

Konsep Akhlak Tasawuf sebagai Fondasi Etika Bisnis Syariah

Diki Ahmad¹, Amal Kamaludin²

^{1,2}Hukum Ekonomi Syariah, STIEBS Nahdlatul Ulama Garut, Indonesia
Dikiahmad11@gmail.com

Received : Nov' 2025 Revised : Dec' 2025 Accepted : Dec' 2025 Published : Dec' 2025

ABSTRACT

The concept of akhlaq tasawuf holds a central role in shaping the foundation of Islamic business ethics, which is not only oriented toward legal compliance but also toward spiritual depth and the moral integrity of entrepreneurs. This article aims to critically examine the relationship between ethical values in the Sufi tradition – such as honesty (ṣidq), trustworthiness (amanah), asceticism (zuhud), and excellence (ihsan) – and the principles of Islamic business ethics that emphasize justice, transparency, and blessing (barakah). This study employs a qualitative approach based on literature review and conceptual analysis. It finds that akhlaq tasawuf can serve as a transformative foundation in building a business culture oriented toward maqāṣid al-sharī'ah and collective welfare.. The integration of spirituality and economic practice opens space for a model of Islamic business that is not only economically competitive but also contributes to the moral and social development of the community. This study recommends strengthening Sufi-based ethical education within the Islamic economics curriculum as well as applying spiritual values in the institutional policies of Islamic business.

Keywords : *Islamic Spirituality; Objectives of Islamic Law; Sharia Business Ethics Economics; Sufi Ethics; Transformation of Islamic.*

ABSTRAK

Konsep akhlak tasawuf memegang peranan sentral dalam membentuk fondasi etika bisnis syariah yang tidak hanya berorientasi pada kepatuhan hukum, tetapi juga pada kedalaman spiritual dan integritas moral pelaku usaha. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara kritis hubungan antara nilai-nilai akhlak dalam tradisi tasawuf – seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, zuhud, dan ihsan – dengan prinsip-prinsip etika bisnis syariah yang menekankan keadilan, transparansi, dan keberkahan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur dan analisis konseptual. Penelitian ini menemukan bahwa akhlak tasawuf dapat menjadi landasan transformatif dalam membangun budaya bisnis yang berorientasi pada *maqāṣid al-sharī'ah* dan kesejahteraan kolektif. Integrasi antara spiritualitas dan praktik ekonomi ini membuka ruang bagi model bisnis syariah yang tidak hanya kompetitif secara ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan moral dan sosial umat. Kajian ini merekomendasikan penguatan pendidikan etika berbasis tasawuf dalam kurikulum ekonomi Islam serta penerapan nilai-nilai spiritual dalam kebijakan kelembagaan bisnis syariah.

Kata Kunci : Akhlak Tasawuf; Etika Bisnis Syariah; Maqāṣid al-Sharī'ah; Spiritualitas Islam; Transformasi Ekonomi Islam.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang semakin kompleks, praktik bisnis mengalami transformasi yang signifikan, tidak hanya dalam aspek teknologi dan strategi pasar, tetapi juga dalam dimensi etika dan moralitas. Di tengah arus kapitalisme dan pragmatisme ekonomi, muncul kebutuhan mendesak untuk merekonstruksi paradigma bisnis yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi

juga pada nilai-nilai spiritual dan kemanusiaan. Di sinilah konsep akhlak tasawuf hadir sebagai tawaran alternatif yang transformatif dalam membentuk fondasi etika bisnis syariah yang berkeadilan, berkeberkahan, dan berkelanjutan.

Dalam beberapa literatur terbaru, muncul pembahasan yang menekankan pentingnya spiritualitas dalam dunia bisnis, bukan hanya sekadar penerapan etika bisnis konvensional. Meskipun etika bisnis dapat bersumber dari sistem nilai sekuler dan rasional, spiritualitas bisnis menawarkan dimensi yang lebih mendalam dan ruhaniah, yang berfungsi sebagai landasan moral dan batiniah dalam menjalankan usaha. Dalam konteks ini, spiritualitas bisnis dapat dipahami sebagai bentuk penerapan tasawuf (untuk) bisnis, yang menekankan kesadaran ilahiah, kejujuran, dan tanggung jawab sosial sebagai inti dari perilaku bisnis yang berkah dan berkeadilan [1].

Tasawuf, sebagai dimensi spiritual dalam Islam, menekankan pada penyucian jiwa (*tazkiyah al-nafs*), pengendalian hawa nafsu, dan pengembangan akhlak mulia sebagai jalan menuju kedekatan dengan Allah SWT. Akhlak dalam tasawuf bukan sekadar norma sosial, melainkan ekspresi dari kesadaran ilahiah yang mendalam. Nilai-nilai seperti kejujuran (*sidq*), kepercayaan (*amanah*), kehati-hatian (*wara'*), dan kesempurnaan moral (*ihsan*) menjadi landasan perilaku yang tidak hanya relevan dalam kehidupan pribadi, tetapi juga dalam interaksi sosial dan ekonomi [2].

Dalam konteks bisnis syariah, etika tidak hanya dipahami sebagai kepatuhan terhadap hukum Islam (*fiqh muamalah*), tetapi juga sebagai manifestasi dari nilai-nilai spiritual yang membentuk karakter pelaku usaha. Yusuf al-Qaradawi, dalam pemikirannya tentang etika bisnis Islam, menekankan bahwa bisnis harus dijalankan dengan prinsip keseimbangan antara keuntungan materi dan tanggung jawab moral [3]. Etika bisnis syariah menghendaki adanya integritas, keadilan, dan keberpihakan terhadap kemaslahatan umum (*maslahah 'ammah*), yang semuanya berakar pada nilai-nilai akhlak tasawuf.

Akhlak tasawuf memiliki peran penting dalam membentuk perilaku bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Dalam tasawuf dikenal istilah *mujahadah*, yaitu upaya melaksanakan segala perintah Tuhan dan menjauhi segala larangannya dengan upaya sungguh-sungguh dan pantang menyerah. Segala perbuatan dilakukan dengan tanpa mengharapkan balasan (*tsawab*), tapi semata-mata ikhlas karena Allah [4]. Melalui pendekatan tasawuf, pelaku bisnis diajak untuk memandang usaha bukan semata sebagai alat akumulasi kekayaan, tetapi sebagai amanah dan ibadah yang harus dijalankan dengan penuh kejujuran, kasih sayang, dan tanggung jawab sosial [2]. Hal ini sejalan dengan prinsip *maqāṣid al-sharī'ah* yang menempatkan perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta sebagai tujuan utama dari seluruh aktivitas manusia, termasuk bisnis.

Lebih jauh, tasawuf *akhlaqi* juga memberikan kontribusi dalam membentuk budaya organisasi yang sehat dan berorientasi pada keberkahan. Dalam beberapa studi ditemukan bahwa integrasi nilai-nilai tasawuf dalam praktik bisnis digital, seperti penggunaan *e-wallet* oleh generasi Z, mampu meningkatkan kesadaran etis dan tanggung jawab sosial pengguna [5]. Ini menunjukkan bahwa tasawuf tidak hanya relevan dalam konteks tradisional, tetapi juga dapat diadaptasi dalam lanskap ekonomi modern yang berbasis teknologi.

Namun demikian, tantangan besar dalam mengintegrasikan akhlak tasawuf ke dalam etika bisnis syariah adalah adanya dikotomi antara spiritualitas dan profesionalisme. Banyak pelaku bisnis yang menganggap bahwa nilai-nilai tasawuf bersifat idealistik dan tidak kompatibel dengan dinamika pasar yang kompetitif. Padahal, etika bisnis Islam justru menawarkan model profesionalisme yang berakar pada nilai-nilai spiritual, yang mampu menciptakan keberlanjutan usaha dan kepercayaan publik [3].

Dalam kerangka pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia, integrasi akhlak tasawuf dalam kurikulum ekonomi Islam menjadi sangat penting. Pendidikan yang hanya menekankan aspek teknis dan manajerial tanpa membangun kesadaran spiritual akan menghasilkan pelaku bisnis yang cerdas tetapi tidak bijak. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pedagogis yang menggabungkan antara teori ekonomi syariah dengan praktik spiritualitas tasawuf, sehingga tercipta generasi pelaku bisnis yang tidak hanya kompeten secara intelektual, tetapi juga berakhlak mulia dan berorientasi pada keberkahan.

Secara metodologis, kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur sebagai metode utama. Sumber-sumber yang digunakan meliputi jurnal ilmiah, buku-buku tasawuf klasik dan kontemporer, serta dokumen kebijakan terkait etika bisnis syariah. Analisis dilakukan secara tematik dengan menyoroti hubungan antara konsep-konsep akhlak tasawuf dan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, serta implikasinya dalam praktik ekonomi modern.

Tujuan utama dari kajian ini adalah untuk merumuskan kerangka konseptual yang mengintegrasikan akhlak tasawuf sebagai fondasi etika bisnis syariah. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan model bisnis syariah yang berorientasi pada nilai, spiritualitas, dan keberlanjutan. Kajian ini juga bertujuan untuk memperkuat posisi tasawuf sebagai bagian integral dari ilmu ekonomi Islam, bukan sebagai pelengkap atau ornamen spiritual semata.

Akhlak tasawuf bukanlah konsep yang utopis atau eksklusif bagi kalangan sufi. Ia adalah warisan spiritual Islam yang bersifat universal dan aplikatif dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis. Dalam dunia yang semakin terfragmentasi oleh kepentingan ekonomi dan individualisme, tasawuf menawarkan jalan tengah yang menyeimbangkan antara materialitas dan spiritualitas, antara keuntungan dan keberkahan, antara kompetisi dan kasih sayang. Dengan menjadikan akhlak tasawuf sebagai fondasi etika bisnis syariah, kita tidak hanya membangun sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan, tetapi juga membentuk masyarakat yang lebih bermartabat dan berorientasi pada nilai-nilai ilahiah.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*) sebagai teknik utama dalam pengumpulan dan analisis data. Pendekatan ini dipilih karena fokus kajian bersifat konseptual dan normatif, yakni menggali hubungan antara nilai-nilai akhlak dalam tasawuf dengan prinsip-prinsip etika bisnis syariah. Studi pustaka memungkinkan peneliti untuk menelusuri dan mensintesis berbagai sumber primer dan sekunder, baik berupa kitab-kitab klasik

tasawuf, literatur kontemporer tentang etika bisnis Islam, maupun artikel jurnal ilmiah yang relevan dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir.

Data dikumpulkan melalui penelusuran sistematis terhadap jurnal-jurnal akademik, buku-buku ilmiah, dan dokumen kebijakan yang membahas tasawuf, akhlak Islam, dan etika bisnis syariah. Teknik analisis isi (*content analysis*) digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola pemikiran, prinsip-prinsip nilai, dan relevansi praktis dari konsep-konsep yang dikaji. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan klarifikasi konseptual, dengan membandingkan pandangan dari berbagai ulama dan pemikir Islam klasik maupun kontemporer. Transformasi bisnis dengan etika Islam menjadi rujukan penting dalam memahami penerapan nilai-nilai keadilan dan tanggung jawab sosial dalam praktik ekonomi syariah modern [6].

Dalam proses analisis, peneliti mengembangkan kerangka konseptual yang mengintegrasikan dimensi spiritual tasawuf dengan praktik etika bisnis syariah. Kerangka ini disusun berdasarkan prinsip *maqāṣid al-sharī'ah* dan nilai-nilai inti dalam tasawuf akhlaqi, seperti *ṣidiq*, amanah, dan ihsan. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan secara kritis untuk menunjukkan bagaimana akhlak tasawuf dapat menjadi fondasi normatif dan praktis dalam membentuk perilaku bisnis yang berkeadilan, berkeberkahan, dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akhlaq Tasawuf sebagai Landasan Moral dalam Bisnis Syariah

Akhlaq tasawuf memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk perilaku bisnis yang beretika dan berorientasi pada keberkahan. Nilai-nilai inti seperti kejujuran (*ṣidq*), kepercayaan (amanah), kehati-hatian (*wara'*), dan kesempurnaan moral (ihsan) bukan hanya menjadi pedoman spiritual, tetapi juga prinsip operasional dalam praktik bisnis syariah. Dalam perspektif Islam, bisnis bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan bagian dari ibadah dan pengabdian kepada Allah SWT. Oleh karena itu, setiap transaksi dan keputusan bisnis harus mencerminkan nilai-nilai moral yang luhur. Kejujuran dan amanah merupakan nilai transaksi terpenting dalam ekonomi Islam, yang mencerminkan ketauhidan dan tanggung jawab sebagai khalifah di muka bumi [7].

Pelaku usaha yang menginternalisasi nilai-nilai tasawuf cenderung menunjukkan perilaku bisnis yang bertanggung jawab, transparan, dan adil. Mereka tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan keberkahan dan kemaslahatan sosial. Prinsip-prinsip seperti *ṣidq* dan amanah meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperkuat reputasi bisnis secara berkelanjutan [8]. Dalam praktiknya, nilai *wara'* mendorong pelaku usaha untuk menghindari transaksi yang meragukan atau mengandung unsur *gharar*, sementara ihsan memotivasi mereka untuk memberikan pelayanan terbaik dan menjaga kualitas produk secara konsisten.

Tasawuf juga berperan dalam membentuk ekosistem bisnis yang sehat dan berorientasi pada *maslahah*. Tasawuf tidak hanya membentuk karakter individu, tetapi juga menciptakan lingkungan usaha yang berlandaskan nilai-nilai spiritual dan sosial [2]. Ekosistem bisnis yang dibangun atas dasar akhlak tasawuf cenderung lebih inklusif, adil, dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan prinsip *maqāṣid al-sharī'ah*

yang menempatkan perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta sebagai tujuan utama dari aktivitas ekonomi. Dalam konteks ini, bisnis menjadi sarana untuk mewujudkan kesejahteraan kolektif, bukan sekadar alat akumulasi kekayaan.

Relevansi akhlak tasawuf dalam bisnis modern semakin kuat di tengah tantangan globalisasi dan digitalisasi. Saat ini, generasi Z yang menggunakan teknologi keuangan digital seperti *e-wallet* dapat menunjukkan perilaku etis yang lebih tinggi ketika nilai-nilai tasawuf diintegrasikan dalam edukasi dan praktik bisnis [5]. Ini membuktikan bahwa tasawuf bukanlah konsep yang eksklusif atau tradisional, melainkan dapat diadaptasi dalam berbagai konteks ekonomi kontemporer. Akhlak tasawuf berfungsi sebagai filter moral terhadap praktik bisnis yang eksploitatif dan manipulatif, serta sebagai pendorong inovasi yang beretika. Hal ini tergambar dalam firman Tuhan :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ (التوبة: ١١٩)

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang jujur."*

Ayat tersebut menekankan kejujuran (*ṣidq*) sebagai fondasi moral dalam bisnis. Dengan demikian, integrasi akhlak tasawuf dalam etika bisnis syariah bukan hanya penting secara normatif, tetapi juga strategis dalam membangun sistem ekonomi Islam yang berdaya saing dan bermartabat. Akhlak tasawuf memberikan kerangka nilai yang mendalam, yang mampu menjawab dilema moral dalam bisnis dan memperkuat kepercayaan publik terhadap sistem ekonomi syariah. Selain itu, etika bisnis Islam yang moderat dan berbasis spiritualitas mampu menciptakan profesionalisme yang berkelanjutan dan berkeadilan [3]. Oleh karena itu, penguatan pendidikan tasawuf dan internalisasi nilai-nilainya dalam dunia usaha menjadi langkah penting menuju transformasi ekonomi Islam yang lebih manusiawi dan berkah.

Relevansi Akhlak Tasawuf dalam Dinamika Bisnis Modern

Akhlak tasawuf tetap relevan dalam konteks bisnis modern, terutama di tengah arus globalisasi dan digitalisasi yang semakin kompleks. Di era ketika efisiensi dan kecepatan menjadi prioritas utama, nilai-nilai spiritual seperti introspeksi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial justru menjadi penyeimbang yang sangat dibutuhkan. Tasawuf, sebagai dimensi batiniah Islam, menawarkan pendekatan etis yang mendalam terhadap praktik ekonomi, dengan menekankan penyucian jiwa dan pengendalian hawa nafsu sebagai fondasi perilaku bisnis. Selain itu, tasawuf juga mampu menjawab kegelisahan manusia modern dan memberikan arah moral dalam menghadapi krisis spiritual dan etika bisnis. [5]

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Kariim (2025) menunjukkan bahwa generasi Z yang aktif menggunakan *e-wallet* menunjukkan peningkatan kesadaran etis ketika nilai-nilai tasawuf diintegrasikan dalam edukasi keuangan. Melalui pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), penelitian tersebut mengungkap bahwa introspeksi diri, tanggung jawab sosial, dan kesadaran spiritual dapat memengaruhi perilaku konsumsi digital secara positif [9].

Ini membuktikan bahwa tasawuf bukanlah warisan eksklusif masa lalu, melainkan sistem nilai yang adaptif dan aplikatif dalam menghadapi tantangan ekonomi kontemporer. Generasi muda yang dibekali dengan nilai-nilai spiritual cenderung lebih bijak dalam mengambil keputusan finansial dan lebih peduli terhadap dampak sosial dari aktivitas ekonomi mereka.

Akhlaq tasawuf juga berfungsi sebagai filter moral terhadap praktik bisnis yang berpotensi eksploitatif, seperti riba, manipulasi harga, dan ketidaktransparanan. Dalam Al-Qur'an secara tegas mengecam praktik kecurangan dan penipuan dalam perdagangan, serta menekankan pentingnya keadilan (*'adl*) dan kejujuran (*sidq*) sebagai prinsip utama dalam transaksi ekonomi [10]. Nilai-nilai ini sejalan dengan ajaran tasawuf yang mendorong pelaku usaha untuk menjauhi sifat tamak dan mengedepankan keikhlasan serta tanggung jawab sosial. Dengan demikian, tasawuf berperan sebagai mekanisme pengendali internal yang menjaga integritas pelaku bisnis di tengah tekanan pasar dan godaan keuntungan instan.

Lebih jauh, tasawuf menawarkan pendekatan holistik terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Dalam perspektif etika ekonomi Islam, prinsip-prinsip seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial merupakan bagian integral dari sistem ekonomi yang bermoral dan berkeadilan [11]. Tasawuf memperkuat prinsip-prinsip tersebut dengan menanamkan kesadaran spiritual yang mendalam, sehingga pelaku bisnis tidak hanya tunduk pada regulasi eksternal, tetapi juga pada komitmen batiniah terhadap nilai-nilai ilahiah. Hal ini menjadikan tasawuf sebagai fondasi etis yang kokoh dalam membangun tata kelola bisnis yang berorientasi pada keberkahan dan kemaslahatan.

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa akhlaq tasawuf memiliki relevansi tinggi dalam menjawab tantangan etika bisnis di era modern. Ia bukan hanya menjadi sumber inspirasi spiritual, tetapi juga kerangka kerja moral yang dapat diimplementasikan dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk teknologi finansial, perdagangan digital, dan manajemen organisasi. Integrasi tasawuf dalam pendidikan bisnis dan kebijakan kelembagaan menjadi langkah strategis untuk menciptakan ekosistem ekonomi Islam yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga bermartabat dan berkeadilan.

Integrasi Akhlaq Tasawuf dalam Etika Bisnis Syariah : Perspektif Teoritis dan Praktis

Secara teoritis, akhlaq tasawuf memberikan kerangka nilai yang mendalam bagi etika bisnis syariah. Tasawuf tidak hanya berbicara tentang dimensi spiritual individu, tetapi juga menyentuh aspek sosial dan ekonomi dalam kehidupan umat Islam. Dalam pemikiran Yusuf al-Qaradawi, etika bisnis yang berakar pada nilai spiritual dan moral merupakan bentuk profesionalisme yang tidak hanya menjamin keberlangsungan usaha, tetapi juga menjadi sarana ibadah dan kontribusi terhadap keseimbangan sosial [6]. Ia menekankan bahwa bisnis yang dijalankan secara etis adalah bagian dari pengabdian kepada Allah dan harus mencerminkan keadilan, kejujuran, serta tanggung jawab sosial.

Etika bisnis Islam yang moderat dan inklusif juga sebenarnya mampu menyelesaikan dilema moral dalam praktik usaha modern [3]. Dalam era globalisasi

dan digitalisasi, pelaku usaha sering dihadapkan pada tekanan pasar dan godaan keuntungan instan. Etika bisnis Islam yang berlandaskan tasawuf menawarkan pendekatan yang seimbang antara kepentingan ekonomi dan nilai-nilai spiritual, sehingga mampu menjadi solusi atas konflik etis yang muncul dalam praktik bisnis kontemporer.

Secara praktis, penerapan akhlak tasawuf dalam bisnis syariah dapat dilakukan melalui pembinaan karakter pelaku usaha. Karakter yang dibentuk melalui proses *tazkiyah al-nafs* (penyucian jiwa) akan menghasilkan pelaku bisnis yang jujur, amanah, dan bertanggung jawab. Akhlak Islami seperti kejujuran, keadilan, dan pelayanan yang tulus merupakan faktor utama dalam membangun kepercayaan konsumen dan keberlanjutan bisnis [12]. Oleh karena itu, pendidikan karakter berbasis tasawuf menjadi fondasi penting dalam membentuk ekosistem bisnis yang berkah dan berdaya saing. Selain pembinaan karakter, penguatan regulasi berbasis nilai juga menjadi strategi penting dalam mengintegrasikan akhlak tasawuf ke dalam praktik bisnis. Regulasi yang mengadopsi prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial dapat menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan adil [6]. Regulasi semacam ini tidak hanya mengatur perilaku eksternal pelaku usaha, tetapi juga mendorong internalisasi nilai-nilai spiritual dalam pengambilan keputusan bisnis.

Integrasi spiritualitas dalam budaya organisasi merupakan langkah strategis berikutnya. Budaya organisasi yang mengedepankan nilai-nilai tasawuf akan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, produktif, dan berorientasi pada keberkahan. Pentingnya kewirausahaan Islam sebagai paradigma bisnis alternatif yang menggabungkan prinsip syariah dengan praktik usaha modern [13]. Dalam konteks ini, spiritualitas bukan sekadar ritual, tetapi menjadi sumber motivasi dan etika kerja yang mendalam.

Penerapan akhlak tasawuf dalam bisnis syariah juga memiliki dampak sosial yang signifikan. Bisnis yang dijalankan dengan nilai-nilai tasawuf cenderung lebih peduli terhadap kesejahteraan masyarakat, lingkungan, dan keadilan ekonomi. Hal ini sejalan dengan konsep *falah* dalam Islam, yaitu keberhasilan holistik yang mencakup aspek dunia dan akhirat. Dengan demikian, tasawuf tidak hanya relevan sebagai pendekatan spiritual, tetapi juga sebagai strategi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan.

Kesimpulannya, akhlak tasawuf memberikan kontribusi besar dalam membentuk etika bisnis syariah yang tidak hanya normatif tetapi juga transformatif. Ia mampu menjawab tantangan moral dalam dunia usaha modern melalui pendekatan yang holistik, mencakup pembinaan karakter, regulasi berbasis nilai, dan integrasi spiritualitas dalam budaya organisasi. Dengan dukungan penelitian kontemporer dan pemikiran ulama seperti Yusuf al-Qaradawi, tasawuf terbukti menjadi fondasi etis yang kokoh dalam membangun bisnis yang berkah, berdaya saing, dan berkontribusi terhadap kemaslahatan umat.

PENUTUP

Penelitian ini menemukan bahwa akhlak tasawuf memiliki peran fundamental sebagai fondasi etika bisnis syariah yang tidak hanya berorientasi pada kepatuhan

hukum, tetapi juga pada kedalaman spiritual dan integritas moral. Nilai-nilai seperti *sidq*, amanah, *wara'*, dan ihsan terbukti mampu membentuk perilaku bisnis yang berkeadilan, transparan, dan bertanggung jawab. Akhlak tasawuf memberikan dimensi transendental dalam praktik ekonomi, menjadikan bisnis sebagai sarana ibadah dan kontribusi sosial, bukan sekadar aktivitas komersial. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa spiritualitas Islam dapat menjadi kekuatan transformatif dalam membangun sistem ekonomi yang berkelanjutan dan bermartabat.

Sumbangan utama dari penelitian ini adalah penyusunan kerangka konseptual yang mengintegrasikan nilai-nilai tasawuf ke dalam etika bisnis syariah secara teoritis dan praktis. Kajian ini memperluas pemahaman tentang etika bisnis Islam dengan menambahkan dimensi spiritual yang selama ini kurang mendapat perhatian dalam literatur ekonomi syariah kontemporer. Penelitian ini juga menunjukkan relevansi tasawuf dalam menjawab tantangan etika dalam bisnis modern, termasuk dalam konteks digital dan generasi muda. Dengan demikian, kajian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan model bisnis syariah yang tidak hanya kompetitif secara ekonomi, tetapi juga berorientasi pada keberkahan dan kemaslahatan.

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif dan berbasis studi pustaka, sehingga belum menguji secara empiris penerapan nilai-nilai tasawuf dalam praktik bisnis nyata. Kedua, ruang lingkup kajian masih terbatas pada konsep-konsep normatif dan belum menjangkau dinamika kelembagaan atau regulasi bisnis syariah secara lebih luas. Ketiga, sebagian besar referensi yang digunakan berasal dari literatur Islam, sehingga belum banyak mengintegrasikan perspektif lintas disiplin seperti psikologi moral, sosiologi bisnis, atau ekonomi perilaku.

Untuk arah penelitian selanjutnya, disarankan dilakukan studi empiris dengan pendekatan mixed-method untuk menguji efektivitas internalisasi akhlak tasawuf dalam perilaku bisnis pelaku usaha syariah. Penelitian juga dapat diperluas ke ranah kelembagaan, seperti bagaimana nilai-nilai tasawuf dapat diintegrasikan dalam kebijakan perusahaan, pelatihan SDM, dan tata kelola organisasi. Selain itu, kajian lintas disiplin yang menggabungkan tasawuf dengan teori etika modern, ekonomi perilaku, dan teknologi digital akan memperkaya pemahaman dan memperluas dampak dari integrasi spiritualitas dalam dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. A. Tarigan, *Dari Etika ke Spiritualitas Bisnis*, 1st ed. Medan: Persada Mulya Sarana & IAIN Press, 2014.
- [2] A. J. Sitika, A. Afifah, B. M. Rahmatulloh, and M. A. Chaeriansyah, "Kedudukan Akhlak dan Tasawuf dalam Islam Serta Hubungan Keduanya," *ANSIRU PAI: Pengembangan Profesi PAI*, pp. 116-124, Dec. 2024.
- [3] R. M. Anggraini, S. Latifah, and Syarifuddin, "Etika Bisnis Islam dalam Pemikiran Yusuf Al Qardhawi," *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, vol. 9, no. 4, 2024, doi: 10.30651/jms.v9i4.23753.
- [4] I. Irham, *Membangun Moral Bangsa Melalui Akhlak Tasawuf*, 2nd ed. Jakarta: Pustaka Al-Ihsan, 2013.

- [5] L. Kariim, "Peran Etika Bisnis Islam dan Tasawuf Akhlaqi Terhadap Perilaku Generasi Z dalam Penggunaan E-Wallet: Pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use Oftechnology 2 (UTAUT 2)," Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2025.
- [6] M. Maulena, T. Zulkarnain, and M. Mariana, "Transformasi Bisnis dengan Etika Bisnis Islam: Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah," *Jurnal Sosial Humaniora Sigli* |, vol. 7, no. 2, 2024.
- [7] I. Qurratulaini, "Nilai Kejujuran dan Amanah dalam Ekonomi dan Bisnis Islam," *Al-Iqtishadiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, vol. 5, no. 1, 2024.
- [8] M. D. Azhar, "Jujur, Adil, dan Amanah Inilah Kunci Sukses Berbisnis dalam Islam," Jan. 2025.
- [9] A. Rafi, "Tasawuf di Era Digital: Menjembatani Krisis Spiritual dan Kehidupan Modern," Medan, Aug. 2025.
- [10] R. Yani, "Relevansi Akhlak Tasawuf dalam Menghadapi Tantangan Era Modern," Oct. 2024.
- [11] M. J. Ritonga and K. Jamal, "Etika Bisnis dalam Al-Qur'an: Kajian Tafsir atas Ayat-Ayat tentang Keadilan dan Kejujuran," *Jurnal Masharif al-Syariah*, vol. 10, 2025, doi: <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25102>.
- [12] M. M. Fauzi, "Bisnis Islami yang Berkah: Akhlak sebagai Faktor Kunci Kepercayaan Konsumen," *Journal of Social and Economics Research*, vol. 9, no. 2, Dec. 2024, [Online]. Available: <https://ojs.ekasakti.org/index.php/UJSCR>
- [13] Rizadiliyawati, N. Aryani, and Agustiar, "Manajemen Kewirausahaan Islam: Integrasi Nilai Syariah dalam Bisnis Modern," *Jurnal Bening*, vol. 9, no. 2, 2022.