

Pemindahan Kepemilikan dalam Konteks Kewirausahaan Islam: Perspektif Moral dan Etika Bisnis

Iip M Aditiya, Dedah Jubaedah

UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: Iipmuhamad509@gmail.com, dedahjubaedah@uinsgd.ac.id

ABSTRAK

Kata kunci:

kepemilikan;
kewirausahaan; etika
bisnis.

Keywords:

ownership;
entrepreneurship;
business ethics.

Dalam konteks global yang dinamis, pentingnya memahami dan mengaplikasikan prinsip-prinsip moral dan etika bisnis Islam dalam pemindahan kepemilikan semakin meningkat. Di tengah persaingan yang ketat dan tekanan ekonomi global, bisnis Islam diharapkan tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga mampu memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat secara luas. Oleh karena itu, penelitian tentang pemindahan kepemilikan dalam konteks kewirausahaan Islam menjadi suatu kebutuhan mendesak untuk menggali potensi dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam mencapai tujuan-tujuan moral dan etika. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pemindahan kepemilikan dalam konteks kewirausahaan Islam, dengan penekanan khusus pada perspektif moral dan etika bisnis. Melibatkan analisis literatur, studi kasus, dan wawancara dengan pelaku bisnis Islam dan ahli hukum Islam, penelitian ini menyelidiki nilai-nilai moral yang mendasari transaksi seperti jual beli, warisan, hibah, dan akuisisi perusahaan. Dengan mendalamnya analisis terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pandangan holistik terhadap bagaimana pemindahan kepemilikan dapat dijalankan dengan integritas, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk pemahaman praktik bisnis Islam yang beretika serta memberikan pedoman praktis bagi para pelaku bisnis untuk menghadapi dilema moral dalam keputusan pemindahan kepemilikan.

In a dynamic global context, the importance of understanding and applying Islamic business moral and ethical principles in transfer of ownership is increasing. Amidst intense competition and global economic pressures, Islamic businesses are expected to not only survive but also make positive contributions to society at large. Therefore, research on transfer of ownership in the context of Islamic entrepreneurship is an urgent need to explore the potential and challenges faced by business actors in achieving moral and ethical goals. This study aims to investigate transfer of ownership in the context of Islamic entrepreneurship, with a particular emphasis on the perspective of business morality and ethics. Involving literature analysis, case studies, and interviews with Islamic business actors and Islamic legal experts, this study investigates the moral values underlying transactions such as buying and selling, inheritance, gifts, and company acquisitions. With an in-depth analysis of the principles of Islamic business ethics, this study aims to provide a holistic view of how transfer of ownership can be carried out with integrity, fairness, and social responsibility. It is hoped that the results of this study can make a significant contribution in shaping the understanding of ethical Islamic business practices and provide practical guidelines for business actors to face moral dilemmas in decisions to transfer ownership.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan kompleksitas ekonomi, kewirausahaan Islam menjadi pusat perhatian untuk mengembangkan model bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai etika dan moral Islam (Tandiawan, 2022). Salah satu aspek krusial dari aktivitas kewirausahaan adalah pemindahan kepemilikan, yang melibatkan transaksi jual beli, akuisisi, hibah, dan warisan. Dalam penelitian ini, teori kewirausahaan Islam menjadi landasan utama. Teori ini menekankan pentingnya nilai-nilai etika dan moral dalam pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, teori integrasi nilai-nilai Islam dalam bisnis menunjukkan bahwa keberlanjutan dan integritas usaha tidak hanya diukur dari profit, tetapi juga dari dampak sosial dan moral yang ditimbulkan. Pemindahan kepemilikan ini menjadi tonggak penting dalam mengukur integritas dan keberlanjutan suatu bisnis, serta mempertanyakan sejauh mana prinsip-prinsip moral dan etika bisnis Islam diintegrasikan dalam praktik kewirausahaan (Siregar et al., 2024).

Dalam konteks global yang dinamis, pentingnya memahami dan mengaplikasikan prinsip-prinsip moral dan etika bisnis Islam dalam pemindahan kepemilikan semakin meningkat. Di tengah persaingan yang ketat dan tekanan ekonomi global, bisnis Islam diharapkan tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga mampu memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat secara luas. Oleh karena itu, penelitian tentang pemindahan kepemilikan dalam konteks kewirausahaan Islam menjadi suatu kebutuhan mendesak untuk menggali potensi dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam mencapai tujuan-tujuan moral dan etika (Anisa, 2021).

Selain itu, kebutuhan akan panduan praktis bagi pelaku bisnis Islam dalam menghadapi dilema moral dan etika dalam pemindahan kepemilikan semakin mendesak. Sebagai bagian integral dari bisnis, pemindahan kepemilikan tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga mencakup dimensi nilai dan etika yang tidak boleh diabaikan (Rahma et al., 2023). Oleh karena itu, penelitian ini diinisiasi untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan dalam literatur terkait dan memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang bagaimana nilai-nilai moral dan etika bisnis Islam dapat diaplikasikan dalam pemindahan kepemilikan dengan cara yang memberikan dampak positif bagi seluruh stakeholders.

Beberapa studi sebelumnya telah membahas etika bisnis dalam konteks Islam, seperti penelitian oleh Hardiyanti (2024) yang menekankan pentingnya prinsip-prinsip moral dalam praktik kewirausahaan. Penelitian lain oleh Arwin (2023) menemukan bahwa pelaku bisnis Islam cenderung mengedepankan nilai-nilai sosial dalam menjalankan usaha mereka. Namun, penelitian spesifik mengenai pemindahan kepemilikan dalam konteks kewirausahaan Islam masih terbatas. Penelitian ini sangat mendesak mengingat meningkatnya kebutuhan untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam pemindahan kepemilikan di tengah tantangan globalisasi. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam, diharapkan praktik kewirausahaan tidak hanya bertahan tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat. Meskipun ada penelitian tentang etika bisnis Islam, masih ada kekurangan dalam kajian khusus mengenai pemindahan kepemilikan dan bagaimana nilai-nilai tersebut diimplementasikan dalam praktik. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan memberikan panduan praktis terkait dilema moral yang dihadapi pelaku bisnis (Pratama & Khaidarmansyah, 2024).

Dengan memahami latar belakang tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi substansial terhadap pemahaman tentang pemindahan kepemilikan dalam kewirausahaan Islam serta memberikan kerangka referensi yang berguna bagi pelaku bisnis dan praktisi ekonomi Islam dalam menghadapi dilema etis dan moral di dalamnya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur akademis dalam konteks kewirausahaan Islam dan memotivasi penelitian lebih lanjut mengenai integrasi nilai-nilai Islam dalam konteks bisnis kontemporer (Putri et al., 2023).

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian "Pemindahan Kepemilikan dalam Konteks Kewirausahaan Islam: Perspektif Moral dan Etika Bisnis" ini melibatkan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk mendalami pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai moral dan prinsip etika bisnis Islam diimplementasikan dalam konteks pemindahan kepemilikan. Berikut adalah narasi mengenai metode penelitian yang diterapkan:

Pertama, penelitian ini menggunakan analisis literatur untuk merinci kerangka konseptual dan landasan teoretis terkait pemindahan kepemilikan, kewirausahaan Islam, serta etika bisnis Islam. Analisis literatur membantu memahami kerangka konseptual yang diperlukan untuk mengidentifikasi prinsip-prinsip moral dan etika yang terkandung dalam ajaran Islam (Hasibuan & Hasibuan, 2023).

Kedua, pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis secara deskriptif data yang diperoleh dari analisis literatur, studi kasus, dan wawancara. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan dengan rinci bagaimana nilai-nilai moral dan etika bisnis Islam tercermin dalam praktik pemindahan kepemilikan di pasar tradisional tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Prinsip Tauhid dalam Pemindahan Kepemilikan

Implementasi prinsip Tauhid dalam pemindahan kepemilikan memiliki dampak yang mendalam dalam konteks kewirausahaan Islam. Kesadaran akan keterkaitan dengan Tuhan menjadi landasan utama bagi pelaku bisnis yang menjalankan pemindahan kepemilikan dengan penuh rasa tanggung jawab. Prinsip Tauhid mendorong mereka untuk menjaga keadilan ilahi dan keseimbangan dalam setiap transaksi. Konsistensi dengan ajaran agama menjadi pedoman, dengan pelaku bisnis merujuk pada nilai-nilai Islam yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadis. Niat yang suci, sesuai dengan ajaran agama, menjadi faktor kunci kesuksesan dalam pemindahan kepemilikan (Roliansyah et al., 2022).

Pentingnya menjauhi perbuatan yang dilarang dalam Islam, seperti riba dan penipuan, menjadi fokus pelaku bisnis yang mengimplementasikan prinsip Tauhid. Mereka meyakini bahwa setiap langkah yang diambil harus sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Syariah. Selain itu, keterlibatan dalam amal keuangan sosial menjadi bukti konkrit dari implementasi prinsip Tauhid, di mana sebagian keuntungan dari pemindahan kepemilikan dialokasikan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan (Azzahra et al., 2023).

Prinsip Tauhid juga mendorong pelaku bisnis untuk merasa tanggung jawab terhadap lingkungan. Mereka berusaha untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, menciptakan bisnis yang tidak hanya mematuhi ajaran agama tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap ciptaan Tuhan. Dengan demikian, implementasi prinsip Tauhid dalam pemindahan kepemilikan bukan hanya menciptakan keberlanjutan dalam bisnis, tetapi juga menciptakan harmoni antara aktivitas bisnis dan nilai-nilai spiritual Islam.

Penelitian oleh Dusuki dan Abdullah (2007) menunjukkan bahwa pelaku bisnis Islam cenderung lebih memperhatikan etika dan moral dalam praktik kewirausahaan mereka, termasuk dalam transaksi keuangan. Selain itu, penelitian oleh Ali dan Al-Owaidan (2008) menggarisbawahi pentingnya niat dan integritas dalam menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Penelitian ini memperkuat argumen bahwa implementasi prinsip Tauhid dalam setiap aspek bisnis, termasuk pemindahan kepemilikan, sangat penting untuk memastikan kesesuaian dengan nilai-nilai Islam.

Pentingnya menjauhi perbuatan yang dilarang dalam Islam, seperti riba dan penipuan, menjadi fokus pelaku bisnis yang mengimplementasikan prinsip Tauhid. Mereka meyakini bahwa setiap langkah yang diambil harus sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Syariah. Penelitian oleh Sadiq dan Ali (2014) menekankan bahwa pelaku bisnis yang mematuhi hukum Syariah tidak hanya menghindari praktik yang merugikan, tetapi juga berupaya membangun reputasi yang baik di mata masyarakat.

Selain itu, keterlibatan dalam amal keuangan sosial menjadi bukti konkrit dari implementasi prinsip Tauhid, di mana sebagian keuntungan dari pemindahan kepemilikan dialokasikan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Penelitian oleh Karim dan Yusof (2014) menunjukkan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan tanggung jawab sosial dalam model bisnis mereka tidak hanya meningkatkan citra perusahaan, tetapi juga memperkuat kepercayaan pelanggan dan komunitas.

Keseimbangan dan Keadilan dalam Transaksi Jual Beli

Keseimbangan dan keadilan menjadi pilar utama dalam transaksi jual beli yang diimplementasikan dalam konteks kewirausahaan Islam. Penerapan prinsip Mizan, atau keseimbangan, mencerminkan nilai-nilai moral dan etika Islam dalam setiap aspek transaksi bisnis. Pelaku bisnis yang menjalankan transaksi jual beli dengan berpegang teguh pada prinsip keseimbangan berusaha menjaga proporsi dan keadilan dalam setiap tawar-menawar.

Dalam transaksi jual beli yang menerapkan prinsip Mizan, harga yang ditawarkan dan diterima tidak hanya mencerminkan nilai pasar, tetapi juga memperhatikan keadilan bagi kedua belah pihak, penjual dan pembeli. Keadilan ini tercermin dalam penetapan harga yang adil dan saling menguntungkan, sehingga setiap pihak merasa dihargai dan tidak dirugikan dalam proses transaksi. Pelaku bisnis yang memegang prinsip keseimbangan dan keadilan juga cenderung memperhatikan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Mereka berkomitmen untuk menyediakan barang atau layanan yang sesuai dengan nilai transaksi, sehingga terjaga keseimbangan antara nilai yang diberikan dan yang diterima.

Pentingnya keseimbangan dan keadilan juga tercermin dalam penanganan perselisihan atau ketidaksepakatan yang mungkin timbul dalam transaksi jual beli. Pelaku bisnis berusaha mencari solusi yang adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Syariah Islam, menjauhi konflik yang merugikan salah satu pihak. Dalam konteks kewirausahaan Islam, keseimbangan dan keadilan dalam transaksi jual beli juga mencakup aspek sosial dan ekonomi. Pelaku bisnis diharapkan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sekitar, menciptakan dampak sosial yang adil dan berkelanjutan. Hal ini dapat melibatkan pemberdayaan ekonomi lokal, penyediaan pekerjaan, atau alokasi sebagian keuntungan untuk program amal.

Akuntabilitas dan Tanggung Jawab Sosial Pelaku Bisnis

Akuntabilitas dan tanggung jawab sosial menempati posisi sentral dalam praksis kewirausahaan Islam, mencerminkan komitmen pelaku bisnis untuk memahami dan merespons dampak sosial dan ekonomi dari kegiatan bisnis mereka. Prinsip-prinsip ini diterapkan melalui transparansi dan akuntabilitas keuangan, di mana pelaku bisnis berusaha menjalankan transaksi dengan keterbukaan dan tanggung jawab terhadap semua pihak yang terlibat. Terdapat kesadaran akan kewajiban mematuhi prinsip-prinsip syariah, menggambarkan akuntabilitas terhadap norma dan nilai-nilai agama dalam setiap aspek bisnis, termasuk pemindahan kepemilikan.

Tanggung jawab sosial pelaku bisnis dalam kewirausahaan Islam melibatkan upaya nyata untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. Ini dapat mencakup program amal, pemberdayaan ekonomi lokal, dan keterlibatan dalam inisiatif sosial lainnya yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar. Pelaku bisnis juga berupaya membuka peluang usaha dan menciptakan lapangan pekerjaan, mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dalam komunitas mereka.

Sikap responsif terhadap kritik dan umpan balik dari masyarakat adalah elemen krusial dari akuntabilitas sosial. Pelaku bisnis yang bertanggung jawab siap untuk mendengarkan dan merespons masukan dari masyarakat, serta bersedia melakukan perbaikan jika diperlukan. Seiring dengan itu, keterlibatan dalam pendidikan dan kesadaran terkait etika bisnis Islam menjadi bagian integral dari tanggung jawab sosial, di mana pelaku bisnis berperan dalam mendidik masyarakat mengenai prinsip-prinsip kewirausahaan Islam dan nilai-nilai moral yang terkandung di dalamnya.

Menggabungkan akuntabilitas dan tanggung jawab sosial dalam bisnis tidak hanya memenuhi standar etika bisnis Islam, tetapi juga menciptakan dampak positif yang signifikan dalam pembangunan masyarakat dan lingkungan. Pelaporan publik tentang dampak sosial dan lingkungan menciptakan tingkat transparansi yang lebih tinggi, menjelaskan secara terbuka kontribusi bisnis terhadap keberlanjutan dan memberikan contoh praktik bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai moral dan etika Islam.

Kebebasan Berkehendak dalam Memilih dan Menawar

Kebebasan berkehendak memainkan peran sentral dalam transaksi bisnis, khususnya dalam konteks kewirausahaan Islam. Prinsip ini mendorong adanya proses tawar-menawar yang adil dan terbuka, di mana penjual dan pembeli memiliki kebebasan untuk menentukan harga yang dianggap wajar. Meskipun demikian, kebebasan berkehendak ini tetap terikat pada prinsip-prinsip Syariah, sehingga setiap tawaran dan penawaran harus sejalan dengan etika Islam, menjauhi praktik-praktik yang diharamkan. Kebebasan berkehendak juga menekankan pentingnya kesepakatan sukarela antara pihak yang terlibat. Tanpa adanya paksaan atau tekanan yang merugikan, setiap transaksi didasarkan pada persetujuan sukarela dari kedua belah pihak. Dalam konteks pemindahan kepemilikan, individu memiliki kebebasan untuk memilih barang atau jasa yang sesuai dengan nilai-nilai moral dan keadilan, menekankan pertimbangan etika dalam proses pemilihan.

Peran pemberi tawaran dan penerima tawaran juga mencerminkan kebebasan berkehendak. Kedua pihak memiliki kebebasan untuk menetapkan parameter tawar-menawar mereka sendiri, memastikan bahwa prinsip keadilan terjaga dalam setiap tahap proses. Selain itu, kebebasan berkehendak mendukung prinsip persaingan sehat, di mana pelaku bisnis dapat bersaing tanpa melanggar etika Islam, menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan berkeadilan. Pentingnya pendidikan dan kesadaran terkait prinsip-prinsip etika bisnis Islam menjadi elemen krusial untuk memastikan kebebasan berkehendak diimplementasikan secara bertanggung jawab. Pemahaman yang baik akan memberikan landasan yang kuat bagi pengambilan keputusan yang etis dalam setiap transaksi, memastikan bahwa kebebasan berkehendak tidak bertentangan dengan nilai-nilai moral dan hukum Syariah. Dengan demikian, kebebasan berkehendak tidak hanya menjadi aspek integral dalam pemindahan kepemilikan dalam kewirausahaan Islam, tetapi juga menjadi landasan untuk membangun lingkungan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama.

Pencapaian Keunggulan melalui Etika Bisnis Islam

Pencapaian keunggulan melalui etika bisnis Islam menjadi landasan yang kokoh untuk pembangunan bisnis yang berkelanjutan dan bermartabat. Dalam konteks ini, integritas berperan sentral, dengan pelaku bisnis yang menjalankan operasinya dengan penuh integritas dapat membangun kepercayaan pelanggan dan mitra bisnis. Kepercayaan ini tidak hanya menjadi aset berharga, tetapi juga modal sosial yang mendasari pencapaian keunggulan jangka panjang (Mansur, 2012).

Selanjutnya, prinsip keadilan dalam Islam menjadi fondasi hubungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Perlakuan yang adil terhadap semua pihak, baik pelanggan, karyawan, maupun mitra bisnis, menciptakan lingkungan yang mendukung pencapaian keunggulan melalui hubungan yang saling menguntungkan. Pemberdayaan ekonomi lokal juga menjadi strategi yang efektif, di mana pelibatan dalam

inisiatif yang mendukung pertumbuhan ekonomi komunitas lokal menciptakan keunggulan berupa dukungan masyarakat yang kuat dan loyalitas pelanggan.

Inovasi yang berbasis pada nilai-nilai Islam juga dapat menjadi sumber keunggulan. Pengembangan produk atau layanan yang memenuhi standar etika Islam menciptakan diferensiasi positif di mata konsumen yang semakin memperhatikan nilai-nilai moral. Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diterapkan dengan konsisten menjadi bagian integral dari keberhasilan bisnis, menciptakan keunggulan melalui kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Pendidikan dan kesadaran konsumen menjadi elemen penting dalam pencapaian keunggulan. Kampanye pemasaran yang didasarkan pada etika Islam dapat mendidik dan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap nilai-nilai moral dan etika bisnis Islam. Komitmen pada kualitas dan layanan yang unggul juga menjadi faktor kunci, memastikan bahwa produk atau layanan tidak hanya memenuhi standar kualitas tinggi, tetapi juga dihasilkan dengan mempertahankan etika dalam setiap tahap proses.

Kerjasama dan solidaritas bisnis, di mana prinsip-prinsip Islam menjadi landasan, tidak hanya membangun jejaring yang kuat tetapi juga memberikan keunggulan melalui akses lebih luas ke pasar dan peluang bisnis. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara holistik, perusahaan bukan hanya mencapai keunggulan kompetitif, tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan berkelanjutan yang didasarkan pada nilai-nilai moral dan spiritual. Etika bisnis Islam bukan hanya menjadi kode perilaku; tetapi juga menjadi sumber daya strategis yang membentuk masa depan bisnis yang berkelanjutan dan bermartabat (Setiawan, 2024).

Pentingnya Edukasi dan Kesadaran Etika Bisnis Islam

Pentingnya edukasi dan kesadaran etika bisnis Islam menjadi landasan krusial dalam membangun lingkungan bisnis yang berintegritas dan berkelanjutan. Edukasi memainkan peran utama dalam menyampaikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam kepada pelaku bisnis, karyawan, dan konsumen. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap nilai-nilai moral dan hukum Syariah, pelaku bisnis dapat mengambil keputusan yang lebih bijaksana dan sejalan dengan ajaran Islam.

Kesadaran etika bisnis Islam juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku dan budaya organisasi. Melalui peningkatan kesadaran, pelaku bisnis dapat menginternalisasi nilai-nilai etika Islam dalam setiap aspek operasional, mulai dari pengambilan keputusan hingga interaksi sehari-hari. Hal ini membentuk lingkungan yang mendukung praktik bisnis yang adil, transparan, dan bertanggung jawab (Setiawan, 2007).

Edukasi dan kesadaran terkait etika bisnis Islam bukan hanya berfokus pada internal perusahaan, tetapi juga berdampak pada hubungan dengan pihak eksternal. Konsumen yang lebih sadar etika cenderung memilih produk atau layanan dari perusahaan yang mempraktikkan bisnis berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Dengan demikian, kesadaran etika bisnis Islam juga menciptakan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin memperhatikan nilai-nilai moral.

Selain itu, edukasi dan kesadaran etika bisnis Islam memiliki dampak positif dalam memitigasi risiko hukum dan reputasi. Pelaku bisnis yang teredukasi dengan baik akan lebih mampu menghindari praktik-praktik bisnis yang bertentangan dengan hukum Syariah, sehingga menjaga integritas perusahaan. Kesadaran akan reputasi dan dampak sosial bisnis juga menjadi faktor pendorong untuk berkomitmen pada praktik bisnis yang etis.

Dengan demikian, edukasi dan kesadaran etika bisnis Islam bukan hanya menjadi investasi jangka pendek untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip agama, tetapi juga merupakan pondasi yang kokoh untuk membangun warisan perusahaan yang berkelanjutan dan dihormati. Melalui upaya ini, bisnis tidak hanya menjadi entitas ekonomi, tetapi juga agen perubahan positif dalam masyarakat, menciptakan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan moral (Maulana, 2020).

Meskipun etika bisnis Islam diimplementasikan, hasil penelitian menunjukkan bahwa masih ada kebutuhan untuk meningkatkan edukasi dan kesadaran terkait etika bisnis Islam di kalangan pelaku bisnis. Hal ini dianggap sebagai langkah penting untuk memperkuat penerapan nilai-nilai moral dalam pemindahan kepemilikan.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa pemindahan kepemilikan dalam konteks kewirausahaan Islam tidak hanya melibatkan aspek transaksional semata, tetapi juga memerlukan perhatian khusus terhadap nilai-nilai moral dan prinsip etika bisnis Islam. Prinsip-prinsip seperti integritas, keadilan, akuntabilitas, dan tanggung jawab sosial memainkan peran kunci dalam memastikan bahwa pemindahan kepemilikan sejalan dengan ajaran Islam. Implementasi prinsip Tauhid, yang menekankan keesaan Allah, diwujudkan melalui kejujuran dan keadilan dalam setiap transaksi. Keseimbangan dan keadilan dalam transaksi jual beli menjadi landasan yang mencerminkan prinsip-prinsip moral dan etika Islam. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya akuntabilitas dan tanggung jawab sosial sebagai elemen integral dalam pemindahan kepemilikan, di mana pelaku bisnis diharapkan bertanggung jawab tidak hanya terhadap pelanggan dan mitra bisnis, tetapi juga

terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Selain itu, pendidikan dan kesadaran terkait etika bisnis Islam diperoleh sebagai temuan penting, di mana pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip moral dapat membantu pelaku bisnis mengambil keputusan yang bijaksana. Dengan demikian, pemindahan kepemilikan dalam kewirausahaan Islam membutuhkan pendekatan holistik yang mencakup aspek moral dan etika bisnis, untuk menciptakan lingkungan bisnis yang berintegritas, adil, dan berkelanjutan, sejalan dengan ajaran agama Islam. Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman praktik bisnis Islam yang beretika dan menawarkan panduan praktis bagi pelaku bisnis dalam menghadapi dilema moral terkait pemindahan kepemilikan.

REFERENSI

- Anisa, A. (2021). *Tanggung Jawab Penyewa Dalam Terjadinya Overtime Pada Perjanjian Sewa Menyewa Mobil Di CV. Central Rent CAR Pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Arwin, A., Sugiharto, V., & Nisa, A. K. (2023). Optimalisasi Edupreneurship di Pondok Pesantren untuk Membentuk Santripreneur Berdaya Saing dan Mandiri di Era Milenial. *Fitrah: Journal of Islamic Education*, 4(1), 123–137.
- Azzahra, F. Y., Astuti, S., & Murbaningrum, T. (2023). Konsep Kewirausahaan dalam Ekonomi Islam. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 2(5), 40–51.
- Hardiyanti, R. (2024). *Potret nilai-nilai tasawuf Entrepreneurship dalam strategi bisnis pelaku UMKM: Studi deskriptif di Pasar Kaget 46 Palasari Cibiru Kota Bandung*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Hasibuan, S. H. N., & Hasibuan, R. R. A. (2023). Analisis Tanggung Jawab Pegadaian Syariah Atas Rusak atau Hilangnya Barang Jaminan di PT. Pegadaian UPS Sibuhuan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 10757–10762.
- Mansur, S. (2012). Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory. *Economic: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 2(2).
- Maulana, A. S. (2020). *Kewirausahaan (Entrepreneurship) dalam Pandangan Islam (Historis-Politik dan Ekonomi)*. Penerbit NEM.
- Pratama, S., & Khaidarmansyah, K. (2024). Peran Islamic Work Ethic (IWE) dalam Dunia Professional Kontemporer: Literatur Tiga Negara Mayoritas Muslim. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 143–164.
- Putri, A. E., Nuraeni, D. S., & Renfiana, L. (2023). Implementasi Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Melakukan Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional: Studi Pasar Pagi 28 Purwoasri Metro Utara. *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(6), 260–274.
- Rahma, M., Nazzara, R., & Salsabila, Y. N. (2023). etika bisnis islam pada pedagang minuman. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 2(4), 935–943.
- Roliansyah, A., Utami, A. P., Asnaini, A., & Afrianty, N. (2022). Analisis Transaksi Jual Beli Online Di Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Islam Pada Masa Pandemi Covid 19. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(5), 443–456.
- Setiawan, Mulyo Budi. (2007). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (studi pada pd. bpr bank pasar kendal). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 14(2).
- Setiawan, I. (2024). Peran manajer keuangan dalam menangani konflik keuangan dan nilai-nilai syariah. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 5(1), 28–44.
- Siregar, M. I., Anwar, S., & Kania, D. (2024). Penerapan Rahn Pada Lembaga Pegadaian Syariah: Kajian Etika Bisnis Islam. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(1), 38–43.
- Tandiawan, W. (2022). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Akses Pendanaan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 3(4), 323–341.