk menyesatkan pihak lain adalah bentuk pelanggaran terhadap prinsip ini.

Amanah (Tanggung Jawab): Setiap pemimpin perusahaan memegang tanggung jawab atas sumber daya yang dikelolanya. Ketika laporan keuangan disusun dengan tidak jujur, berarti terjadi pengkhianatan terhadap kepercayaan investor,

pemegang saham, dan masyarakat luas.

‘Adl (Keadilan): Keadilan dalam bisnis bermakna memberikan hak kepada yang berhak. Dengan memanipulasi laba, perusahaan dapat merugikan pihak lain yang bergantung pada informasi keuangan, seperti investor minoritas dan pegawai.

Mas’uliyyah (Pertanggungjawaban): Dalam Islam, seluruh tindakan manusia akan dimintai pertanggungjawaban, tidak hanya di dunia, tetapi juga di akhirat. Maka, pelaporan keuangan juga harus disusun dengan menyadari adanya hisab kelak di hadapan Allah.

Dengan nilai-nilai ini, manajemen laba tidak hanya salah secara etika bisnis Islam, tetapi juga merupakan bentuk degradasi moral dan pengkhianatan terhadap misi spiritual umat Islam dalam dunia ekonomi

Relevansi Manajemen Laba terhadap Maqashid Syariah

Maqashid syariah merupakan kerangka pemikiran utama dalam hukum Islam yang bertujuan untuk menjaga dan melindungi lima hal pokok: agama (din), jiwa (nafs), akal (‘aql), keturunan (nasl), dan harta (mal). Praktik manajemen laba yang menyimpang secara langsung bertentangan dengan aspek penjagaan terhadap harta (hifz al-māl). Informasi keuangan yang tidak benar dapat merugikan pihak-pihak yang mempercayai laporan tersebut dalam mengambil keputusan investasi atau konsumsi.

Di sisi lain, praktik manipulatif ini juga bertentangan dengan penjagaan akal dan agama. Mengapa? Karena kebiasaan berbohong dan memanipulasi akan melahirkan budaya bisnis yang permisif terhadap kebohongan. Hal ini berpotensi merusak akhlak pelaku usaha, menciptakan iklim bisnis yang tidak sehat, dan menumbuhkan generasi profesional yang kehilangan integritas.

Oleh karena itu, setiap bentuk pelaporan keuangan harus disesuaikan dengan prinsip maqashid syariah yang tidak hanya mementingkan aspek ekonomi, tetapi juga spiritual, sosial, dan moral. Kesadaran bahwa harta adalah amanah dari Allah harus menjadi filter utama sebelum menyusun laporan keuangan

Akuntasi Syariah sebagai Solusi Penguatan Transparansi dan Akuntabilitas Akuntansi syariah bukan hanya sistem pelaporan keuangan, melainkan

juga bagian dari sistem moral dalam Islam. Dalam kerangka ini, pelaporan keuangan haruslah jujur, transparan, dan bertanggung jawab. Pelaporan tidak hanya untuk kepentingan stakeholder di dunia, tetapi juga sebagai bukti pertanggungjawaban akhirat.

Akuntansi syariah mendorong munculnya full disclosure (pengungkapan penuh) dan truthful representation (penyajian yang jujur). Manajer dan akuntan tidak boleh menyembunyikan informasi material, tidak boleh menggunakan teknik manipulasi laporan yang memutarbalikkan fakta. Dalam akuntansi syariah, terdapat istilah zakat accounting dan Islamic social reporting yang menekankan keadilan sosial dan keberkahan, bukan sekadar laba.

Praktik manajemen laba harus dicegah melalui pembinaan karakter, penguatan sistem kontrol internal berbasis nilai Islam, dan akuntabilitas yang tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga spiritual. Ini adalah bentuk integrasi antara akuntansi sebagai ilmu dan syariah sebagai panduan hidup.

KESIMPULAN

Penelitian ini membahas secara mendalam praktik manajemen laba dalam perspektif etika bisnis Islam. Dalam dunia bisnis modern, manajemen laba sering dilakukan untuk tujuan-tujuan tertentu, seperti meningkatkan citra perusahaan, memenuhi target bonus, atau menghindari kerugian di mata investor. Meskipun dalam standar akuntansi konvensional praktik ini dapat dilakukan selama tidak melanggar aturan teknis, namun dalam Islam, tindakan ini dipandang sebagai bentuk penyimpangan etika. Islam menekankan bahwa bisnis adalah bagian dari ibadah, yang mana setiap aktivitasnya harus didasarkan pada nilai-nilai kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab. Praktik manipulatif dalam pelaporan keuangan bertentangan langsung dengan nilai-nilai tersebut. Berdasarkan prinsip maqashid syariah, tindakan memanipulasi laporan keuangan tidak hanya mengganggu penjagaan terhadap harta (*hifz al-māl*), tetapi juga membahayakan akhlak dan integritas pelakunya.

Oleh karena itu, etika bisnis Islam menolak praktik manajemen laba yang bersifat manipulatif. Islam menuntut pelaporan keuangan yang jujur dan transparan

karena hal tersebut bukan hanya pertanggungjawaban kepada manusia, tetapi juga kepada Allah SWT. Dalam konteks ini, akuntansi syariah memiliki peran penting dalam menciptakan sistem pelaporan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan mencegah terjadinya praktik yang menyesatkan.

Berdasarkan temuan dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka penulis

memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi Bisnis dan Akuntan Muslim: Diharapkan dapat menjadikan nilai-nilai Islam sebagai fondasi utama dalam menyusun laporan keuangan, serta menjauhi praktik manipulatif seperti manajemen laba, meskipun dianggap sah secara hukum.
2. Bagi Lembaga Pendidikan Islam dan Ekonomi Syariah: Perlu adanya integrasi yang lebih kuat antara ilmu akuntansi dan nilai-nilai syariah agar mahasiswa dibekali bukan hanya keterampilan teknis, tetapi juga kepekaan etis dalam praktik bisnis.
3. Bagi Regulator dan Auditor Syariah: Diperlukan pengawasan dan sistem kontrol yang memperkuat penerapan akuntansi syariah dan mendorong transparansi dalam pelaporan keuangan berbasis Islam.
4. Untuk Penelitian Selanjutnya: Penelitian ini bersifat konseptual dan kualitatif. Oleh karena itu, penelitian mendatang disarankan untuk melakukan pendekatan empiris terhadap kasus manajemen laba dalam perusahaan syariah, agar ditemukan solusi yang lebih aplikatif dan menyeluruh.

Dengan adanya kesadaran dan pemahaman yang baik terhadap nilai-nilai etika bisnis Islam, diharapkan para pelaku bisnis mampu menjaga keberkahan harta, memperkuat akuntabilitas spiritual, serta membentuk ekosistem ekonomi yang adil dan bermartabat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan pembahasan mengenai *Etika Bisnis Islam dalam Konteks Perbankan Syariah* ini dengan baik.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan tulisan ini.

Terima kasih khusus penulis sampaikan kepada para dosen, pembimbing, serta rekan-rekan yang telah memberikan masukan, referensi, dan diskusi ilmiah yang konstruktif. Tidak lupa, apresiasi juga penulis tujukan kepada para peneliti dan akademisi yang telah menjadi rujukan dalam karya ini melalui berbagai jurnal, buku, dan publikasi yang sangat berharga.

Semoga pembahasan ini dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, serta menjadi kontribusi kecil dalam penguatan literasi dan implementasi etika bisnis Islam di Indonesia, khususnya dalam sektor perbankan syariah. Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. (2002). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Gema Insani.
- Syahdeini, S. R. (1999). *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Umam, K. (2009). *Perbankan Syariah: Prinsip, Praktik, dan Perkembangan di Indonesia*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yaya, R., Martawireja, M., & Abdurahim, A. (2013). *Akuntansi Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions). (2009). *Shari'ah Standards for Islamic Financial Institutions*. Bahrain: AAOIFI.
- Islamic Development Bank. (1973). *About the IDB Group*. Retrieved from <https://www.isdb.org>
- IRTI (Islamic Research and Training Institute). (2020). *Annual Report*. Retrieved from <https://irti.org>
- DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia). (2008). *Fatwa DSN-MUI No. 01 – No. 100 Tahun 2000–2008*. Jakarta: DSN-MUI.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Bank Indonesia. (2008). *Peraturan Bank Indonesia tentang Prinsip Syariah dalam Produk dan Jasa Perbankan*. Jakarta: BI.
- IFSB (Islamic Financial Services Board). (2005). *Guiding Principles of Risk*

- Management for Institutions (Other Than Insurance Institutions) Offering Only Islamic Financial Services.* Kuala Lumpur: IFSB.
- IIRA (Islamic International Rating Agency). (2010). *Corporate Governance Ratings Methodology*. Manama: IIRA.
- Safitri, Niken & Risanto, Yusuf. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra PT. Gudang Garam, Tbk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1), 1-10. jimfeb.ub.ac.id+1jimfeb.ub.ac.id+1
- Pitri, Alisya & Wahyuni, Fitri. (2025). Dampak Implementasi CSR terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Konsumen. *FISKAL: Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, 1(01), 21-26. ejournal.almusthofa.org
- Aryawan, Made & Rahyuda, I Ketut & Ekawati, Ni Wayan. (2020). Pengaruh Faktor Corporate Social Responsibility (Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan) terhadap Citra Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 9(1), 1-10. ojs.unud.ac.id+1ojs.unud.ac.id+1
- Budiarianto, Bayu. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan PT. PLN (Persero) (Studi pada Masyarakat Kota Malang yang Menggunakan Bank Sampah Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1), 1-10. jimfeb.ub.ac.id
- Kencana Sari, Made Diah & Kusuma, A.A. Gd. Agung Artha. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Word of Mouth yang Dimediasi oleh Citra Perusahaan di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 7(9), 1-10. ojs.unud.ac.id
- Ariwangsa, I Wayan & Mahyuni, Luh Putu. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kepuasan Nasabah, Citra Perusahaan, dan Ekuitas Merek terhadap Preferensi Merek Bank BPD Bali. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 1-10. journal.untar.ac.id
- Wijaya, Husni Falah. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PT. Pindad (Persero) di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 19(1), 1-10. journal.untar.ac.id
- Handayani, E. N. (2012). Analisis Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Membangun Corporate Reputation, Brand Equity, dan Social Equity Brand (Studi Kasus pada Merek Lifebuoy dari PT Unilever). *Universitas Indonesia, Jakarta*. journal.untar.ac.id
- Kotler, Philip & Lee, Nancy. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and YourCause*. Wiley. journal.untar.ac.id