

Hanief Monady, S.Th.I., M.Ag.
Arif Mubarak, S.E.I., M.E.
Muhammad Indra ZA., S.Kom.
Galih Ramadhani
Eka Darwanti

ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM ERA DIGITAL

Editor: Ali Sadikin, S.E., M.SI.

ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM ERA DIGITAL

Hanief Monady, dkk.



*Etika Bisnis Syariah
dalam
Era Digital*

ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM ERA DIGITAL

Penulis:

Hanief Monady, S.Th.I., M.Ag.

Arif Mubarok, S.E.I., M.E.

Muhammad Indra ZA, S.Kom.

Galih Ramadhani

Eka Darwanti

Editor: Ali Sadikin, S.E., M.SI.

Desain Cover:

Tim Penerbit

Diterbitkan oleh:

Penerbit Yayasan Zawayah Miftahus Shudur

Jl.Simpei Karuhai IVB, No.1B Palangka Raya

Email: zawayahmiftahusshudur@gmail.com,

HP.: 0812-5674-7070

ISBN: 978-623-99327-6-3

x + 89 halaman, Ukuran 14,5 x 21 cm

Cetakan pertama, Juli 2024

*Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku
tanpa izin penerbit.
Isi di luar tanggung jawab penerbit*

Etika Bisnis Syariah dalam Era Digital

Hanief Monady, S.Th.I., M.Ag.

Arif Mubarok, S.E.I., M.E.

Muhammad Indra ZA. S. Kom.

Galih Ramadhani

Eka Darwanti

Editor: Ali Sadikin, S.E., M.SI.



KATA PENGANTAR DEKAN

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga kita dapat menyusun dan menyelesaikan buku mengenai “Etika Bisnis Islam VS Era Digital”. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, saya merasa terhormat dapat memberikan kata pengantar untuk karya ini. Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, bisnis harus tetap berpegang teguh pada nilai-nilai etika yang kuat, khususnya dalam konteks Islam yang mengutamakan keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.

Pada masa kini, banyak perusahaan yang masih menghadapi tantangan serius terkait penerapan prinsip-prinsip etika dalam operasi bisnis mereka. Misalnya, kasus kebocoran data pelanggan yang kerap terjadi mengindikasikan kurangnya perhatian terhadap keamanan dan privasi digital. Selain itu, praktik-praktik pemasaran yang menyesatkan dan diskriminatif masih ditemukan, yang menunjukkan perlunya penegakan lebih ketat terhadap prinsip transparansi dan integritas. Melalui pembahasan ini, kita diajak untuk memahami bagaimana etika bisnis Islam dapat diterapkan dalam menghadapi tantangan-

tantangan tersebut, sehingga dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan.

Penerapan prinsip etika dalam bisnis digital tidak hanya membawa manfaat bagi perusahaan tetapi juga bagi masyarakat luas. Etika yang kuat membantu membangun kepercayaan antara perusahaan dan pelanggan, yang merupakan kunci keberhasilan jangka panjang. Selain itu, tanggung jawab sosial perusahaan dalam era digital menjadi semakin penting untuk menjawab isu-isu sosial dan lingkungan. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis digital, kita tidak hanya memenuhi tuntutan zaman tetapi juga mendapatkan keberkahan dan keridhaan Allah SWT.

Akhir kata, saya berharap pembahasan ini dapat menjadi referensi berharga bagi akademisi, praktisi bisnis, dan seluruh pihak yang terlibat dalam dunia bisnis. Semoga kita semua dapat mengimplementasikan prinsip-prinsip etika ini dalam kehidupan sehari-hari dan dalam setiap keputusan bisnis yang kita ambil. Dengan demikian, kita dapat membangun masa depan yang lebih baik, adil, dan berkelanjutan.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Palangka Raya

Dr. Hj. Hamidah, M.A.

KATA PENGANTAR PENULIS

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga kita dapat menyusun dan menyelesaikan buku mengenai “Etika Bisnis Islam VS Era Digital” ini. Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang berkembang pesat, penerapan prinsip etika dalam bisnis menjadi semakin krusial untuk menciptakan lingkungan usaha yang adil, transparan, dan berkelanjutan. Buku ini berusaha mengupas berbagai tantangan etika dalam bisnis, baik dari perspektif umum maupun dalam konteks Islam, serta menawarkan solusi yang komprehensif dan praktis.

Penerapan prinsip transparansi dan integritas dalam bisnis merupakan salah satu fondasi utama untuk membangun kepercayaan antara perusahaan dan pemangku kepentingannya. Dalam era digital, transparansi tidak hanya mencakup informasi tentang produk dan layanan tetapi juga melibatkan keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan perlindungan data pelanggan. Integritas mengharuskan perusahaan untuk bertindak jujur dan

bertanggung jawab, yang pada akhirnya akan meningkatkan reputasi dan loyalitas konsumen.

Selain itu, tanggung jawab sosial perusahaan menjadi semakin penting dalam menghadapi tantangan global seperti perubahan iklim, ketidaksetaraan sosial, dan krisis kesehatan. Bisnis yang mengadopsi tanggung jawab sosial tidak hanya berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, tetapi juga meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka sendiri. Prinsip keadilan dan kesetaraan dalam bisnis memastikan bahwa semua individu mendapatkan perlakuan yang adil dan kesempatan yang sama, yang esensial dalam menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif.

Kepemimpinan yang beretika menjadi kunci dalam mendorong penerapan nilai-nilai moral dalam setiap aspek bisnis. Pemimpin yang beretika mampu menginspirasi dan memotivasi karyawan untuk berperilaku sesuai dengan prinsip-prinsip etika yang tinggi, menciptakan budaya organisasi yang positif dan berintegritas. Dalam konteks bisnis Islam, penerapan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial menjadi lebih signifikan, mengingat tanggung jawab untuk tidak hanya mencapai keuntungan materi tetapi juga mendapatkan keberkahan dan keridhaan Allah SWT.

*Di era digital, etika jadi panduan
Nilai Islam mengarahkan setiap langkah dan tindakan
Keadilan dan kejujuran jadi mercusuar terang
Menjadi cahaya dalam bisnis yang penuh tantangan...*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
KATA PENGANTAR DEKAN.....	iii
KATA PENGANTAR PENULIS	v
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II LANDASAN TEORI ETIKA BISNIS ISLAM.....	3
A. Pengertian Etika.....	3
B. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam.....	8
BAB III TRANSFORMASI DIGITAL DAN BISNIS	19
A. Pengertian Transformasi Digital.....	19
B. Dampak Transformasi Digital pada Bisnis	23
BAB IV PENERAPAN PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DALAM ERA DIGITAL	38
A. Transparansi dan Integritas	38
B. Tanggung Jawab Sosial.....	43

C. Keadilan dan Kesetaraan	46
D. Kepemimpinan yang Beretika.....	50
BAB V STUDI KASUS DAN ANALISIS	54
A. Kasus Etika Bisnis Islam dalam Bisnis Digital..	54
B. Analisis Terhadap Praktik Bisnis Secara Etis	55
BAB VI TANTANGAN DAN SOLUSI.....	58
A. Tantangan Etis	58
B. Solusi Menghadapi Tantangan tersebut	67
BAB VII PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
DAFTAR REFERENSI.....	79
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

Mengapa Etika Bisnis Islam dalam Era Digital? Pertanyaan mengapa Etika Bisnis Islam relevan dalam era digital mungkin terlintas di benak banyak orang. Namun, untuk memahami pentingnya konteks ini, perlu dipahami bahwa Islam bukan hanya agama, tetapi juga sistem lengkap yang mencakup aspek-aspek kehidupan manusia, termasuk ekonomi dan bisnis. (Syarifuddin dan Sakti 2021:211) Sebagai agama yang mengatur seluruh aspek kehidupan, Islam menawarkan kerangka kerja yang kokoh untuk mengelola bisnis secara etis, termasuk dalam era digital yang terus berkembang pesat ini. Selain itu, bisnis digital tidak terbatas pada satu wilayah geografis atau kelompok demografis tertentu. Bisnis digital memiliki cakupan global dan dapat mempengaruhi berbagai komunitas dan masyarakat (Kamal dan Rafiah 2021:77), termasuk umat Islam di seluruh dunia. Oleh karena itu, penerapan Etika Bisnis Islam dalam bisnis digital tidak hanya relevan untuk pemilik bisnis Muslim, tetapi juga untuk semua pelaku bisnis yang ingin mengadopsi pendekatan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab dalam berbisnis. Tujuan utama dari buku ini adalah untuk menyajikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami etika bisnis Islam dalam konteks era digital. Akan dijelaskan prinsip-prinsip dasar etika

bisnis Islam, menganalisis dampak transformasi digital terhadap praktik bisnis, dan menyajikan studi kasus serta strategi untuk menghadapi tantangan etika yang muncul dalam bisnis digital.

Buku ini diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi bagi praktisi bisnis, akademisi, dan pemikir etika untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis mereka, sehingga menciptakan lingkungan bisnis yang lebih beretika dan berkelanjutan. Kami juga berharap dapat membuka dialog yang lebih luas tentang pentingnya etika dalam bisnis digital, serta mengilhami pembaca untuk mempertimbangkan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam dalam praktik bisnis mereka. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai etika Islam dalam bisnis digital, kita dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih berkelanjutan, adil, dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat. Terima kasih atas minat dan dukungan Anda terhadap buku ini. Kami berharap buku ini dapat menjadi sumber pengetahuan yang berharga dan memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan bisnis yang beretika di era digital yang terus berkembang pesat.

BAB II

LANDASAN TEORI ETIKA BISNIS ISLAM

A. Pengertian Etika

Etika adalah cabang filsafat yang berkaitan dengan studi tentang apa yang dianggap baik dan buruk, benar dan salah, dan prinsip moral yang mengarahkan perilaku manusia. (Fatma dkk. 2023:151) Secara umum, etika mencakup berbagai sistem nilai dan standar yang memandu individu atau kelompok dalam membuat keputusan moral dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai tersebut.

Menurut beberapa tokoh, maka ada beberapa tokoh yang memberikan definisi etika dalam perkembangan sejarahnya. Aristoteles mengajarkan bahwa etika berkaitan dengan pengembangan karakter dan kebajikan individu. Dalam karyanya “Nicomachean Ethics” ia menekankan pentingnya mencapai eudaimonia (kebahagiaan atau kesejahteraan) melalui kehidupan yang berkeutamaan. Kebajikan adalah titik tengah antara dua ekstrem (misalnya, keberanian adalah kebajikan yang terletak di antara pengecutan dan kecerobohan). (Aristoteles dan Astuti t.t.)

Immanuel Kant menekankan bahwa etika didasarkan pada kewajiban dan aturan moral yang berlaku universal. Dalam bukunya “Groundwork for

the *Metaphysics of Morals*,” ia mengemukakan Prinsip Imperatif Kategoris, yang menyatakan bahwa kita harus bertindak hanya sesuai dengan prinsip yang dapat kita kehendaki menjadi hukum universal. Ini berarti tindakan dinilai baik jika dilakukan dari niat yang benar dan memenuhi kewajiban moral. (Kant 2005)

Jeremy Bentham dan John Stuart Mill adalah pelopor dari teori utilitarianisme, yang menilai tindakan berdasarkan konsekuensi yang dihasilkan. Menurut mereka, tindakan yang benar adalah yang menghasilkan “kebahagiaan terbesar bagi jumlah orang terbanyak”. Bentham menekankan perhitungan kuantitatif dari kebahagiaan (hedonisme), sementara Mill memperkenalkan aspek kualitatif, membedakan antara kesenangan yang lebih tinggi dan lebih rendah. (Mill 2020)

David Hume berpendapat bahwa moralitas lebih didasarkan pada perasaan dan emosi daripada alasan. Dalam “*A Treatise of Human Nature*,” ia menulis bahwa penilaian moral berasal dari simpati dan perasaan kita terhadap tindakan dan karakter orang lain, bukan dari deduksi logis atau prinsip rasional. (Wright 2009:xiii)

John Rawls mengembangkan teori keadilan sebagai kejujuran (*justice as fairness*) dalam bukunya “*A Theory of Justice*”. Ia mengajukan prinsip-prinsip keadilan yang akan dipilih oleh individu di bawah

“tirai ketidaktahuan” (*veil of ignorance*), sebagaimana dikutip dari Kukathas, di mana mereka tidak tahu posisi mereka dalam masyarakat. Prinsip-prinsip ini termasuk kebebasan dasar yang sama dan distribusi sosial-ekonomi yang mendukung yang paling kurang beruntung. (Kukathas 2002:139)

Dalam bukunya “After Virtue,” Alasdair MacIntyre mengkritik modernitas dan menekankan pentingnya konteks sosial dan tradisi dalam pengembangan kebajikan. Ia berpendapat, sebagaimana disampaikan oleh Thompson, bahwa moralitas harus dipahami dalam kerangka komunitas dan narasi yang memberikan makna pada kehidupan dan tindakan kita. (Thompson 2017:43)

Dalam Islam, etika atau akhlak memiliki peran yang sangat penting dan diatur secara menyeluruh dalam ajaran agama. Berikut adalah pemahaman tentang etika menurut beberapa ahli dan cendekiawan Islam.

Al-Ghazali, seorang teolog dan filsuf Islam terkenal, dalam karyanya seperti “Ihya’ Ulum al-Din,” menekankan bahwa etika (akhlak) adalah inti dari agama Islam. Menurutnya, tujuan utama dari ajaran Islam adalah penyucian jiwa dan perbaikan akhlak. Ia mengajarkan bahwa tindakan moral harus didasarkan pada niat yang tulus (ikhlas) dan pengetahuan yang benar tentang apa yang baik dan buruk sesuai dengan petunjuk Al-Quran dan Sunnah. (Al-Ghazali 2014)

Ibn Miskawayh, seorang filsuf Persia, dalam bukunya “Tahdzib al-Akhlaq” (Penyucian Akhlak), menekankan bahwa etika adalah ilmu yang mempelajari bagaimana manusia dapat mencapai kebahagiaan sejati melalui pengembangan kebajikan. Ia berpendapat bahwa kebajikan adalah kualitas jiwa yang memungkinkan seseorang untuk bertindak sesuai dengan rasio dan moralitas. Miskawayh menggabungkan ajaran Islam dengan filosofi Yunani, terutama Aristoteles, dalam penjelasannya tentang etika. (Dja’far dan Yunus t.t.:146)

Ibnu Qayyim, dalam karyanya seperti “Madarij Al-Salikin”, menekankan pentingnya akhlak dalam kehidupan seorang Muslim. Ia mengajarkan bahwa akhlak yang baik adalah refleksi dari iman yang benar dan hubungan yang erat dengan Allah. Ibnu Qayyim juga menjelaskan bahwa akhlak yang baik mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk kejujuran, kesabaran, kerendahan hati, dan kasih sayang. (Manaanu dkk. 2021)

Al-Farabi, seorang filsuf dan ahli logika, menghubungkan etika dengan politik dan filsafat. Dalam karyanya “Ara Ahl al-Madinah al-Fadilah”, sebagaimana disampaikan oleh Muttaqin, ia berpendapat bahwa masyarakat yang ideal adalah yang dipimpin oleh orang-orang yang memiliki kebajikan dan pengetahuan. Ia mengajarkan bahwa etika harus diterapkan dalam konteks sosial dan

politik untuk mencapai kehidupan yang adil dan harmonis.(Muttaqin dan Syamsiyani 2022)

Murtadha Mutahhari, seorang ulama dan cendekiawan kontemporer dari Iran, dalam karyanya tentang etika Islam, menekankan pentingnya moralitas yang bersumber dari ajaran Al-Quran dan Sunnah. Ia menekankan bahwa etika Islam adalah komprehensif, mencakup semua aspek kehidupan manusia, dari hubungan pribadi hingga tanggung jawab sosial. Mutahhari juga menekankan bahwa tujuan akhir dari etika Islam adalah mendekatkan diri kepada Allah dan mencapai kebahagiaan yang abadi di akhirat.(Muthahhari 2009:9)

Berikut beberapa pengertian etika dari berbagai perspektif.

1. Etika Normatif

Membahas prinsip-prinsip yang menentukan tindakan apa yang dianggap benar atau salah. Ini mencakup teori-teori seperti utilitarianisme (yang menilai tindakan berdasarkan hasil terbaik untuk jumlah orang terbanyak), deontologi (yang menekankan kewajiban dan aturan moral), dan etika kebajikan (yang berfokus pada karakter dan kebajikan individu).(Bertens 1993:17)

2. Etika Deskriptif

Mengkaji dan menjelaskan bagaimana orang berpikir tentang dan mempraktikkan etika dalam

kehidupan nyata. Ini adalah pendekatan empiris yang sering digunakan dalam antropologi, sosiologi, dan psikologi.(Bakar dan Qomariah 2023:76)

3. Metaetika

Menyelidiki asal usul dan makna konsep-konsep etika. Ini mencakup pertanyaan-pertanyaan seperti “Apa arti dari ‘baik?’” dan “Apakah nilai moral itu objektif atau subjektif?”(Bertens 1993:19)

4. Etika Terapan

Menggunakan teori-teori etika untuk memecahkan masalah-masalah praktis dan spesifik. Contohnya adalah etika medis, etika bisnis, etika lingkungan, dan etika teknologi.(Bertens 1993:270)

B. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Prinsip dasar merujuk pada aturan-aturan fundamental atau keyakinan mendasar yang menjadi landasan bagi suatu sistem, teori, atau praktek. Prinsip-prinsip ini berfungsi sebagai pedoman umum yang membimbing tindakan, keputusan, dan pemahaman dalam berbagai konteks. Prinsip dasar etika bisnis merujuk pada aturan-aturan fundamental yang harus diikuti oleh perusahaan dan individu dalam lingkungan bisnis untuk memastikan bahwa tindakan mereka adalah etis dan bertanggung jawab. Prinsip-prinsip ini menyediakan kerangka kerja yang membantu perusahaan mengarahkan perilaku mereka

terhadap karyawan, pelanggan, pemasok, pemegang saham, dan masyarakat luas.

Salah satu prinsip dasar etika bisnis adalah kejujuran dan transparansi. Kejujuran dalam bisnis berarti memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan, baik kepada pelanggan, karyawan, maupun mitra bisnis. Transparansi berarti bahwa perusahaan harus terbuka dalam operasi dan keputusan mereka, memberikan akses informasi yang cukup kepada pemangku kepentingan agar mereka dapat membuat keputusan yang informatif. (Hamdan 2023:133)

Prinsip lain yang sangat penting adalah tanggung jawab sosial. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan mereka. Ini termasuk mematuhi hukum dan peraturan, menjaga lingkungan, memberikan kondisi kerja yang adil dan aman bagi karyawan, serta berkontribusi positif kepada komunitas lokal. Tanggung jawab sosial menekankan bahwa bisnis harus beroperasi dengan cara yang berkelanjutan dan etis, memastikan bahwa tindakan mereka tidak merugikan masyarakat dan lingkungan, tetapi sebaliknya, memberikan manfaat jangka panjang. (Limberg dkk. 2009)

Prinsip dasar etika bisnis Islam berakar pada ajaran-ajaran Al-Quran dan Sunnah, yang

memberikan panduan komprehensif tentang bagaimana individu dan organisasi harus berperilaku dalam konteks bisnis. Prinsip-prinsip ini menekankan keadilan, kejujuran, tanggung jawab sosial, dan kesejahteraan bersama, serta menolak praktik yang merugikan atau eksploitatif. Dengan mengikuti etika bisnis Islam, perusahaan tidak hanya mencari keuntungan material tetapi juga bertujuan untuk mencapai kesejahteraan spiritual dan sosial.

Salah satu prinsip utama dalam etika bisnis Islam adalah kejujuran (*sidq*) dan transparansi (*nazar*). Dalam Islam, kejujuran adalah salah satu nilai paling penting yang harus dijunjung tinggi dalam semua aspek kehidupan, termasuk bisnis. Pengusaha Muslim diharapkan untuk selalu berkata jujur dan transparan dalam semua transaksi bisnis mereka. Hal ini mencakup memberikan informasi yang benar mengenai produk atau layanan, menghindari penipuan, dan tidak menyembunyikan cacat atau kekurangan. Transparansi ini membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli serta memastikan adanya transaksi yang adil dan jelas.

Prinsip kejujuran dan transparansi dalam bisnis adalah kewajiban untuk menyampaikan informasi secara benar dan terbuka kepada semua pihak yang terlibat. Kejujuran berarti menghindari segala bentuk penipuan, manipulasi, atau penyembunyian fakta. Dalam praktik bisnis, ini mencakup berbagai aspek seperti memberikan informasi produk yang akurat,

jujur dalam komunikasi dengan pelanggan, serta melaporkan keuangan secara benar. Kejujuran membangun kepercayaan antara bisnis dan pemangku kepentingannya, yang merupakan landasan penting untuk hubungan jangka panjang yang sukses dan harmonis.

Transparansi, di sisi lain, menuntut keterbukaan dalam proses bisnis dan pengambilan keputusan. Ini berarti bahwa perusahaan harus memberikan akses informasi yang memadai kepada pemangku kepentingan, seperti karyawan, pemegang saham, dan pelanggan, agar mereka dapat membuat keputusan yang informatif. Transparansi mencakup pelaporan keuangan yang jelas, pengungkapan risiko bisnis, dan komunikasi yang terbuka tentang kebijakan dan perubahan yang mungkin mempengaruhi berbagai pihak. Dengan transparansi, perusahaan menciptakan lingkungan yang lebih dapat dipercaya dan mengurangi risiko terjadinya kesalahpahaman atau dugaan perilaku tidak etis. Kejujuran dan transparansi bersama-sama menciptakan fondasi yang kuat untuk integritas dan kepercayaan dalam dunia bisnis.

Allah SWT berfirman dalam surah Al Baqarah ayat 42,

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكُنُوا الْحَقَّ وَانْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Dan janganlah kamu campur-adukkan kebenaran dengan kebatilan dan (janganlah) kamu sembunyikan kebenaran,

sedangkan kamu mengetahuinya.”(Kementerian Agama Republik Indonesia 2021:7)

Pada surah Al Isra ayat 35, Allah SWT juga berfirman,

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَرَثًا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”(Kementerian Agama Republik Indonesia 2021:285)

Nabi Muhammad SAW bersabda sebagaimana diriwayatkan oleh Al Bukhari dan Muslim, (Ja’fi 1987)

حَدَّثَنَا عُثْمَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا جَرِيرٌ عَنْ مَنْصُورٍ عَنْ أَبِي وَائِلٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ : عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ (إِنْ الصِّدْقُ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَصْدُقُ حَتَّى يَكُونَ صِدِّيقًا وَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكُذِبُ حَتَّى يَكْتُوبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا).

“Sesungguhnya kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan membawa kepada surga. Dan seseorang yang selalu berlaku jujur dan berusaha jujur akan ditulis di sisi Allah sebagai seorang yang jujur. Dan sesungguhnya kebohongan membawa kepada keburukan, dan keburukan membawa kepada neraka. Dan seseorang yang berlaku bohong dan

senantiasa berbohong akan ditulis di sisi Allah sebagai seorang yang bohong.”

Prinsip keadilan (*adl*) juga merupakan dasar penting dalam etika bisnis Islam. Keadilan dalam konteks bisnis berarti memperlakukan semua pihak dengan adil dan tidak memihak. Ini mencakup praktik-praktik seperti menetapkan harga yang adil, membayar upah yang adil kepada karyawan, dan tidak melakukan monopoli atau manipulasi pasar. Islam melarang segala bentuk ketidakadilan dan eksploitasi, dan mendorong perlakuan yang adil terhadap semua orang, termasuk konsumen, karyawan, dan mitra bisnis.

Prinsip keadilan menekankan perlakuan yang adil dan setara terhadap semua pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Ini mencakup menetapkan harga yang wajar, memberikan upah yang adil kepada karyawan, dan memastikan bahwa semua transaksi dilakukan tanpa penipuan atau eksploitasi. Keadilan berarti memperlakukan pelanggan, pemasok, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya dengan integritas dan fairness, tanpa diskriminasi atau ketidakadilan. Prinsip ini berakar pada ajaran Al-Quran dan Sunnah, yang mengajarkan bahwa keadilan adalah fondasi utama dalam semua aspek kehidupan, termasuk bisnis, untuk menciptakan kesejahteraan sosial dan harmoni yang berkelanjutan.

Allah SWT berfirman pada surah Al Ma'idah ayat 8,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَانُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu menjadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”(Kementerian Agama Republik Indonesia 2021:108)

Nabi Muhammad SAW bersabda tentang keadilan ini, sebagaimana diriwayatkan oleh Muslim,(Naisaburi t.t.)

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ وَرُهِيرُ بْنُ حَرْبٍ وَابْنُ نُمَيْرٍ قَالُوا حَدَّثَنَا سُفْيَانُ بْنُ عُيَيْنَةَ عَنْ عَمْرِو - يَعْنِي ابْنَ دِينَارٍ - عَنْ عَمْرِو بْنِ أَوْسٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو قَالَ ابْنُ نُمَيْرٍ وَأَبُو بَكْرِ يَبْلُغُ بِهِ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَفِي حَدِيثِ رُهِيرٍ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (إِنَّ الْمُقْسِطِينَ عِنْدَ اللَّهِ عَلَىٰ مَنَابِرَ مِنْ نُورٍ عَنْ يَمِينِ الرَّحْمَنِ عَزَّ وَجَلَّ وَكِلْتَا يَدَيْهِ يَمِينُ الَّذِينَ يَعْدِلُونَ فِي حُكْمِهِمْ وَأَهْلِيهِمْ وَمَا وَلُوا) .

“Sesungguhnya orang-orang yang berlaku adil di sisi Allah akan ditempatkan di mimbar-mimbar dari cahaya di sebelah kanan Allah Yang Maha Penyayang, baik kedua tangan-Nya adalah kanan. Mereka adalah orang-orang yang adil dalam keputusan mereka, adil terhadap keluarga mereka dan apa yang mereka pimpin.”

Selain itu, tanggung jawab sosial dan kesejahteraan umum (*maslahah*) adalah prinsip kunci dalam etika bisnis Islam. Pengusaha Muslim diharapkan untuk menjalankan bisnis mereka dengan cara yang tidak hanya menguntungkan mereka sendiri tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan. Ini termasuk berkontribusi kepada kesejahteraan sosial melalui kegiatan filantropi, menjaga kelestarian lingkungan, dan memastikan bahwa kegiatan bisnis tidak merugikan masyarakat. Konsep zakat, sebagai salah satu rukun Islam, adalah contoh konkret dari tanggung jawab sosial dalam bisnis Islam, di mana sebagian dari keuntungan digunakan untuk membantu mereka yang membutuhkan.

Prinsip ini menekankan bahwa bisnis tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga harus berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Prinsip ini mengharuskan perusahaan untuk mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan mereka, serta berkomitmen untuk melakukan praktik bisnis yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi masyarakat

luas. Ini mencakup praktik-praktik seperti memberikan kondisi kerja yang baik dan upah yang adil, mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, serta berpartisipasi dalam kegiatan filantropi dan program-program pembangunan sosial.

Allah SWT berfirman pada surah Al Baqarah ayat 177,

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ
وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ
وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى
وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي
الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ
إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ
الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

“Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi, dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan), dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan, dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang

bertakwa.”(Kementerian Agama Republik Indonesia 2021:27)

Nabi Muhammad SAW bersabda,(Qadha’i 1986)

أَخْبَرَنَا عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ عُمَرَ الصَّقَّارِيُّ حَدَّثَنَا أَبُو سَعِيدٍ
أَحْمَدُ بْنُ مُحَمَّدِ بْنِ زِيَادِ بْنِ الْأَعْرَابِيِّ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ
عَبْدِ اللَّهِ الْحَضْرَمِيِّ حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ بَهْرَامٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ
الْمَلِكِ بْنُ أَبِي كَرِيمَةَ عَنْ بِنِ جَرِيحٍ عَنْ عَطَاءٍ عَنْ
جَابِرٍ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (خَيْرُ
النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ).

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia (lainnya).”

Maslahah atau kesejahteraan umum mengajarkan bahwa keputusan bisnis harus membawa manfaat yang luas dan mencegah kerugian bagi masyarakat. Prinsip ini mencakup memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan aman dan bermanfaat bagi konsumen, serta mendukung perkembangan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dalam konteks Islam, prinsip ini juga terkait dengan konsep zakat, di mana sebagian dari keuntungan bisnis digunakan untuk membantu mereka yang kurang beruntung dan mendukung kesejahteraan sosial secara keseluruhan.

Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Baqarah ayat 195,

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ
وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

“Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan dengan tangan sendiri, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”.(Kementerian Agama Republik Indonesia 2021:30)

Nabi Muhammad SAW bersabda dalam Riwayat Al-Bukhari,(Ja’fi 1987)

حَدَّثَنَا مُسَدَّدٌ قَالَ حَدَّثَنَا يَحْيَى عَنْ شُعْبَةَ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ
أَنَسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
وَعَنْ حُسَيْنِ الْمَعْلَمِ قَالَ : عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
وَسَلَّمَ قَالَ (لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ
لِنَفْسِهِ).

“Tidaklah beriman seseorang di antara kamu sehingga dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri.”

BAB III

TRANSFORMASI DIGITAL DAN BISNIS

A. Pengertian Transformasi Digital

Transformasi adalah proses perubahan signifikan yang mengubah bentuk, struktur, fungsi, atau karakter sesuatu. Dalam konteks organisasi atau bisnis, transformasi sering kali merujuk pada upaya menyeluruh untuk mengubah cara kerja, budaya, dan operasional perusahaan guna meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing. Transformasi bisa melibatkan berbagai aspek, seperti adopsi teknologi baru, perubahan model bisnis, restrukturisasi organisasi, atau pengembangan kemampuan baru. Tujuan utama dari transformasi adalah untuk mencapai peningkatan berkelanjutan dan beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah. (Rachmad dkk. 2024)

Dalam konteks pribadi, transformasi mengacu pada perubahan mendalam dalam kehidupan seseorang, baik dari segi pola pikir, sikap, maupun perilaku. Proses ini biasanya dipicu oleh pengalaman penting, pembelajaran baru, atau refleksi diri yang mendalam. Transformasi pribadi dapat membawa peningkatan kualitas hidup, kepuasan diri, dan hubungan yang lebih baik dengan orang lain. Pada intinya, transformasi adalah tentang evolusi dan peningkatan, baik itu dalam skala individu maupun

organisasi, dengan fokus pada pencapaian potensi penuh dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan.

Pengertian transformasi dapat bervariasi tergantung pada konteksnya, tetapi beberapa ahli dari berbagai bidang telah memberikan definisi dan pandangan yang membantu menjelaskan konsep ini secara lebih mendalam. Peter Drucker, seorang pakar manajemen, sebagaimana dikutip oleh Pasaribu dan Widjaja, menyatakan bahwa “transformasi bisnis” adalah perubahan mendasar yang mengubah cara kerja suatu perusahaan, termasuk proses, struktur, dan budaya organisasi. Menurutnya, transformasi diperlukan untuk mempertahankan relevansi dan daya saing dalam lingkungan bisnis yang berubah cepat. (Pasaribu dan Widjaja 2020) John P. Kotter, seorang ahli manajemen perubahan, mendefinisikan transformasi sebagai proses yang lebih luas daripada perubahan biasa. Menurut Kotter, sebagaimana disampaikan oleh Auliana dan Nuraisah, transformasi melibatkan perubahan signifikan dalam arah strategi dan implementasi perubahan secara menyeluruh dalam organisasi. Ini sering kali memerlukan perubahan budaya, sistem, dan struktur organisasi untuk mencapai tujuan yang lebih besar. (Auliana dan Nuraisah 2020)

Jack Mezirow, seorang ahli dalam bidang pendidikan dewasa, memperkenalkan konsep “Transformative Learning” yang berarti proses di mana individu mengubah kerangka acuan mereka

melalui refleksi kritis, sehingga memungkinkan perubahan dalam perspektif dan perilaku. Transformasi ini melibatkan pemahaman yang lebih dalam tentang diri sendiri dan dunia di sekitar, yang kemudian mengarah pada perubahan dalam tindakan dan kehidupan. (Sirimorok 2020:43)

Transformasi digital adalah proses integrasi teknologi digital ke dalam semua aspek bisnis atau organisasi, yang secara fundamental mengubah cara mereka beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan. (Syafi'i, Brawijaya, dan Hakim 2023) Proses ini melibatkan adopsi teknologi baru, perubahan budaya organisasi, serta inovasi dalam produk, layanan, dan model bisnis. Tujuannya adalah untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki pengalaman pelanggan, dan menciptakan peluang baru yang sebelumnya tidak mungkin tercapai dengan cara konvensional.

Transformasi digital menggunakan beberapa elemen utama, yaitu tentu saja teknologi digital, perubahan proses bisnis menjadi bisnis digital, dukungan pemimpin, interaksi dengan pelanggan secara digital, dan model bisnis digital.

George Westerman, sebagaimana disampaikan oleh Ruditho, mendefinisikan transformasi digital sebagai “penggunaan teknologi untuk secara radikal meningkatkan kinerja atau jangkauan perusahaan.” Menurutnya, transformasi digital bukan hanya tentang

teknologi itu sendiri, tetapi tentang bagaimana teknologi dapat digunakan untuk mencapai hasil bisnis yang signifikan dan berkelanjutan. (Rudito 2017) David Rogers, dalam bukunya “The Digital Transformation Playbook,” mendefinisikan transformasi digital sebagai “proses mengadopsi teknologi digital untuk merancang ulang model bisnis dan mengubah operasi, produk, dan interaksi dengan pelanggan untuk menghasilkan nilai baru dan keuntungan kompetitif”. (Utoyo 2020:45) Rogers menyoroti pentingnya teknologi digital dalam menciptakan peluang baru dan meningkatkan efisiensi bisnis.

Dalam Islam, konsep transformasi atau perubahan menuju kebaikan sangat ditekankan. Al-Quran dan hadis mengandung banyak ajaran yang mendorong umat untuk terus memperbaiki diri dan lingkungan sekitar mereka. Allah SWT berfirman dalam surah Al-Ra’d ayat 11,

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”. (Kementerian Agama Republik Indonesia 2021:250)

B. Dampak Transformasi Digital pada Bisnis

Transformasi digital dalam bisnis membawa berbagai dampak positif yang signifikan. Berikut adalah beberapa dampak positif utama dari transformasi digital:

1. Peningkatan Efisiensi Operasional

Efisiensi operasional merujuk pada kemampuan suatu organisasi untuk melakukan kegiatan operasionalnya dengan cara yang paling efisien dan efektif mungkin. Ini melibatkan optimalisasi proses bisnis, alokasi sumber daya yang tepat, dan penggunaan teknologi yang tepat guna untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dengan efisiensi operasional yang tinggi, perusahaan dapat mengurangi pemborosan, meningkatkan produktivitas, dan menghasilkan lebih banyak output dengan biaya yang lebih rendah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan profitabilitas dan daya saing perusahaan.

Transformasi digital memungkinkan otomatisasi proses bisnis, yang mengurangi waktu dan usaha yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas-tugas rutin. Teknologi seperti *Robotic Process Automation* (RPA), kecerdasan buatan (AI), dan *cloud computing* dapat meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan.

2. Peningkatan Pengalaman Pelanggan

Pengalaman pelanggan adalah interaksi keseluruhan antara pelanggan dan suatu perusahaan atau merek selama seluruh siklus hidup pembelian. Hal ini mencakup setiap titik kontak mulai dari pertama kali pelanggan mengetahui produk atau layanan hingga setelah pembelian, termasuk penggunaan produk, dukungan pelanggan, dan interaksi pasca-penjualan. Pengalaman pelanggan yang baik melibatkan pengenalan kebutuhan pelanggan, penyediaan solusi yang relevan, komunikasi yang jelas, serta penanganan yang responsif terhadap masalah atau pertanyaan pelanggan. Menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mengurangi tingkat *churn*, dan memperkuat citra merek secara keseluruhan.

Teknologi digital memungkinkan bisnis untuk menawarkan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan responsif. Melalui analisis data pelanggan, bisnis dapat memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan lebih baik, sehingga dapat menawarkan layanan dan produk yang lebih sesuai.

3. Peningkatan Inovasi dan Fleksibilitas

Inovasi adalah kemampuan suatu organisasi untuk menciptakan ide baru, produk baru, atau proses baru yang memberikan nilai tambah kepada

pelanggan atau memberikan keunggulan kompetitif. Fleksibilitas, di sisi lain, mengacu pada kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, teknologi, atau kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efektif. Kombinasi inovasi dan fleksibilitas memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan pasar dengan menciptakan solusi baru atau menyesuaikan produk, layanan, atau proses mereka sesuai kebutuhan. Ini memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang terus berubah, serta memungkinkan mereka untuk memenuhi ekspektasi pelanggan yang berkembang dan menghasilkan nilai tambah yang berkelanjutan.

Transformasi digital mendorong inovasi dengan membuka jalan bagi pengembangan produk dan layanan baru. Bisnis yang mengadopsi teknologi digital dapat dengan cepat beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan, memberikan mereka keunggulan kompetitif.

4. Penghematan Biaya

Biaya dalam bisnis mengacu pada semua pengeluaran atau pengorbanan sumber daya yang diperlukan untuk menghasilkan barang atau layanan. Ini mencakup biaya produksi, biaya operasional, biaya pemasaran, biaya administrasi, dan biaya lainnya yang terkait dengan menjalankan operasi bisnis. Pengelolaan biaya merupakan aspek penting dalam

strategi bisnis, karena pengurangan biaya yang tidak perlu atau tidak efisien dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan dan meningkatkan daya saing. Analisis biaya juga membantu perusahaan dalam membuat keputusan strategis, seperti penetapan harga produk, alokasi sumber daya, dan identifikasi peluang untuk efisiensi dan penghematan biaya.

Otomatisasi dan penggunaan teknologi digital dapat mengurangi biaya operasional. Misalnya, penggunaan *cloud computing* dapat mengurangi biaya infrastruktur IT, sementara otomatisasi proses bisnis dapat mengurangi kebutuhan tenaga kerja manual.

5. Pengambilan Keputusan Berbasis Data

Keputusan bisnis adalah proses pemilihan di antara berbagai alternatif tindakan yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu dalam konteks aktivitas bisnis. Ini melibatkan evaluasi berbagai faktor seperti risiko, keuntungan, biaya, dan dampak lingkungan, serta penerapan penilaian rasional untuk memilih solusi yang paling sesuai dengan kebutuhan dan tujuan perusahaan. Keputusan bisnis dapat mencakup berbagai area, termasuk strategi pemasaran, manajemen operasional, investasi keuangan, pengembangan produk, sumber daya manusia, dan pengembangan teknologi, dan memainkan peran kunci dalam menentukan arah dan kesuksesan jangka panjang perusahaan.

Dengan transformasi digital, bisnis dapat mengumpulkan dan menganalisis data dalam jumlah besar untuk mendapatkan wawasan yang mendalam. Analisis data ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat dan strategi bisnis yang lebih efektif.

6. Peningkatan Keamanan dan Kepatuhan

Keamanan dan kepatuhan dalam bisnis mengacu pada dua aspek kunci yang penting untuk menjaga integritas dan kesinambungan operasional perusahaan. Keamanan berkaitan dengan perlindungan aset perusahaan, baik itu informasi sensitif, infrastruktur teknologi, atau sumber daya manusia, dari ancaman internal dan eksternal seperti kebocoran data, serangan siber, atau kejahatan korporasi. Di sisi lain, kepatuhan berkaitan dengan ketaatan perusahaan terhadap berbagai peraturan, undang-undang, dan standar yang berlaku, baik itu terkait dengan privasi data, lingkungan, atau kesehatan dan keselamatan kerja. Bersama-sama, keamanan dan kepatuhan membantu perusahaan untuk menjaga reputasi mereka, meminimalkan risiko hukum dan keuangan, dan membangun kepercayaan dengan pelanggan, mitra, dan pemangku kepentingan lainnya.

Teknologi digital dapat meningkatkan keamanan data dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Solusi keamanan canggih seperti

enkripsi data, deteksi intrusi, dan manajemen identitas dapat melindungi bisnis dari ancaman *cyber*.

7. Kolaborasi yang Lebih Baik

Kolaborasi bisnis adalah kerjasama antara dua atau lebih organisasi atau individu untuk mencapai tujuan bersama yang saling menguntungkan. Ini melibatkan pertukaran sumber daya, pengetahuan, atau keterampilan untuk menciptakan nilai tambah yang lebih besar daripada yang dapat dicapai secara independen. Kolaborasi bisnis dapat berupa kemitraan strategis, aliansi, jaringan bisnis, atau proyek bersama, dan dapat terjadi di berbagai bidang seperti penelitian dan pengembangan, pemasaran, distribusi, atau pengembangan produk. Melalui kolaborasi, organisasi dapat memperluas jangkauan mereka, memanfaatkan keahlian dan sumber daya tambahan, serta meningkatkan inovasi dan daya saing mereka di pasar.

Platform digital memungkinkan kolaborasi yang lebih efektif di antara tim yang bekerja di lokasi yang berbeda. Alat kolaborasi seperti *Microsoft Teams*, *Slack*, dan *platform* manajemen proyek memungkinkan komunikasi dan koordinasi yang lebih baik, meningkatkan produktivitas tim.

8. Pengembangan Produk dan Layanan Baru

Produk dalam bisnis merujuk pada barang atau layanan yang dihasilkan atau ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan sebagai solusi untuk

memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Produk ini dapat berupa barang fisik seperti pakaian, elektronik, atau peralatan rumah tangga, atau dapat berupa layanan seperti konsultasi profesional, pelayanan kesehatan, atau platform digital. Kualitas, fitur, harga, dan pengalaman pengguna adalah beberapa faktor penting yang mempengaruhi penerimaan dan keberhasilan produk di pasar.

Transformasi digital membuka peluang untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang didasarkan pada teknologi digital. Contohnya termasuk layanan streaming, aplikasi *mobile*, dan *platform e-commerce* yang menawarkan nilai tambah baru kepada pelanggan.

9. Meningkatkan Kepuasan dan Retensi Pelanggan

Kepuasan pelanggan merujuk pada tingkat kepuasan atau kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan produk atau layanan perusahaan. Hal ini dipengaruhi oleh sejauh mana produk atau layanan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan serta pengalaman keseluruhan dalam berinteraksi dengan perusahaan. Retensi pelanggan mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan membangun hubungan yang kuat, memberikan layanan yang unggul, dan memenuhi kebutuhan mereka secara konsisten. Dengan

memprioritaskan kepuasan pelanggan dan memastikan pengalaman yang positif, perusahaan dapat meningkatkan tingkat retensi pelanggan, memperpanjang umur pelanggan, dan menciptakan loyalitas yang kuat. Peningkatan retensi pelanggan seringkali lebih efisien dan lebih menguntungkan secara finansial daripada mencari pelanggan baru, karena pelanggan yang sudah ada cenderung melakukan pembelian lebih banyak dan menjadi advokat merek yang setia.

Pengalaman pelanggan yang ditingkatkan melalui transformasi digital dapat meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan interaksi mereka dengan bisnis lebih cenderung untuk tetap setia dan merekomendasikan bisnis tersebut kepada orang lain.

10. Akses ke Pasar Baru

Transformasi digital memungkinkan bisnis untuk menjangkau pasar baru yang sebelumnya tidak terjangkau. *E-commerce*, pemasaran digital, dan platform media sosial memungkinkan bisnis untuk menjangkau pelanggan di seluruh dunia dengan lebih mudah.

Transformasi digital dalam bisnis, meskipun membawa banyak manfaat, juga dapat memiliki beberapa dampak negatif jika tidak dikelola dengan baik. Berikut adalah beberapa dampak negatif utama yang dapat timbul dari transformasi digital:

1. Biaya Implementasi yang Tinggi

Biaya implementasi dalam bisnis mengacu pada total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menerapkan suatu proyek, strategi, atau inisiatif tertentu. Ini mencakup biaya yang terkait langsung dengan pengadaan dan implementasi teknologi, perangkat lunak, atau infrastruktur baru, serta biaya terkait dengan pelatihan karyawan, perubahan proses bisnis, dan pengeluaran lain yang diperlukan untuk memastikan keberhasilan implementasi. Memperhitungkan biaya implementasi secara cermat penting untuk mengelola anggaran dengan efisien, memperkirakan pengembalian investasi, dan memastikan bahwa proyek atau inisiatif yang diluncurkan dapat berjalan dengan lancar dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Transformasi digital sering kali memerlukan investasi awal yang besar untuk mengadopsi teknologi baru, memperbarui infrastruktur *IT*, dan melatih karyawan. Biaya ini dapat menjadi beban bagi perusahaan, terutama bagi bisnis kecil dan menengah yang memiliki sumber daya terbatas.

2. Disrupsi terhadap Operasional Bisnis

Disrupsi terhadap operasional bisnis merujuk pada gangguan atau gangguan yang tidak terduga yang menghambat atau mengganggu jalannya kegiatan bisnis normal. Ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor seperti kegagalan teknologi, bencana alam,

perubahan kebijakan, atau masalah internal seperti gangguan karyawan. Disrupsi semacam itu dapat menyebabkan penundaan dalam produksi, penurunan produktivitas, kerugian finansial, dan merusak reputasi perusahaan jika tidak ditangani dengan cepat dan efektif. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki strategi dan rencana darurat yang solid untuk mengatasi disrupsi yang mungkin terjadi dan meminimalkan dampak negatifnya terhadap operasional bisnis.

Proses transformasi digital dapat mengganggu operasi bisnis sehari-hari. Implementasi teknologi baru sering kali memerlukan waktu dan dapat menyebabkan gangguan sementara dalam alur kerja, yang dapat mempengaruhi produktivitas dan layanan kepada pelanggan.

3. Ketergantungan pada Teknologi

Ketergantungan pada teknologi mengacu pada tingkat kebergantungan suatu organisasi atau individu terhadap teknologi dalam menjalankan operasi sehari-hari atau mencapai tujuan bisnis. Ini mencakup penggunaan perangkat keras, perangkat lunak, jaringan komputer, dan infrastruktur teknologi lainnya untuk mendukung proses bisnis, komunikasi, dan pengambilan keputusan. Meskipun teknologi memberikan banyak manfaat, ketergantungan yang berlebihan dapat menyebabkan masalah jika terjadi kegagalan sistem, kerentanan keamanan, atau

perubahan teknologi yang cepat yang membuat sistem usang atau tidak kompatibel.

Ketergantungan yang berlebihan pada teknologi dapat menjadi masalah jika terjadi kegagalan sistem atau serangan siber. Bisnis yang terlalu bergantung pada teknologi tertentu dapat menghadapi risiko besar jika teknologi tersebut mengalami masalah atau tidak lagi didukung.

4. Isu Keamanan dan Privasi

Isu keamanan dan privasi dalam konteks bisnis mencakup tantangan terkait dengan perlindungan data sensitif pelanggan, kebocoran informasi, dan ancaman siber yang mengintai. Contohnya adalah serangan peretasan data yang dapat mengakibatkan pencurian informasi pribadi seperti nomor kartu kredit atau data identitas, serangan *malware* yang dapat merusak sistem komputer atau mencuri data, serta praktik pengumpulan data yang tidak etis oleh perusahaan tanpa persetujuan pengguna. Masalah privasi juga termasuk penggunaan data pelanggan untuk tujuan yang tidak diinginkan, pelacakan *online* yang invasif, dan kurangnya transparansi dalam praktik pengelolaan data oleh perusahaan. Dengan meningkatnya kekhawatiran tentang privasi dan keamanan data, perusahaan harus mengambil langkah-langkah proaktif untuk melindungi informasi pelanggan, mengadopsi praktik keamanan yang ketat,

dan mematuhi regulasi perlindungan data yang berlaku.

Peningkatan penggunaan teknologi digital membawa risiko keamanan siber yang lebih besar. Data pelanggan dan informasi bisnis yang sensitif dapat menjadi target serangan siber. Selain itu, pelanggaran privasi data dapat menyebabkan kerugian reputasi dan sanksi hukum.

5. Kesenjangan Keterampilan

Kesenjangan keterampilan dalam bisnis merujuk pada ketidaksesuaian antara keterampilan yang dimiliki oleh anggota tenaga kerja dan kebutuhan keterampilan yang diperlukan oleh organisasi. Ini sering terjadi ketika teknologi dan kebutuhan pasar berkembang dengan cepat, sementara keterampilan karyawan tidak sejalan atau tidak diperbarui secara sesuai. Contohnya adalah ketika sebuah perusahaan membutuhkan keterampilan dalam teknologi baru seperti kecerdasan buatan atau analisis data, tetapi karyawan belum terlatih dalam bidang tersebut. Akibatnya, perusahaan mungkin kesulitan untuk mengadopsi teknologi terbaru atau untuk memenuhi tuntutan pasar yang berubah. Kesenjangan keterampilan juga dapat mempengaruhi produktivitas, inovasi, dan daya saing perusahaan secara keseluruhan. Untuk mengatasi kesenjangan keterampilan, perusahaan dapat melaksanakan program pelatihan dan pengembangan karyawan,

mencari bakat baru dari luar organisasi, atau menjalin kemitraan dengan lembaga pendidikan atau pelatihan untuk memperoleh keterampilan yang diperlukan.

Transformasi digital memerlukan karyawan yang memiliki keterampilan digital yang sesuai. Kurangnya keterampilan dan pengetahuan di antara karyawan dapat menjadi penghambat utama dalam implementasi transformasi digital. Perusahaan perlu menginvestasikan waktu dan sumber daya untuk melatih dan mengembangkan keterampilan karyawan.

6. Resistensi terhadap Perubahan

Resistensi adalah reaksi atau sikap yang menolak atau menentang perubahan, ide, atau gagasan baru. Hal ini sering muncul ketika individu atau kelompok merasa tidak nyaman dengan perubahan yang diusulkan, baik karena kekhawatiran terhadap konsekuensi negatif, ketidakpastian, atau keinginan untuk mempertahankan status *quo*. Resistensi dapat menghambat kemajuan dan inovasi dalam organisasi, sehingga penting bagi manajemen untuk mengidentifikasi, memahami, dan mengatasi penyebab resistensi dengan komunikasi yang efektif, pendidikan, dan keterlibatan aktif dari anggota tim.

Perubahan besar dalam cara kerja dan budaya organisasi dapat menghadapi resistensi dari karyawan. Beberapa karyawan mungkin merasa tidak nyaman atau terancam dengan perubahan tersebut, yang dapat

menghambat proses transformasi dan mengurangi moral tim.

7. Kompleksitas Integrasi

Kompleksitas integrasi teknologi adalah tantangan yang dihadapi oleh organisasi saat mereka mencoba menggabungkan atau mengintegrasikan berbagai sistem teknologi yang berbeda menjadi satu kesatuan yang berfungsi dengan baik. Ini dapat terjadi ketika organisasi menggunakan berbagai *platform*, perangkat lunak, atau infrastruktur teknologi yang berbeda yang tidak selalu kompatibel satu sama lain. Misalnya, ketika perusahaan mengadopsi sistem manajemen inventaris baru yang tidak berintegrasi dengan sistem akuntansi yang sudah ada, ini menciptakan kesulitan dalam sinkronisasi data dan pelaporan. Kompleksitas integrasi teknologi juga dapat terjadi saat organisasi berevolusi melalui pertumbuhan atau perubahan struktural, yang dapat menyebabkan ketidaksesuaian antara sistem yang ada dan kebutuhan baru organisasi. Untuk mengatasi kompleksitas ini, organisasi harus melakukan evaluasi menyeluruh tentang kebutuhan teknologi mereka, memilih solusi yang kompatibel dan terintegrasi, dan mengadopsi strategi implementasi yang terencana dengan baik untuk memastikan integrasi yang lancar dan efisien.

Integrasi teknologi baru dengan sistem yang sudah ada dapat menjadi kompleks dan memerlukan

waktu yang lama. Masalah kompatibilitas dan interoperabilitas dapat menambah tantangan dalam proses transformasi digital.

8. Kehilangan Pekerjaan

Otomatisasi dan penggunaan teknologi digital dapat mengurangi kebutuhan akan tenaga kerja manusia dalam beberapa fungsi. Hal ini dapat menyebabkan kehilangan pekerjaan bagi karyawan yang pekerjaannya digantikan oleh teknologi.

9. Kurangnya Fokus pada Manusia

Fokus yang berlebihan pada teknologi dapat membuat perusahaan mengabaikan aspek manusia dalam bisnis. Hubungan dengan pelanggan dan karyawan dapat terpengaruh jika perusahaan terlalu terfokus pada digitalisasi tanpa mempertimbangkan pengalaman manusia.

10. Masalah Kepatuhan dan Regulasi

Transformasi digital dapat menghadirkan tantangan kepatuhan baru, terutama terkait dengan regulasi data dan privasi. Perusahaan harus memastikan bahwa mereka mematuhi semua regulasi yang berlaku untuk menghindari sanksi hukum dan denda.

BAB IV

PENERAPAN PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DALAM ERA DIGITAL

A. Transparansi dan Integritas

Allah SWT berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 188,

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى
الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ
تَعْلَمُونَ

“Dan janganlah kamu memakan harta sesamamu di antara kamu dengan jalan yang batil dan janganlah kamu membawa urusan harta tersebut kepada hakim, supaya kamu memakan sebagian harta orang lain dengan jalan yang dosa, padahal kamu mengetahui.”(Kementerian Agama Republik Indonesia 2021:29)

Adapun dari hadis, Nabi Muhammad Saw bersabda dalam riwayat Al Tirmidzi,(Salami t.t.)

حَدَّثَنَا هَنَادٌ حَدَّثَنَا قُبَيْصَةَ عَنْ سُفْيَانَ عَنْ أَبِي حَمْرَةَ
عَنِ الْحَسَنِ عَنْ أَبِي سَعِيدٍ : عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ قَالَ (التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ
وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ).

“Seorang penjual yang jujur dan amanah akan bersama dengan para nabi, orang-orang yang jujur, dan para syuhada pada hari kiamat.”

Menerapkan prinsip transparansi dan integritas dalam bisnis di era digital menjadi semakin penting karena akses informasi yang cepat dan mudah serta kecepatan penyebaran berita dan opini. Pertamanya, perusahaan dapat memastikan transparansi dengan menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang produk, layanan, kebijakan privasi, dan praktik bisnis. Ini dapat dilakukan melalui situs web yang informatif, publikasi laporan keberlanjutan, atau komunikasi langsung dengan pelanggan.

Selain itu, memastikan integritas dalam bisnis digital melibatkan praktik yang jujur, etis, dan adil dalam semua aspek operasional, termasuk dalam interaksi dengan pelanggan, pengelolaan data, dan penawaran produk atau layanan. Ini mencakup menghindari praktik yang merugikan pelanggan, seperti manipulasi harga atau informasi, serta menjaga standar tinggi dalam kualitas produk atau layanan yang disediakan.

Manipulasi harga adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau individu untuk sengaja memanipulasi harga pasar dari suatu produk atau layanan dengan cara yang tidak etis atau ilegal. (Nasir 2020:64) Salah satu contoh manipulasi harga adalah praktik penipuan harga, di mana harga produk atau layanan diputar atau disesuaikan dengan cara yang tidak jujur untuk meningkatkan keuntungan perusahaan atau memanipulasi persepsi pelanggan tentang nilai produk. Misalnya, penjual dapat

menaikkan harga secara drastis sebelum memberikan diskon besar-besaran, sehingga pembeli merasa mendapatkan “diskon” yang besar, padahal harga sebenarnya tidak berubah dari harga normalnya.

Manipulasi harga juga bisa terjadi dalam bentuk kartel atau monopoli, di mana beberapa perusahaan bekerja sama untuk mengatur harga produk atau layanan mereka secara kolektif untuk menghindari persaingan dan menjaga harga tetap tinggi. (Amir 2021:160) Contoh lainnya adalah praktik “pengisian harga” di mana penjual secara diam-diam bekerja sama untuk menetapkan harga produk pada tingkat yang tinggi, tanpa memberikan pilihan kepada konsumen untuk mendapatkan harga yang lebih baik. Manipulasi harga seperti ini dapat merugikan konsumen dengan meningkatkan biaya hidup, mengurangi pilihan, dan merusak persaingan pasar yang sehat.

Kedua, untuk mencapai transparansi dan integritas dalam bisnis digital, penting untuk memiliki kebijakan dan prosedur yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Ini termasuk menyusun pedoman etika yang diterapkan secara konsisten oleh seluruh organisasi, serta memastikan bahwa semua karyawan memahami dan mematuhi standar tinggi tersebut. Pedoman etika adalah seperangkat prinsip atau nilai-nilai yang mengatur perilaku individu atau organisasi dalam interaksi mereka dengan orang lain atau dalam situasi tertentu. Ini mencakup norma-

norma moral, standar perilaku, dan tata nilai yang membimbing individu atau organisasi dalam mengambil keputusan yang tepat dan bertanggung jawab. Contoh pedoman etika dapat meliputi integritas, kejujuran, rasa hormat, tanggung jawab sosial, dan keadilan. Sebagai contoh, dalam konteks bisnis, pedoman etika mungkin melarang penipuan, diskriminasi, atau penyalahgunaan kekuasaan, sementara mendorong praktik-praktik yang mempromosikan keberlanjutan, keterbukaan, dan keadilan. Pedoman etika ini memberikan landasan moral bagi individu dan organisasi untuk beroperasi dengan cara yang memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat.

Pelatihan reguler juga dapat membantu memperkuat pemahaman tentang pentingnya transparansi dan integritas, serta memberikan karyawan alat dan pengetahuan yang diperlukan untuk membuat keputusan yang tepat dalam situasi yang kompleks. Contoh pelatihan pemahaman tentang transparansi dan integritas dapat berupa sesi workshop yang melibatkan studi kasus, diskusi kelompok, dan simulasi situasi yang menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan keterbukaan dalam konteks bisnis. Peserta pelatihan akan diberikan pemahaman yang mendalam tentang implikasi positif dari menerapkan prinsip-prinsip transparansi dan integritas dalam berbagai aspek kehidupan profesional, serta cara mengidentifikasi

dan mengatasi tantangan etis yang mungkin muncul dalam praktik sehari-hari.

Ketiga, menggunakan teknologi dengan bijaksana juga merupakan aspek penting dari menerapkan prinsip transparansi dan integritas dalam bisnis digital. Ini termasuk memastikan keamanan dan privasi data pelanggan, mengelola informasi dengan hati-hati, dan menghindari praktik yang meragukan seperti penyalahgunaan atau penjualan data pribadi. Perusahaan harus menggunakan teknologi enkripsi dan keamanan yang kuat untuk melindungi informasi sensitif, serta mengikuti regulasi dan standar privasi data yang berlaku. Teknologi enkripsi adalah metode untuk mengamankan data dengan mengonversi teks atau informasi menjadi kode rahasia yang hanya dapat dibaca oleh pihak yang memiliki kunci dekripsi yang sesuai. Contoh teknologi enkripsi termasuk protokol *HTTPS* yang digunakan untuk mengamankan komunikasi online, sistem keamanan pada perangkat lunak perbankan untuk melindungi data keuangan pengguna, dan aplikasi messaging end-to-end encryption yang mencegah pihak ketiga dari membaca pesan yang dikirim antara pengguna. Dengan menggunakan teknologi enkripsi, data sensitif dapat diamankan dari akses yang tidak sah atau pencurian, meningkatkan privasi dan keamanan pengguna dalam penggunaan teknologi digital.

Terakhir, transparansi dan integritas dalam bisnis digital juga dapat ditingkatkan melalui

keterlibatan aktif dengan pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat luas. Mendengarkan umpan balik dari pelanggan dan merespons kekhawatiran atau masalah dengan cepat dan efektif dapat memperkuat kepercayaan dan citra perusahaan. Salah satu contoh umpan balik dari pelanggan adalah ketika seorang pelanggan memberikan ulasan positif tentang produk atau layanan yang mereka nikmati, mengungkapkan kepuasan mereka terhadap pengalaman pembelian. Sebaliknya, umpan balik negatif mungkin muncul ketika pelanggan mengirimkan keluhan atau kritik terhadap produk atau layanan yang tidak memenuhi harapan mereka, memberikan informasi berharga kepada perusahaan untuk perbaikan di masa depan. Selain itu, berbagi informasi tentang praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan dapat membangun hubungan yang kuat dengan mitra dan masyarakat, serta memberikan contoh bagi perusahaan lain dalam industri untuk mengikuti jejak yang sama menuju transparansi dan integritas yang lebih besar dalam bisnis digital.

B. Tanggung Jawab Sosial

Allah SWT berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 195,

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ
وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

“Dan belanjakanlah (sebagian) dari apa yang telah Kami berikan kepadamu sebelum kematian seseorang di antara kamu datang, maka ia berkata: ‘Ya Rabbku, mengapa Engkau tidak menangguhkan (kematian)ku sampai waktu yang dekat (lagi), supaya aku dapat bersedekah dan aku termasuk orang-orang yang saleh’.”(Kementerian Agama Republik Indonesia 2021:30)

Nabi Muhammad SAW bersabda dalam riwayat Muslim, (Naisaburi t.t.)

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ يَحْيَى التَّمِيمِيُّ وَأَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ وَمُحَمَّدُ بْنُ الْعَلَاءِ الْهَمْدَانِيُّ - وَاللَّفْظُ لِيَحْيَى - قَالَ يَحْيَى أَخْبَرَنَا وَقَالَ الْآخِرَانِ حَدَّثَنَا أَبُو مُعَاوِيَةَ عَنِ الْأَعْمَشِ عَنْ أَبِي صَالِحٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ).

“Barang siapa yang melepaskan seorang mukmin dari satu kesulitan dunia, niscaya Allah akan melepaskannya dari salah satu kesulitan di Hari Kiamat”.

Penerapan tanggung jawab sosial dalam bisnis di era digital menuntut keterlibatan yang suci dengan memperhatikan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari operasi perusahaan dalam ranah digital. Pertama, perusahaan dapat memastikan perlindungan data yang kuat dan privasi pengguna dengan mematuhi regulasi perlindungan data yang berlaku

dan menerapkan kebijakan keamanan informasi yang ketat. Selain itu, mereka dapat memastikan aksesibilitas dan inklusivitas digital dengan memastikan bahwa produk dan layanan mereka dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat, termasuk mereka yang memiliki disabilitas atau keterbatasan akses internet. Perusahaan dapat mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan dengan mengurangi jejak karbon, mengurangi limbah elektronik, dan mendukung inisiatif energi terbarukan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Kedua, perusahaan dapat memperkuat komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial dengan mempromosikan kesetaraan, keadilan, dan keberagaman di lingkungan kerja mereka. Ini dapat mencakup perekrutan tenaga kerja yang beragam, pembangunan program pelatihan dan pengembangan karyawan yang inklusif, serta memastikan kesetaraan dalam kesempatan dan penggajian. Selain itu, perusahaan dapat memanfaatkan platform digital mereka untuk memperjuangkan isu-isu sosial yang relevan, membangun kesadaran, dan memobilisasi dukungan masyarakat untuk perubahan positif.

Terakhir, perusahaan dapat mengintegrasikan tanggung jawab sosial ke dalam rantai pasokan mereka dengan memastikan praktik kerja yang adil dan bahan baku yang berkelanjutan. Ini bisa berarti memastikan bahwa mitra bisnis di rantai pasokan mematuhi standar kerja yang layak dan menghindari

praktik kerja paksa atau eksploitasi. Selain itu, perusahaan dapat bekerja sama dengan pemasok untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam rantai pasokan mereka, memastikan bahwa produk yang diproduksi memenuhi standar etis dan lingkungan yang tinggi. Dengan menerapkan tanggung jawab sosial secara spiritual dalam operasi mereka di era digital, perusahaan dapat memainkan peran yang positif dalam membangun masyarakat yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan adil.

C. Keadilan dan Kesetaraan

Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Hujurat ayat 9,

وَإِنْ طَائِفَتَانِ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ اقْتَتَلُوا فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا فَإِنْ بَغَتْ إِحْدَاهُمَا عَلَى الْأُخْرَى فَقَاتِلُوا الَّتِي تَبْغِي حَتَّى تَفِيءَ إِلَى أَمْرِ اللَّهِ فَإِنَّ فَاءَ ت فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا بِالْعَدْلِ وَأَقْسِطُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ

“Dan jika dua golongan dari orang-orang mukmin berperang, maka damaikanlah antara keduanya. Jika salah satu dari keduanya menganiaya yang lain, maka perangilah golongan yang menganiaya itu sehingga kembali kepada perintah Allah. Kemudian jika telah kembali, maka damaikanlah antara keduanya dengan adil dan berlaku adil. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berlaku adil”.(Kementerian Agama Republik Indonesia 2021:516)

Dari ayat tersebut, kita bisa melihat bahwa Islam menekankan pentingnya keadilan dalam semua aspek

kehidupan, termasuk dalam bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa setiap individu atau organisasi harus memastikan bahwa segala tindakan dan transaksi bisnis dilakukan dengan keadilan, tanpa merugikan pihak lain atau melanggar prinsip-prinsip etika yang telah ditetapkan oleh agama.

Menerapkan keadilan dan kesetaraan dalam bisnis di era digital memerlukan pendekatan yang komprehensif untuk memastikan bahwa semua individu memiliki akses yang sama terhadap peluang dan sumber daya, serta diperlakukan secara adil tanpa memandang latar belakang atau status mereka. Pertama, perusahaan harus memastikan bahwa kebijakan dan praktik mereka tidak mendiskriminasi berdasarkan faktor-faktor seperti jenis kelamin, ras, agama, atau orientasi seksual. Ini bisa meliputi proses perekrutan yang adil, penggajian yang transparan dan setara, serta kebijakan promosi yang berlandaskan kinerja dan potensi, bukan preferensi pribadi atau diskriminasi tidak langsung.

Contoh diskriminasi dalam bisnis bisa terjadi ketika seorang pelamar kerja ditolak untuk posisi tertentu berdasarkan faktor-faktor yang tidak relevan dengan kemampuan atau kualifikasi mereka, seperti jenis kelamin, ras, atau agama. Diskriminasi juga bisa terjadi dalam hal penggajian, di mana seorang karyawan mungkin dibayar lebih rendah daripada rekan kerjanya yang memiliki kualifikasi dan pengalaman yang sama, hanya karena faktor-faktor

yang tidak relevan. Selain itu, diskriminasi bisa muncul dalam pelayanan kepada pelanggan, di mana seorang pelanggan mungkin diberikan perlakuan yang berbeda atau diabaikan berdasarkan karakteristik pribadi mereka.

Sedangkan diskriminasi tidak langsung dalam bisnis adalah ketika suatu kebijakan atau praktik yang diterapkan secara umum memiliki dampak yang merugikan pada kelompok tertentu, meskipun tidak dimaksudkan secara langsung untuk mendiskriminasikan mereka. Misalnya, kebijakan yang membutuhkan pengalaman kerja yang tidak relevan untuk suatu posisi dapat secara tidak langsung membatasi akses bagi pelamar yang lebih muda atau pelamar yang baru lulus. Begitu juga, kebijakan jam kerja yang infleksibel dapat secara tidak langsung menghambat partisipasi karyawan yang memiliki tanggung jawab keluarga atau keterbatasan mobilitas. Diskriminasi tidak langsung bisa juga muncul dalam sistem penggajian yang berbasis pada kinerja, tetapi yang sebenarnya tidak memperhitungkan faktor-faktor seperti pengalaman atau pelatihan yang kurang tersedia bagi beberapa kelompok minoritas.

Kedua, dalam era digital, akses yang setara terhadap teknologi dan informasi sangat penting. Perusahaan dapat memastikan kesetaraan dalam akses ini dengan menyediakan infrastruktur teknologi yang memadai bagi semua karyawan, memastikan bahwa platform dan aplikasi yang digunakan dapat diakses

oleh semua orang tanpa hambatan, dan memberikan pelatihan atau dukungan teknologi kepada mereka yang membutuhkannya. Selain itu, penting untuk memperhatikan aksesibilitas bagi individu dengan disabilitas, baik itu dalam desain situs web, aplikasi, atau alat-alat digital lainnya.

Aksesibilitas yang setara bagi difabel meliputi penyediaan akses fisik yang memadai, seperti tangga darurat, lift, atau rampa, di tempat-tempat umum seperti kantor, mal, atau stasiun kereta. Selain itu, penyediaan informasi dan layanan yang mudah diakses dan dimengerti, seperti situs web yang ramah disabilitas dengan fitur pembaca layar atau layanan pelanggan yang dapat diakses melalui berbagai saluran komunikasi, juga merupakan langkah-langkah penting untuk memastikan aksesibilitas yang setara bagi difabel.

Ketiga, perusahaan dapat mempromosikan keadilan dan kesetaraan melalui kebijakan yang mendukung keseimbangan kehidupan kerja yang sehat dan inklusif. Ini bisa mencakup fleksibilitas waktu kerja, cuti yang adil, dan dukungan untuk kebutuhan keluarga atau kesehatan mental. Selain itu, upaya untuk membangun budaya kerja yang inklusif dan mendukung, di mana setiap suara dihargai dan didengar, juga dapat membantu menciptakan lingkungan di mana keadilan dan kesetaraan dijunjung tinggi.

D. Kepemimpinan yang Beretika

Allah SWT berfirman, di dalam surah Al-Nisa ayat 58,

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu menetapkan dengan adil”.(Kementerian Agama Republik Indonesia 2021:87)

Nabi Muhammad Saw bersabda, dalam sebuah hadis terkenal,(Ja’fi 1987)

حَدَّثَنَا أَبُو الْيَمَانِ أَخْبَرَنَا شُعَيْبٌ عَنِ الزُّهْرِيِّ قَالَ أَخْبَرَنِي سَالِمُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا : أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ (كُلُّكُمْ رَاعٍ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ فَإِمَامٌ رَاعٍ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ).

“Setiap kalian adalah pemimpin dan setiap kalian bertanggung jawab atas kepemimpinannya. Seorang pemimpin adalah pemimpin rakyatnya dan dia bertanggung jawab atas kepemimpinannya”.

Dari Al-Qur’an dan hadis tersebut, kita bisa memahami bahwa Islam mengajarkan prinsip-prinsip kepemimpinan yang beretika, yang mencakup keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan kesetiaan.

Seorang pemimpin yang beretika harus memimpin dengan adil, mempertimbangkan kepentingan umum, dan menjalankan tugasnya dengan penuh tanggung jawab dan kesetiaan kepada Allah SWT serta kepada umat yang dipimpinnya.

Menerapkan kepemimpinan yang beretika dalam bisnis melibatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial, moral, dan etis yang dimiliki oleh para pemimpin terhadap karyawan, pelanggan, dan masyarakat luas. Pertama, pemimpin bisnis harus mengutamakan integritas dalam segala tindakan dan keputusan mereka. Ini mencakup mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, menghindari konflik kepentingan, dan berkomitmen untuk berbisnis dengan kejujuran dan transparansi. Pemimpin yang beretika akan menjadi teladan bagi karyawan mereka dalam hal integritas dan moralitas, menciptakan budaya perusahaan yang didasarkan pada nilai-nilai yang kuat.

Dalam bisnis, keteladanan merujuk pada perilaku atau sikap yang ditampilkan oleh pemimpin atau individu yang menjadi contoh yang baik bagi orang lain dalam organisasi. Seorang pemimpin yang menjadi teladan menunjukkan integritas, dedikasi, dan komitmen terhadap nilai-nilai perusahaan, dan bertindak sebagai inspirasi bagi karyawan lainnya untuk mengikuti standar tinggi dalam kinerja dan etika kerja. Teladan dalam bisnis membantu membentuk budaya perusahaan yang positif,

meningkatkan motivasi dan loyalitas karyawan, serta menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan berkelanjutan.

Kedua, kepemimpinan yang beretika juga melibatkan keadilan dalam memperlakukan semua pihak yang terlibat dalam bisnis, termasuk karyawan, pelanggan, dan mitra bisnis. Ini mencakup memberikan kesempatan yang setara untuk pengembangan karir, memperlakukan karyawan dengan adil dalam hal gaji dan kebijakan perusahaan lainnya, serta memastikan bahwa pelanggan diperlakukan dengan hormat dan kesetaraan dalam semua interaksi bisnis. Pemimpin yang beretika akan memastikan bahwa keputusan mereka didasarkan pada pertimbangan yang adil dan objektif, tanpa memihak atau mendiskriminasi.

Ketiga, kepemimpinan yang beretika juga berarti mengambil tanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan dari operasi bisnis. Pemimpin yang beretika akan memprioritaskan praktik bisnis yang berkelanjutan, memperhatikan dampak lingkungan dari kegiatan mereka, dan berkomitmen untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Ini bisa termasuk mengurangi emisi karbon, mendukung inisiatif lingkungan, dan berinvestasi kembali dalam komunitas tempat bisnis beroperasi.

Terakhir, kepemimpinan yang beretika juga melibatkan transparansi dan akuntabilitas dalam

komunikasi dan tindakan. Pemimpin yang beretika akan berkomunikasi dengan jujur dan terbuka dengan karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya, mengakui keberhasilan dan kesalahan, serta berkomitmen untuk belajar dan memperbaiki diri. Mereka juga akan mengambil tanggung jawab penuh atas kesalahan atau kegagalan, dan siap untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk memperbaiki masalah tersebut.

BAB V

STUDI KASUS DAN ANALISIS

A. Kasus Etika Bisnis Islam dalam Bisnis Digital

Kasus terkait etika bisnis Islam dalam bisnis digital mencakup berbagai aspek seperti kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam transaksi. Salah satu contoh yang relevan adalah kasus *e-commerce* yang melibatkan penjualan produk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau spesifikasi yang diberikan kepada pelanggan. *E-commerce*, atau perdagangan elektronik, adalah aktivitas membeli dan menjual barang atau jasa melalui internet. Ini mencakup berbagai jenis transaksi bisnis, seperti penjualan barang fisik, penjualan produk digital, layanan berlangganan, dan transaksi keuangan online. *E-commerce* memungkinkan konsumen untuk berbelanja dari mana saja dan kapan saja, memberikan kemudahan dan fleksibilitas yang signifikan dibandingkan dengan metode perdagangan tradisional.

Salah satu contoh nyata terjadi di Indonesia, di mana ada beberapa laporan tentang penipuan dalam bisnis *e-commerce*. Misalnya, sebuah toko online yang mengklaim menjual produk elektronik berkualitas tinggi ternyata mengirimkan produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, atau dalam beberapa kasus, produk

tersebut tidak dikirim sama sekali setelah pembayaran dilakukan. Ini melanggar prinsip kejujuran dan transparansi yang sangat dijunjung tinggi dalam etika bisnis Islam.

Dalam menghadapi kasus seperti ini, beberapa platform *e-commerce* telah mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memperketat kebijakan verifikasi penjual, memberikan jaminan uang kembali, dan membangun sistem ulasan pelanggan yang transparan. Selain itu, ada juga dorongan untuk mendidik konsumen tentang hak-hak mereka dan cara mengidentifikasi penipuan online.

B. Analisis Terhadap Praktik Bisnis Secara Etis

Kasus tersebut menekankan pentingnya mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam bisnis digital, antara lain kejujuran, transparansi, dan keadilan.

Kasus *e-commerce* yang melibatkan penipuan produk menunjukkan bahwa ketidakjujuran dapat merusak kepercayaan konsumen dan merusak reputasi bisnis. Ketika sebuah toko *online* mengklaim menjual produk berkualitas tinggi tetapi mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, mereka melanggar prinsip kejujuran yang mendasar dalam bisnis. Kejujuran adalah kunci untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, karena

transparansi dan integritas mendorong kepercayaan dan loyalitas.

Penipuan semacam ini tidak hanya merugikan konsumen secara finansial tetapi juga menciptakan ketidaknyamanan dan kekecewaan yang dapat berdampak negatif pada seluruh industri *e-commerce*. Untuk mengatasi masalah ini, platform *e-commerce* harus menerapkan kebijakan verifikasi penjual yang lebih ketat dan menyediakan mekanisme resolusi sengketa yang efektif. Selain itu, edukasi konsumen tentang cara mengenali tanda-tanda penipuan dapat membantu mencegah kejadian serupa di masa depan.

Penipuan produk menunjukkan bahwa kurangnya keterbukaan dalam informasi produk dan proses transaksi dapat merusak kepercayaan konsumen. Transparansi berarti menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang produk, termasuk deskripsi, harga, dan kondisi barang. Dalam kasus penipuan, seringkali informasi yang diberikan kepada konsumen tidak sesuai dengan kenyataan, yang mengakibatkan ketidakpuasan dan kehilangan kepercayaan.

Untuk meningkatkan transparansi, *platform e-commerce* harus memastikan bahwa semua penjual memberikan deskripsi produk yang akurat dan foto yang sesuai. Selain itu, ulasan dan rating dari pelanggan harus ditampilkan secara jelas untuk membantu calon pembeli membuat keputusan yang

lebih informasi. Implementasi kebijakan pengembalian barang yang jelas dan adil juga merupakan bagian penting dari transparansi.

Ketidakadilan terjadi ketika konsumen dirugikan oleh penjual yang tidak jujur. Ketika produk yang dikirim tidak sesuai dengan deskripsi atau kualitas yang dijanjikan, konsumen merasa tertipu dan kehilangan uangnya, yang menciptakan ketidakadilan karena mereka tidak menerima nilai yang sesuai dengan yang dibayarkan. Ketidakadilan ini diperburuk oleh kurangnya mekanisme perlindungan konsumen yang efektif di beberapa *platform e-commerce*. Penjual yang tidak jujur mendapatkan keuntungan secara tidak adil dengan memanfaatkan ketidakpercayaan dan ketidaktahuan konsumen. Untuk mengatasi ketidakadilan ini, *platform e-commerce* perlu memperketat aturan dan meningkatkan pengawasan terhadap penjual, serta menyediakan mekanisme resolusi sengketa yang adil dan cepat bagi konsumen yang dirugikan.

BAB VI

TANTANGAN DAN SOLUSI

A. Tantangan Etis

Bisnis digital, meskipun membawa banyak peluang, juga menghadirkan tantangan etika yang signifikan. Berikut adalah beberapa tantangan etika utama dalam bisnis digital:

1. Privasi dan Keamanan Data

Dengan meningkatnya volume data yang dikumpulkan dan disimpan secara digital, privasi dan keamanan data menjadi isu utama. Bisnis harus memastikan bahwa data pelanggan dilindungi dari akses yang tidak sah dan penyalahgunaan. Pelanggaran privasi data dapat merusak kepercayaan pelanggan dan mengakibatkan konsekuensi hukum.

2. Penggunaan Data dan Analitik

Analitik data adalah proses analisis dan interpretasi data untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang tren, pola, dan hubungan yang terjadi di dalamnya. Ini melibatkan penggunaan algoritma dan teknik statistik untuk menggali wawasan yang berharga dari volume besar data yang dihasilkan oleh organisasi. Dengan analitik data, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang bisnis baru, memahami perilaku pelanggan, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengambil keputusan yang

didasarkan pada bukti yang kuat. Contoh penggunaan analitik data termasuk analisis kinerja penjualan, segmentasi pelanggan, prediksi permintaan pasar, dan deteksi pola anomali untuk mencegah kejahatan korporasi atau penipuan.

Perusahaan digital sering menggunakan analitik data untuk memahami perilaku pelanggan dan membuat keputusan bisnis. Namun, penggunaan data harus dilakukan secara etis. Misalnya, menghindari pengumpulan data tanpa persetujuan eksplisit dari pengguna, atau penggunaan data untuk memanipulasi keputusan konsumen secara tidak etis.

3. Transparansi Algoritma

Algoritma adalah serangkaian langkah atau prosedur terstruktur yang dirancang untuk menyelesaikan masalah atau melakukan tugas tertentu. Ini merupakan instruksi yang terurut dan terinci yang mengatur bagaimana suatu komputer atau sistem akan menyelesaikan suatu masalah atau mencapai suatu tujuan, seringkali dengan menggunakan data sebagai input. Algoritma digunakan dalam berbagai konteks, termasuk ilmu komputer, matematika, kecerdasan buatan, dan ilmu pengetahuan lainnya. Mereka membentuk dasar dari berbagai teknologi dan aplikasi modern, dari pencarian web dan analisis data hingga pengenalan wajah dan mobil otonom. Dalam konteks pemrograman, algoritma adalah fondasi dari

pengembangan perangkat lunak dan sistem informasi, memungkinkan komputer untuk melakukan tugas secara efisien dan efektif.

Algoritma harus transparan karena transparansi memungkinkan pengguna atau pihak yang terpengaruh memahami bagaimana keputusan diambil atau hasil diperoleh. Ini memungkinkan untuk memeriksa keadilan, keakuratan, dan etika dari proses yang melibatkan algoritma. Dengan demikian, transparansi membantu meminimalkan risiko bias, diskriminasi, atau ketidakadilan yang mungkin timbul dari penggunaan algoritma, dan membangun kepercayaan di antara pengguna dan pembuat keputusan.

Algoritma yang digunakan dalam bisnis digital, seperti yang digunakan oleh mesin pencari, platform media sosial, dan layanan streaming, seringkali kurang transparan. Tantangan etika di sini meliputi keadilan, bias, dan diskriminasi yang mungkin terjadi karena algoritma yang tidak transparan atau tidak dipahami dengan baik.

4. Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merujuk pada hak hukum yang diberikan kepada individu atau organisasi atas karya kreatif atau intelektual yang mereka hasilkan, memberikan perlindungan hukum terhadap penggunaan, penggunaan kembali, atau penyalinan tanpa izin. Ini mencakup hak cipta, paten,

merek dagang, rahasia dagang, dan desain industri, yang memberikan pemiliknya kontrol atas penggunaan dan pemanfaatan karya tersebut untuk tujuan komersial atau non-komersial. HKI memberikan insentif bagi inovasi dan kreativitas, serta melindungi investasi dan nilai ekonomi yang terkandung dalam karya intelektual, memastikan penghargaan yang adil bagi penciptanya dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis pengetahuan.

Pelindungan HKI adalah isu penting dalam bisnis digital. Bisnis perlu memastikan bahwa mereka menghormati hak cipta, paten, dan merek dagang milik orang lain, serta menghindari pelanggaran HKI dalam produk dan layanan digital mereka.

5. Kejelasan dan Kebenaran dalam Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah proses mempromosikan dan memasarkan produk atau layanan menggunakan platform digital dan teknologi internet. Ini melibatkan penggunaan berbagai saluran online seperti situs web, media sosial, surat elektronik, mesin pencari, dan periklanan online untuk menjangkau dan berinteraksi dengan target pasar. Pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk mencapai audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas merek, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan

potensial secara lebih terukur dan terarah. Dengan analitik digital, perusahaan dapat melacak dan menganalisis kinerja kampanye pemasaran secara real-time, memungkinkan pengoptimalan strategi pemasaran berdasarkan data dan tren yang terkini. Dengan keberagaman saluran dan metode yang tersedia, pemasaran digital memberikan fleksibilitas yang tinggi bagi perusahaan untuk menyesuaikan pendekatan pemasaran mereka sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan.

Pemasaran digital harus dilakukan dengan jujur dan tidak menyesatkan. Penggunaan clickbait, iklan yang menipu, atau klaim palsu dapat merusak reputasi perusahaan dan menyesatkan konsumen. Kejujuran dalam iklan dan transparansi tentang produk dan layanan adalah aspek etis yang penting.

6. Konten yang Tidak Pantas atau Ilegal

Konten mengacu pada informasi atau materi yang dibagikan atau disajikan dalam bentuk teks, gambar, video, atau audio dengan tujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens. Ini bisa mencakup artikel blog, posting media sosial, video tutorial, infografis, *podcast*, dan banyak lagi. Konten dimaksudkan untuk memberikan nilai tambah kepada audiens, baik itu dalam bentuk hiburan, edukasi, atau informasi yang relevan, serta membangun keterlibatan dan hubungan dengan target pasar.

Platform digital harus mengelola konten yang diposting oleh pengguna untuk memastikan bahwa tidak ada konten yang ilegal, tidak pantas, atau berbahaya yang tersebar di *platform* mereka. Ini mencakup konten seperti *hate speech*, kekerasan, pornografi, atau informasi yang menyesatkan.

7. Keseimbangan Antara Keuntungan dan Kesejahteraan Pengguna

Keuntungan dan kesejahteraan pengguna merujuk pada manfaat atau nilai tambah yang diterima oleh pengguna sebagai akibat penggunaan produk, layanan, atau pengalaman tertentu, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan dan kepuasan mereka. Ini bisa berupa kemudahan penggunaan, peningkatan produktivitas, kualitas hidup yang lebih baik, atau penghematan waktu atau uang. Contohnya adalah aplikasi perbankan digital yang menyediakan kemudahan akses ke layanan perbankan, memungkinkan pengguna untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien dan meningkatkan kontrol atas keuangan pribadi mereka. Dengan meningkatnya keuntungan dan kesejahteraan pengguna, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang bermakna dengan basis pengguna mereka.

Bisnis digital harus mempertimbangkan keseimbangan antara mengejar keuntungan dan

memastikan kesejahteraan pengguna mereka. Praktik seperti adiksi teknologi, eksploitasi data pengguna untuk keuntungan maksimal, dan pelanggaran privasi demi keuntungan bisnis menimbulkan dilema etika.

8. Etika Kecerdasan Buatan (AI) dan Otomatisasi

Keputusan otomatis yang dibuat oleh kecerdasan buatan (AI) mengacu pada proses di mana sistem komputer atau algoritma menggunakan data dan pemrograman yang telah ditentukan sebelumnya untuk membuat keputusan tanpa intervensi manusia. Contoh umum dari keputusan otomatis AI adalah penggunaan dalam sistem rekomendasi seperti yang ditemui dalam *platform streaming* video atau belanja *online*. Di sini, AI menganalisis data pengguna seperti preferensi tontonan atau pembelian sebelumnya untuk merekomendasikan konten atau produk yang mungkin diminati oleh pengguna berdasarkan pola yang teridentifikasi. Keputusan otomatis juga dapat ditemukan dalam mobil otonom yang menggunakan sensor dan algoritma untuk membuat keputusan tentang pengendalian kendaraan, seperti berbelok, berakselerasi, atau berhenti, tanpa campur tangan manusia.

Penggunaan AI dan otomatisasi dalam bisnis digital menghadirkan tantangan etika terkait keputusan otomatis yang dibuat oleh sistem AI. Ini

mencakup isu-isu seperti bias dalam algoritma, keputusan yang tidak dapat dijelaskan, dan dampak pada pekerjaan manusia.

9. Akses dan Inklusivitas Digital

Akses dan inklusivitas digital mengacu pada upaya untuk memastikan bahwa semua individu, terlepas dari latar belakang sosial, ekonomi, atau geografis mereka, memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses dan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Ini mencakup upaya untuk mengatasi kesenjangan akses ke infrastruktur teknologi seperti internet dan perangkat komputer, serta memastikan bahwa layanan digital dan konten online dapat diakses dan digunakan dengan mudah oleh semua orang, termasuk mereka yang memiliki disabilitas atau keterbatasan. Contoh praktis inklusivitas digital termasuk pengembangan situs web yang dapat diakses dan ramah disabilitas, penyediaan pelatihan teknologi untuk masyarakat yang kurang mampu, dan program subsidi atau insentif untuk akses internet bagi daerah terpencil atau berpenghasilan rendah. Dengan mempromosikan akses dan inklusivitas digital, masyarakat dapat meningkatkan keterampilan digital mereka, mendapatkan akses ke sumber daya pendidikan dan informasi yang lebih luas, serta berpartisipasi secara lebih aktif dalam ekonomi dan masyarakat berbasis teknologi saat ini.

Tantangan etika lainnya adalah memastikan akses dan inklusivitas digital bagi semua orang, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan teknologi atau disabilitas. Bisnis digital perlu memastikan bahwa produk dan layanan mereka dapat diakses dan digunakan oleh semua kelompok masyarakat.

10. Perlindungan Anak dan Remaja

Perlindungan anak dan remaja dari konten yang tidak pantas adalah upaya untuk memastikan bahwa mereka tidak terpapar pada konten yang tidak sesuai dengan usia atau tidak aman secara psikologis, moral, atau etis di lingkungan digital. Contoh upaya perlindungan meliputi penyediaan kontrol orang tua untuk memblokir atau memfilter konten yang tidak pantas di perangkat anak-anak, implementasi regulasi yang membatasi akses anak-anak ke situs web atau aplikasi tertentu, dan pembangunan pedoman perilaku online yang aman dan etis bagi anak-anak dan remaja. Selain itu, organisasi dan platform online seringkali menawarkan opsi pelaporan atau tindakan yang dapat diambil oleh pengguna jika mereka menemukan konten yang tidak pantas atau merugikan anak-anak. Program pelatihan dan kampanye penyuluhan juga dapat membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang risiko yang terkait dengan konten tidak pantas serta memberikan informasi tentang cara melindungi diri mereka sendiri dan orang lain saat menggunakan internet.

Bisnis digital yang berinteraksi dengan anak-anak dan remaja harus mengambil langkah ekstra untuk melindungi mereka dari konten yang tidak pantas, predator *online*, dan praktik pemasaran yang tidak etis. Perlindungan data pribadi anak juga menjadi prioritas utama.

B. Solusi Menghadapi Tantangan tersebut

Menghadapi tantangan etis dalam privasi dan keamanan data memerlukan pendekatan yang komprehensif dan proaktif dari bisnis. Pertama, perusahaan harus mengimplementasikan kebijakan privasi yang kuat dan transparan, yang menjelaskan dengan jelas bagaimana data konsumen dikumpulkan, digunakan, dan dilindungi. Ini mencakup memperoleh persetujuan eksplisit dari konsumen sebelum mengumpulkan data mereka dan memberikan mereka hak untuk mengakses, memperbarui, atau menghapus informasi pribadi mereka. Selain itu, perusahaan harus mematuhi regulasi privasi data yang berlaku, seperti *General Data Protection Regulation (GDPR)* di Eropa atau *California Consumer Privacy Act (CCPA)* di California, untuk memastikan kepatuhan hukum dan perlindungan konsumen.

Untuk memastikan keamanan data, bisnis harus mengadopsi teknologi dan praktik terbaik dalam keamanan siber, seperti enkripsi data, autentikasi dua faktor, dan pemantauan jaringan secara *real-time* untuk mendeteksi ancaman atau pelanggaran. Pelatihan

rutin untuk karyawan tentang praktik keamanan siber dan perlindungan data juga sangat penting untuk mencegah kesalahan manusia yang bisa menyebabkan kebocoran data. Selain itu, perusahaan harus memiliki rencana respons insiden yang jelas dan teruji untuk menangani pelanggaran data dengan cepat dan efektif, mengurangi dampak negatif terhadap konsumen dan reputasi perusahaan. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, perusahaan dapat membangun kepercayaan konsumen dan meminimalkan risiko terkait privasi dan keamanan data.

Menghadapi tantangan etis dalam penggunaan data dan analitik, perusahaan harus memastikan transparansi dalam bagaimana data dikumpulkan dan digunakan, memberikan konsumen kontrol atas data pribadi mereka. Implementasi kebijakan privasi yang ketat dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi perlindungan data seperti *GDPR* dan *CCPA* sangat penting. Selain itu, perusahaan harus mengadopsi prinsip "*data minimization*", hanya mengumpulkan data yang benar-benar diperlukan untuk tujuan spesifik. Menggunakan teknik anonimisasi dan enkripsi untuk melindungi data pribadi juga penting untuk mencegah penyalahgunaan. Terakhir, membangun tim etika data internal untuk menilai dan mengawasi penggunaan data dapat membantu memastikan bahwa analitik digunakan secara bertanggung jawab dan etis. (Makarim 2010)

Untuk mengatasi tantangan transparansi algoritma secara etis, perusahaan harus mempublikasikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang cara kerja algoritma mereka, termasuk tujuan, metodologi, dan faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Memastikan adanya audit independen secara berkala terhadap algoritma untuk mengidentifikasi dan mengatasi potensi bias atau ketidakadilan juga sangat penting. Memberikan konsumen hak untuk mengetahui dan memahami bagaimana keputusan yang mempengaruhi mereka dibuat oleh algoritma, serta menyediakan mekanisme untuk mengajukan keberatan atau permintaan peninjauan ulang. Selain itu, perusahaan harus berkomitmen untuk terus memperbarui dan memperbaiki algoritma mereka berdasarkan umpan balik dan perkembangan terkini dalam praktik terbaik etika teknologi.

Untuk menghadapi tantangan etis terkait hak kekayaan intelektual, perusahaan harus memastikan kepatuhan yang ketat terhadap undang-undang kekayaan intelektual dan menghormati hak-hak pemiliknyanya. Ini termasuk mendapatkan izin yang sah sebelum menggunakan karya atau teknologi milik orang lain dan memberikan kredit yang sesuai kepada pencipta asli. Selain itu, perusahaan harus berkomitmen untuk melindungi kekayaan intelektual mereka sendiri melalui paten, merek dagang, dan hak cipta, serta secara aktif menegakkan hak-hak ini untuk

mencegah pelanggaran. Menerapkan kebijakan internal yang kuat mengenai penggunaan kekayaan intelektual dan melatih karyawan tentang pentingnya penghormatan terhadap hak-hak ini juga sangat penting untuk memastikan praktik bisnis yang etis.

Untuk mengatasi tantangan etis terkait kejelasan dan kebenaran dalam pemasaran digital, perusahaan harus memastikan bahwa semua klaim dan informasi yang disampaikan dalam kampanye pemasaran adalah akurat, jelas, dan tidak menyesatkan. Transparansi dalam penawaran produk dan layanan sangat penting, termasuk menghindari taktik pemasaran yang ambigu atau berlebihan yang bisa menipu konsumen. Perusahaan harus memastikan bahwa iklan mencerminkan dengan jujur produk atau layanan yang ditawarkan, termasuk harga, kualitas, dan ketersediaan.

Selain itu, setiap konten bersponsor atau iklan berbayar harus ditandai dengan jelas sebagai demikian untuk menghindari kebingungan di antara konsumen. Memberikan akses mudah kepada konsumen untuk informasi lebih lanjut dan memastikan saluran komunikasi yang terbuka untuk pertanyaan atau keluhan juga membantu meningkatkan kepercayaan. Akhirnya, perusahaan harus berkomitmen untuk meninjau dan memperbarui secara berkala praktik pemasaran mereka untuk memastikan kepatuhan terhadap pedoman etika dan regulasi yang berlaku. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, perusahaan

dapat menjaga integritas dan membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan konsumen.

Untuk mengatasi konten yang tidak pantas atau ilegal secara etis, perusahaan harus menerapkan kebijakan ketat yang melarang konten yang melanggar hukum atau norma etika yang berlaku. Ini mencakup memonitor konten secara aktif dan menggunakan algoritma dan filter untuk mendeteksi dan menghapus konten yang tidak pantas. Selain itu, perusahaan harus memberikan saluran pengaduan yang mudah diakses bagi pengguna untuk melaporkan konten yang melanggar. (Posetti dkk. 2019:22)

Tindakan segera harus diambil untuk menghapus konten ilegal atau tidak pantas begitu dilaporkan dan untuk mencegah penyebarannya lebih lanjut. Selain itu, perusahaan dapat bekerja sama dengan badan regulasi, organisasi masyarakat sipil, dan pihak berwenang untuk menangani masalah konten yang melanggar hukum secara lebih luas. Dengan mengimplementasikan langkah-langkah ini, perusahaan dapat memastikan bahwa platform mereka aman dan sesuai dengan nilai-nilai etika, serta memenuhi kewajiban hukum mereka dalam menjaga keamanan pengguna dan masyarakat secara keseluruhan.

Untuk menghadapi tantangan etika dalam kecerdasan buatan (*AI*) dan otomatisasi, perusahaan harus memprioritaskan prinsip-prinsip etika dalam pengembangan, implementasi, dan penggunaan

teknologi ini. Ini mencakup memastikan bahwa algoritma dan sistem otomatisasi tidak menciptakan atau memperkuat bias yang tidak disengaja atau diskriminatif. Selain itu, perusahaan harus secara proaktif mengidentifikasi dan mengatasi masalah privasi yang timbul dari penggunaan data yang luas oleh sistem *AI* dan otomatisasi.

Transparansi juga merupakan kunci dalam membangun kepercayaan pengguna, dengan menyediakan informasi yang jelas tentang bagaimana keputusan diambil oleh sistem *AI* atau otomatisasi. Selanjutnya, perusahaan harus mempertimbangkan dampak sosial dari implementasi teknologi ini dan berkomitmen untuk menggunakan *AI* dan otomatisasi untuk meningkatkan kesejahteraan manusia secara keseluruhan. Dengan menerapkan pendekatan ini, perusahaan dapat memastikan bahwa teknologi *AI* dan otomatisasi digunakan secara etis dan memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat secara keseluruhan.

Untuk mengatasi tantangan akses digital, perlu dilakukan upaya yang komprehensif dan inklusif. Pertama, penting untuk memperluas infrastruktur internet dan teknologi informasi ke daerah-daerah yang terpinggirkan atau tidak terlayani secara optimal. Hal ini bisa dilakukan melalui investasi dalam penyediaan akses internet yang terjangkau dan berkualitas di wilayah pedesaan dan daerah terpencil. Kedua, diperlukan pendidikan digital yang lebih luas

untuk meningkatkan literasi dan keterampilan digital di semua lapisan masyarakat. Program-program pelatihan dan pendidikan harus didesain untuk mengajar individu tentang penggunaan teknologi, navigasi internet, dan keamanan *online*.

Selanjutnya, perlu ada inisiatif untuk menyediakan perangkat teknologi yang terjangkau atau subsidi bagi mereka yang tidak mampu membelinya sendiri. Ini akan membantu memastikan bahwa semua orang memiliki akses ke perangkat yang diperlukan untuk terhubung dengan dunia digital. (Rokhman dan Pristiwati 2023) Penting juga untuk memperhatikan kebutuhan khusus seperti aksesibilitas bagi difabel. Perangkat dan aplikasi harus dirancang dengan memperhitungkan kebutuhan aksesibilitas agar semua individu dapat mengakses informasi dan layanan digital dengan mudah. Selain itu, perlu diadopsi kebijakan yang mendukung inklusivitas digital, seperti perlindungan privasi dan keamanan data yang ketat untuk memastikan bahwa individu merasa aman dalam menggunakan teknologi. Membangun kemitraan antara pemerintah, sektor swasta, dan organisasi masyarakat sipil untuk mengatasi tantangan akses digital secara bersama-sama juga tidak kalah penting. Melalui kolaborasi yang kokoh, dapat diciptakan solusi yang berkelanjutan dan inklusif untuk memastikan bahwa semua orang dapat mengambil manfaat dari era digital yang semakin maju.

Untuk mengatasi tantangan perlindungan anak dan remaja dalam lingkungan digital, perlu ada pendekatan yang menyeluruh yang melibatkan pendidikan, teknologi, regulasi, dan partisipasi orang tua. Pertama, diperlukan pendidikan yang luas tentang keamanan digital, etika online, dan cara mengenali konten berbahaya bagi anak-anak dan remaja. Kedua, perusahaan teknologi harus memperkuat kebijakan perlindungan anak dan remaja, seperti kontrol orang tua dan filter konten yang kuat, serta meningkatkan pengawasan terhadap konten yang tidak sesuai.

Selanjutnya, pemerintah perlu mengimplementasikan regulasi yang ketat untuk melindungi anak-anak dan remaja dari eksploitasi dan penyalahgunaan di dunia digital, termasuk hukuman bagi pelanggar. Terakhir, orang tua dan wali harus terlibat secara aktif dalam kehidupan digital anak-anak mereka, dengan mengawasi aktivitas online mereka, membangun komunikasi terbuka tentang keamanan digital, dan memberikan bimbingan tentang perilaku online yang aman dan bertanggung jawab. Dengan pendekatan yang terkoordinasi dan kolaboratif ini, kita dapat menciptakan lingkungan digital yang lebih aman dan positif bagi anak-anak dan remaja.

BAB VII

PENUTUP

A. Kesimpulan

Etika bisnis Islam merupakan kerangka kerja yang mengatur perilaku dan praktik bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai Islam. Prinsip dasar etika bisnis Islam meliputi keadilan, kejujuran, kepercayaan, dan tanggung jawab sosial. Keadilan memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam transaksi bisnis diperlakukan dengan adil, tanpa diskriminasi atau penindasan. Kejujuran menjadi landasan dalam semua aspek bisnis, di mana para pelaku bisnis diharapkan untuk berbicara dan bertindak secara jujur dan tidak menyesatkan. Kepercayaan dan amanah diperlukan dalam setiap transaksi, di mana kontraktor harus memenuhi kewajiban mereka dengan sungguh-sungguh dan menghormati hak-hak pihak lain. Tanggung jawab sosial mendorong perusahaan untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya, bukan hanya mencari keuntungan semata.

Transformasi digital telah membawa dampak yang signifikan pada dunia bisnis, baik secara positif maupun negatif. Dari sisi positif, transformasi digital telah memungkinkan efisiensi operasional yang lebih besar, meningkatkan produktivitas, dan

memungkinkan akses yang lebih luas ke pasar global. Perusahaan dapat mengoptimalkan proses bisnis mereka melalui otomatisasi, analitik data yang canggih, dan platform digital yang inovatif, mempercepat pengambilan keputusan dan meningkatkan daya saing mereka. Selain itu, transformasi digital telah menciptakan peluang baru untuk inovasi produk dan layanan, memungkinkan bisnis untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan pasar dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Namun, dampak transformasi digital juga memiliki sisi negatifnya. Salah satunya adalah meningkatnya risiko terkait keamanan data dan privasi, di mana perusahaan harus berhadapan dengan ancaman *cyber* yang semakin kompleks dan serius. Selain itu, transformasi digital dapat menyebabkan ketidaksetaraan akses, di mana mereka yang tidak memiliki akses yang memadai ke teknologi digital dapat tertinggal dalam era ekonomi yang semakin terhubung. Selain itu, transformasi digital dapat mengakibatkan pemutusan hubungan kerja atau pergeseran lapangan pekerjaan, dengan otomatisasi menggantikan beberapa peran manusia dan menciptakan tantangan dalam hal penyesuaian tenaga kerja. Oleh karena itu, meskipun transformasi digital menawarkan berbagai peluang, perusahaan juga harus memperhatikan dan mengelola dampak negatifnya

dengan hati-hati untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.

Penerapan prinsip transparansi dan integritas, tanggung jawab sosial, keadilan dan kesetaraan, serta kepemimpinan yang beretika adalah fondasi yang penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan dan beretika. Dengan memprioritaskan transparansi dan integritas, perusahaan dapat membangun kepercayaan dengan para pemangku kepentingan dan memastikan bahwa operasi mereka dilakukan dengan jujur dan terbuka. Tanggung jawab sosial memungkinkan perusahaan untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, sementara keadilan dan kesetaraan memastikan bahwa semua individu diperlakukan secara adil dan memiliki kesempatan yang sama. Kepemimpinan yang beretika menginspirasi integritas, kejujuran, dan empati, membentuk budaya organisasi yang mempromosikan nilai-nilai moral dan menjadikan kesuksesan yang berkelanjutan sebagai prioritas utama.

Tantangan etika bisnis Islam dalam era digital mencakup kompleksitas dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam konteks teknologi yang terus berkembang pesat. Salah satu tantangan utama adalah memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan kepercayaan, dalam operasi bisnis yang semakin terdigitalisasi.

Solusinya melibatkan pendekatan komprehensif yang menggabungkan pendidikan, regulasi, dan inovasi teknologi. Perusahaan dapat memperkuat budaya etika yang Islami melalui pelatihan karyawan yang intensif tentang prinsip-prinsip Islam dalam konteks bisnis digital. Selain itu, regulasi yang ketat dan pemantauan yang aktif diperlukan untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika Islam dalam praktik bisnis digital. Di samping itu, inovasi teknologi seperti penggunaan kecerdasan buatan dan analitik data dapat digunakan untuk mendukung implementasi nilai-nilai etika Islam, seperti memastikan keadilan dalam pengambilan keputusan bisnis dan memperkuat keamanan data pelanggan. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat menghadapi tantangan etika bisnis Islam dalam era digital dengan lebih efektif dan membangun praktik bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam yang tinggi.

Penting memadukan etika, transparansi, integritas, dan keadilan dalam bisnis, baik konvensional maupun digital. Penerapan prinsip-prinsip ini menciptakan lingkungan bisnis berkelanjutan, terpercaya, dan bertanggung jawab, memberikan manfaat finansial serta dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, dan membangun fondasi kesuksesan jangka panjang.

DAFTAR REFERENSI

- Al-Ghazali. 2014. *Mutiara Ihya Ulumuddin*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Amir, Amri. 2021. *Ekonomi dan Keuangan Islam*. disunting oleh Junaidi dan Subhan. Jambi: WIDA Publishing.
- Aristoteles, dan Ratih Dwi Astuti. t.t. *Etika Nikomakea*. Yogyakarta: BASABASI.
- Auliana, Sigit, dan Iis Nuraisah. 2020. “Penerapan Change Management Sistem Informasi Di Universitas Bina Bangsa.” *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 13(1):69–84. doi: 10.46306/jbbe.v13i1.32.
- Bakar, Abu, dan Siti Nur Qomariah. 2023. *Buku Ajar Komprehensif Konsep Dasar Keperawatan*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Bertens, K. 1993. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dja’far, Abu Bakar, dan Yunus. t.t. *Mengenal Tokoh Filsafat Muslim Dan Pemikirannya*. Indramayu: Penerbit Adab.

- Fatma, Sarie, Biomi Agnes Ayu, Kusuma Made Adhyatma Prawira Natha, Rahim Ir Irwan Ridwan, Posmaningsih D.A.A., Sumaningrum Ningsih Dewi, Jumantini Entin, dan Nuryani Dina Dwi. 2023. *Kepemimpinan Dalam K3*. Deli Serdang: Cendikia Mulia Mandiri.
- Hamdan. 2023. *Ide dan Peluang Entrepreneur Era Digital*. Depok: PT Rekacipta Proxy Media.
- Ja'fi, Muhammad bin Ismail Abu Abdullah Al-Bukhari Al-. 1987. *Al-Jami' Al-Shahih Al-Mukhtashar*. Beirut: Dar Ibnu Katsir.
- Kamal, Irsyad, dan Kurnia Khafidhatur Rafiah. 2021. *Bisnis di Era Digital, Why Not?* Bandung: Yrama Widya.
- Kant, Immanuel. 2005. *Groundwork for the Metaphysics of Morals*. Broadview Press.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2021. *Mushaf Asy-Syafi'i: Al-Qur'an Terjemah*. Jakarta: Maktabah Al-Fatih Rasyid Media.
- Kukathas, Chandran. 2002. *John Rawls: Principles of Justice I*. Oxfordshire: Taylor & Francis.
- Limberg, Godwin, Ramses Iwan, Moira Moeliono, Yayan Indriatmoko, Agus Mulyana, Nugroho Adi Utomo Utomo, dan Ramses Iwan. 2009.

Bukan Hanya Laba: Prinsip-Prinsip Bagi Perusahaan Untuk Melaksanakan Tanggung Jawab Sosial. Bogor: Center for International Forestry Research (CIFOR).

Makarim, Edmon. 2010. *Tanggung Jawab Hukum Penyelenggara Sistem Elektronik.* Jakarta: Rajawali Press.

Manaanu, Yusuf Al, Fauzul Halim, Nirhamna Hanif Fadillah, dan Farisma Jiatrahman. 2021. "Pendidikan Jiwa Prespektif Ibn Qayyim Al Jauziyyah: Kritik Terhadap Pendidikan Jiwa di Barat." *Analisis: Jurnal Studi Keislaman* 21(1):165–82. doi: 10.24042/ajsk.v21i1.8283.

Mill, John Stuart. 2020. *Utilitarianisme.* Yogyakarta: BASABASI.

Muthahhari, Murtadha. 2009. *Keadilan Ilahi: Asas Pandangan-Dunia Islam.* Mizan Pustaka.

Muttaqin, Jamalul, dan Syamsiyani. 2022. "Al-Farabi: Politik Sebagai Jalan Kebahagiaan." *AN NUR: Jurnal Studi Islam* 14(2):129–44. doi: 10.37252/annur.v14i2.362.

Naisaburi, Abu Al Husain Muslim bin Al Hajjaj bin Muslim Al Qusyairi Al. t.t. *Al-Jami' Al-Shahih Al-Musamma Shahih Muslim.* Beirut: Dar Al Jail dan Dar Al Afaq Al Jadidah.

- Nasir, Munawar. 2020. *Etika dan Komunikasi dalam Bisnis: Tinjauan Al-Qur'an, Filosofis, dan Teoritis*. disunting oleh A. K. Muzakkir. Makassar: CV. Social Politic Genius (SIGn).
- Pasaribu, Manerep, dan Albert Widjaja. 2020. *Strategi & Transformasi Digital*. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Posetti, Julie, Cherilyn Ireton, Claire Wardle, Hossein Derakhshan, Alice Matthews, Magda Abu-Fadil, Tom Trewinnard, dan Alexios Mantzarlis. 2019. *Jurnalisme, Berita Palsu, dan Disinformasi: Buku Pegangan*. disunting oleh K. Ambardi, N. Kurnia, Rahayu, dan Z. M. Z. Monggilo. Paris: The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Qadha'i, Muhammad bin Salamah bin Ja'far Abu Abdullah Al-. 1986. *Musnad Al-Syihab*. Beirut: Mu'assasah Ar-Risalah.
- Rachmad, Yeosoep Edhie, Novi Indrayani, Budi Harto, Loso Judijanto, Arief Yanto Rukmana, Nur Fitri Rahmawati, Nur Ambulani, dan Saktisyahputra. 2024. *Digital Technology Management: Penggunaan Teknologi dalam Mengelola Manajemen yang Berdaya Saing*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Rokhman, Fathhur, dan Rahayu Pristiwati. 2023. “Dari Dunia Offline ke Dunia Online: Merangkul Literasi Digital.” *Jurnal Pembahsi (Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia)* 13(1):44–54.
- Rudito, Priyantono. 2017. *Digital Mastery: Membangun Kepemimpinan Digital untuk Memenangkan Era Disrupsi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Salami, Muhammad bin 'Isa Abu 'Isa Al-Tirmidzi Al-t.t. *Al-Jami' Al-Shabih Sunan Al-Tirmidzi*. Beirut: Dar Ihya' Al-Turats Al-'Arabi.
- Sirimorok, Nurhady. 2020. *Belajar Kritis dari Luar Sekolah*. Gowa: Penerbit Akasia.
- Syafi'i, Akhmad, Andri Brawijaya, dan Arif Rohman Hakim. 2023. “Strategi Inovatif Manajemen Dan Bisnis Di Era Digital: Analisis Pengaruh Teknologi Terkini Terhadap Keberlanjutan Dan Kinerja Organisasi.” *Jurnal Visionida* 9(2):191–98. doi: 10.30997/jvs.v9i2.11069.
- Syarifuddin, Ferry, dan Ali Sakti. 2021. *Praktik Ekonomi dan Keuangan Syariah oleh Kerajaan Islam di Indonesia*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Thompson, Jon W. 2017. *An Analysis of Alasdair MacIntyre's After Virtue*. Florida: CRC Press.

Utoyo, Indra. 2020. *Hybrid Company Model: Cara Menang Di Era Digital Yang Disruptif*. Jakarta: PT. Rayyana Komunikasindo.

Wright, John P. 2009. *Hume's "A Treatise of Human Nature": An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Hanief Monady, S.Th.I., M.Ag., adalah seorang anak Banjar yang lahir di Banjarmasin pada tanggal 19 Oktober 1990. Dia saat ini menjadi dosen di salah satu perguruan tinggi Islam terkemuka di kota Palangka Raya, IAIN Palangka Raya. Dia telah memiliki dua orang anak, Muhammad Nazheef Al Qasthalani dan Zayyeed Muntashaf Maulidy, buah dari pernikahannya dengan Linda Juhairiyah, S.H.I. Dia telah menulis beberapa karya ilmiah penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di antaranya pada bidang Ekonomi Syariah, Praktik Tabungan Minyak Masyarakat Desa Kantan Atas, Pulang Pisau, Kalimantan Tengah, Sosialisasi dan Strategi Personal Selling Penerimaan Mahasiswa Baru Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya dalam Kondisi Pandemi Covid-19, dan Pricing Mechanism for Collateral Auctions in Problematic Financing at Bank Syariah Indonesia Palangka Raya. Pada bidang Hadis, di antaranya The Emancipation of Women in Waqf (Study of Hadits), dan Analysis of 'The Book Jami' Al Ahadith Al Qudsiyyah by Isham Al Din Al Shababiti.



Arif Mubarak, S.E.I., M.E. adalah seorang Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya sejak tahun 2020. Dia menyelesaikan pendidikan S1 pada program studi ekonomi Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Antasari

Banjarmasin pada tahun 2011 dan kemudian menyelesaikan pendidikan S2 pada program studi yang sama yakni ekonomi Islam di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2018. Beberapa karya tulis yang telah dihasilkan berfokus pada keilmuan Ekonomi Syariah dan lebih banyak tentang zakat. Di antara karya tulis tersebut ada yang berbentuk buku dengan judul *ZISWAF* dan *Zakat Era Society 5.0*. Adapun penelitian berkaitan dengan zakat yang dimiliki antara lain adalah tesis dengan judul *Pengaruh Zakat Produktif Terhadap Kesejahteraan Mustahik yang Diintervensi oleh Perkembangan Usaha dan Dimoderasi oleh Iklim Usaha di BAZNAS Kalimantan Selatan*. Jurnal dengan judul *Implementasi Zakat Profesi di Lingkungan Pegawai Kantor Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Selatan* dan *Strategi Fundraising Zakat Pada LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah*.



Muhammad Indra Zul Aqlani, lahir di Sampit pada 29 Juni 1992. Menyelesaikan pendidikan dasar di MIN Langkai Palangka Raya pada tahun 2004, dan melanjutkan pendidikan MTs di Pondok Pesantren Al-Falah Putera Banjar Baru lalu melanjutkan pendidikan MA di MAN Palangka Raya. Pendidikan S-1 dilakukan di Kota Malang tepatnya di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Jurusan Teknik Informatika lulus tahun 2016. Pengalaman organisasi di kampus pernah menjabat sebagai ketua IMM UIN Malang dan pernah juga menjadi wakil ketua Himpunan Mahasiswa Kalimantan UIN Malang, aktif dalam berbagai diskusi kampus dan acara-acara kampus saat masih berkuliah. Hobi traveling, menulis cerita pendek yang di publikasikan dalam blog pribadi juga dikirimkan ke beberapa even lomba cerpen. Sekarang aktif dalam bidang Bisnis Digital dan Manajemen ASN juga aktif dalam forum diskusi teknologi dalam pemerintahan. Penulis sekarang menetap di Palangka Raya Sebagai ASN di IAIN Palangka Raya. Penulis dapat di hubungi di nomer 08991199700 atau via e-mail muhammadindra99@gmail.com.



Galih Ramadhani, lahir di kota Palangka Raya pada tanggal 26 Oktober 2003. Seorang mahasiswa IAIN Palangka Raya. Ia pernah menimba ilmu di SDN 6 Panarung Palangkaraya, Madrasah Tsanawiyah Muslimat Nahdhatul Ulama kota Palangka Raya, dan Madrasah Aliyah Muslimat Nahdhatul Ulama kota

Palangka Raya. Ia pernah aktif dalam Pramuka, Drumband, dan saat ini aktif pada Olahraga Karate. Saat ini ia adalah anggota Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Ia pernah meraih Juara II pada Komite Karate O2SN Tingkat SMP/MTs se kota Palangka Raya. Ia dapat dihubungi pada nomor telepon 083143444348 atau email galihrmdhn2610@gmail.com.



Eka Darwanti, lahir di Balai Riam pada tanggal 6 November 2004. Ia adalah mahasiswi IAIN Palangka Raya. Ia menimba ilmu pada SDN Bangun Jaya, SMPN 2 Balai Riam, dan dilanjutkan pada SMKS Dar Al-Raudhah. Ia pernah aktif pada OSIS SMPN 2 Balai Riam, Pramuka SMPN 2 Balai Riam dan Pramuka SMKS Dar Al-Raudhah. Pada saat ini, ia aktif pada HMPS Perbankan Syariah, anggota Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, dan aktif pada LSBM IAIN Palangka Raya. Ia pernah menjuarai Lomba Puisi Tingkat Sekolah SMPN 2 Balai Riam di posisi III dan Peringkat I pada Lomba Makalah dan Presentasi Tugas Akhir SMKS Dar Al-Raudhah. Ia dapat dihubungi pada nomor 081996604098, atau pada email akudarwanti61104@gmail.com.