

## Konstruksi Nilai Etika Bisnis Islam Dalam Pemikiran Rafik Issa Beekun: Analisis Tauhid, Keadilan, Kebebasan, Tanggung Jawab, dan Ihsan Serta Relevansinya Terhadap Bisnis Kontemporer

Kuat,<sup>1</sup> Arfan,<sup>2</sup> Hidayat Jayamiharja<sup>3</sup>

STIS Hidayatullah Balikpapan<sup>1, 2, 3, 4</sup>  
koresponden: muhammadkuat1984@gmail.com

**Abstract:** This article examines five fundamental principles of Islamic business ethics in the thought of Rafik Issa Beekun—unity (tawhid), equilibrium (justice), free will, responsibility, and benevolence (ihsan)—and reconstructs their functional relationships within ethical business decision-making. This study employs a qualitative approach based on library research and conceptual research, using content, conceptual, and thematic analyses of Beekun's primary work and relevant academic literature. The findings demonstrate that tawhid functions as moral orientation, justice as ethical balance, free will as moral agency, responsibility as accountability, and ihsan as moral excellence. These functions are reconstructed into an Integrative Model of Ethical Decision-Making in Islamic Business, structured as Tawhid → Justice → Free Will ↔ Responsibility → Ihsan → Ethical Business Decision. The novelty of this study lies not in identifying new ethical principles, but in reconstructing the functional relationships among Beekun's five axioms into a decision-evaluation framework that integrates moral orientation, ethical balance, moral agency, accountability, and moral excellence. The model is relevant to contemporary business issues, including digital marketing, fake reviews, dark patterns, consumer data use, algorithms, artificial intelligence, stakeholder relations, and corporate social responsibility. Conceptually, this study contributes by bridging the normative principles of Islamic business ethics with the ethical decision-making process and provides a foundation for developing an ethical evaluation framework for contemporary business.

**Keywords:** Islamic Business Ethics; Rafik Issa Beekun; Tawhid; Justice; Ihsan; Ethical Decision-Making

**Abstrak:** Artikel ini menganalisis lima prinsip fundamental etika bisnis Islam dalam pemikiran Rafik Issa Beekun, yaitu unity (tauhid), equilibrium (keadilan), free will (kebebasan), responsibility (tanggung jawab), dan benevolence (ihsan), serta merekonstruksi hubungan fungsional antarlima prinsip tersebut dalam pengambilan keputusan bisnis etis. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif berbasis penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian konseptual (*conceptual research*), dengan analisis isi, analisis konseptual, dan analisis tematik terhadap karya primer Beekun dan literatur akademik yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tauhid berfungsi sebagai orientasi moral, keadilan sebagai keseimbangan etis, kebebasan sebagai agensi moral, tanggung jawab sebagai akuntabilitas, dan ihsan sebagai keunggulan moral. Kelima fungsi tersebut direkonstruksi menjadi Model Integratif Pengambilan Keputusan Etis dalam Bisnis Islam dengan pola Tauhid → Keadilan → Kebebasan ↔ Tanggung Jawab → Ihsan → Keputusan Bisnis Etis. Kebaruan penelitian tidak terletak pada penemuan prinsip etika baru, tetapi pada rekonstruksi hubungan fungsional lima aksioma Beekun menjadi kerangka evaluasi keputusan yang mengintegrasikan orientasi moral, keseimbangan etis, agensi moral, akuntabilitas, dan keunggulan moral. Model tersebut relevan untuk menganalisis persoalan bisnis kontemporer, termasuk pemasaran digital, *fake review*, *dark patterns*, penggunaan data konsumen, algoritma, kecerdasan buatan, hubungan *stakeholder*, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini berkontribusi secara konseptual dengan menjembatani prinsip normatif etika bisnis Islam dan proses pengambilan keputusan serta menyediakan dasar bagi pengembangan kerangka evaluasi etis dalam bisnis kontemporer.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam; Rafik Issa Beekun; Pengambilan Keputusan Etis.

### A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah struktur dan proses pengambilan keputusan bisnis melalui *e-commerce*, *marketplace*, media sosial, *affiliate marketing*, pemanfaatan data, algoritma, dan kecerdasan buatan. Transformasi ini meningkatkan efisiensi dan inovasi,

tetapi juga menghadirkan persoalan etis seperti manipulasi informasi, *fake review*, *dark patterns*, penyalahgunaan data pribadi, diskriminasi algoritmik, dan ketidakjelasan pertanggungjawaban keputusan otomatis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis tidak cukup dinilai berdasarkan keuntungan, efisiensi, dan legalitas, tetapi juga berdasarkan kualitas moral keputusan.<sup>1</sup>

Etika bisnis Islam menyediakan kerangka normatif yang menghubungkan aktivitas ekonomi dengan keadilan, kejujuran, amanah, tanggung jawab, ihsan, dan kemaslahatan. Rice serta Saeed, Ahmed, dan Mukhtar menunjukkan penerapan etika Islam dalam praktik bisnis dan pemasaran;<sup>2</sup> Beekun dan Badawi mengembangkannya dalam konteks tanggung jawab terhadap *stakeholder*, sementara Ali dan Al-Owaidan membahas *Islamic work ethic*.<sup>3</sup> Gümüşay selanjutnya menghubungkan kewirausahaan dengan dimensi sosial-etis dan religio-spiritual.<sup>4</sup> Literatur tersebut menunjukkan perkembangan etika bisnis Islam dari prinsip normatif menuju penerapannya dalam berbagai aktivitas bisnis.

Salah satu formulasi sistematis etika bisnis Islam dikemukakan Rafik Issa Beekun melalui lima aksioma, yaitu *unity*, *equilibrium*, *free will*, *responsibility*, dan *benevolence*.<sup>5</sup> *Unity* berhubungan dengan tauhid, *equilibrium* dengan keadilan dan keseimbangan, *free will* dengan kebebasan memilih, *responsibility* dengan pertanggungjawaban, dan *benevolence* dengan ihsan.<sup>6</sup> Beekun juga menunjukkan penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam aktivitas bisnis, sehingga bisnis dipahami tidak hanya sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai tindakan moral yang melibatkan nilai, pilihan, konsekuensi, dan tanggung jawab.<sup>7</sup>

Kajian selanjutnya memperluas etika Islam ke ranah pengambilan keputusan, pemasaran, dan teknologi. Alziyadat dan Ahmed mengembangkan kerangka pengambilan keputusan etis berbasis *maqāṣid al-sharī'ah*, sedangkan Mergaliyev dan kolega mengembangkan kerangka *higher ethical objective* bagi perbankan Islam.<sup>8</sup> Kajian pemasaran Islam berkembang melalui pembahasan etika pemasaran dan agenda penelitian yang lebih luas,<sup>9</sup> sementara Raquib dan kolega serta Elmahjub membawa etika Islam ke persoalan

<sup>1</sup> Amana Raquib et al., "Islamic Virtue-Based Ethics for Artificial Intelligence," *Discover Artificial Intelligence* 2 (2022): 2, <https://doi.org/10.1007/s44163-022-00028-2>; Ezieddin Elmahjub, "Artificial Intelligence (AI) in Islamic Ethics: Towards Pluralist Ethical Benchmarking for AI," sec. 73, *Philosophy & Technology* 36, no. 4 (2023), <https://doi.org/10.1007/s13347-023-00668-x>.

<sup>2</sup> Gillian Rice, "Islamic Ethics and the Implications for Business," *Journal of Business Ethics* 18, no. 4 (1999), <https://doi.org/10.1023/A:1005711414306>; Mohammad Saeed, Zafar U. Ahmed, and Syeda-Masooda Mukhtar, "International Marketing Ethics from an Islamic Perspective: A Value-Maximization Approach," *Journal of Business Ethics* 32, no. 2 (2001): 127–42, <https://doi.org/10.1023/A:1010718817155>.

<sup>3</sup> Rafik I. Beekun and Jamal A. Badawi, "Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective," *Journal of Business Ethics* 60, no. 2 (2005): 131–45, <https://doi.org/10.1007/s10551-004-8204-5>; Abbas J. Ali and Abdullah Al-Owaidan, "Islamic Work Ethic: A Critical Review," *Cross Cultural Management: An International Journal* 15, no. 1 (2008): 5–19, <https://doi.org/10.1108/13527600810848791>.

<sup>4</sup> Ali Aslan Gümüşay, "Entrepreneurship from an Islamic Perspective," *Journal of Business Ethics* 130, no. 1 (2015): 199–208, <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2223-7>.

<sup>5</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 2006th ed. (Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought, 1997), 20–21.

<sup>6</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–29.

<sup>7</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 22–29.

<sup>8</sup> Naser Alziyadat and Habib Ahmed, "Ethical Decision-Making in Islamic Financial Institutions in Light of Maqasid Al-Sharia: A Conceptual Framework," *Thunderbird International Business Review* 61, no. 5 (2019): 707–18, <https://doi.org/10.1002/tie.22025>; Arman Mergaliyev et al., "Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shari'ah) Augmented Framework for Islamic Banks," *Journal of Business Ethics* 170, no. 4 (2021): 797–834, <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04331-4>.

<sup>9</sup> Ameenullah Aman, "Islamic Marketing Ethics for Islamic Financial Institutions," *International Journal of Ethics and Systems* 36, no. 1 (2020): 1–11, <https://doi.org/10.1108/IJOES-12-2018-0182>; Md. Abdullah Al Mamun, Carolyn A. Strong, and Md. Abul Kalam Azad, "Islamic Marketing: A Literature Review and Research Agenda," *International Journal of Consumer Studies*

kecerdasan buatan.<sup>10</sup> Kajian mutakhir Sulaeman dan kolega serta Zafar, Ali, dan Abu-Hussin semakin menunjukkan diversifikasi sekaligus kebutuhan pengembangan kerangka konseptual yang integratif.<sup>11</sup>

Meskipun demikian, *research gap* penelitian ini bukan terletak pada ketiadaan kajian mengenai prinsip Beekun atau model pengambilan keputusan etis Islam, tetapi pada ruang untuk merekonstruksi hubungan fungsional lima aksioma Beekun sebagai proses pengambilan keputusan bisnis. Kajian sebelumnya telah membahas *Islamic work ethic*, *stakeholder*, pemasaran, kewirausahaan, *maqāsid*, dan pengambilan keputusan etis, tetapi hubungan fungsional *unity*, *equilibrium*, *free will*, *responsibility*, dan *benevolence* masih dapat dikembangkan lebih lanjut sebagai kerangka analitis.<sup>12</sup>

Penelitian ini merekonstruksi *unity* (tauhid) sebagai orientasi moral, *equilibrium* (keadilan) sebagai keseimbangan etis, *free will* (kebebasan) sebagai agensi moral, *responsibility* (tanggung jawab) sebagai akuntabilitas, dan *benevolence* (ihsan) sebagai keunggulan moral.<sup>13</sup> Kelima istilah fungsional tersebut merupakan kategori analitis penelitian, bukan terminologi yang secara eksplisit digunakan Beekun. Berdasarkan rekonstruksi tersebut, penelitian mengajukan hubungan Tauhid → Keadilan → Kebebasan ↔ Tanggung Jawab → Ihsan → Keputusan Bisnis Etis. Relasi dua arah kebebasan dan tanggung jawab didasarkan pada keterkaitan pilihan dengan pertanggungjawaban atas tindakan.<sup>14</sup> Dengan demikian, kebaruan penelitian terletak pada rekonstruksi hubungan fungsional lima aksioma Beekun menjadi Model Integratif Pengambilan Keputusan Etis dalam Bisnis Islam, bukan pada penemuan prinsip etika baru.

Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi lima prinsip Beekun, merekonstruksi hubungan fungsionalnya, dan menilai relevansinya terhadap bisnis kontemporer. Penelitian menjawab tiga pertanyaan: (1) bagaimana tauhid, keadilan, kebebasan, tanggung jawab, dan ihsan dikonstruksi dalam pemikiran Beekun; (2) bagaimana hubungan antarlima prinsip tersebut membentuk Model Integratif Pengambilan Keputusan Etis dalam Bisnis Islam; dan (3) bagaimana relevansi model tersebut terhadap pemasaran digital, data konsumen, algoritma, kecerdasan buatan, hubungan *stakeholder*, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara teoretis dan konseptual, penelitian memperjelas hubungan fungsional antarnilai dalam pemikiran Beekun, sedangkan secara praktis model yang dihasilkan dapat dikembangkan sebagai kerangka evaluasi dilema etis dalam bisnis kontemporer.

## B. Tinjauan Pustaka dan Kerangka Konseptual

Etika bisnis Islam menempatkan aktivitas ekonomi sebagai bagian dari sistem nilai

45, no. 5 (2021): 964–84, <https://doi.org/10.1111/ijcs.12625>.

<sup>10</sup> Amana Raquib et al., “Islamic Virtue-Based Ethics for Artificial Intelligence.”

<sup>11</sup> Sulaeman et al., “Islamic Business Ethics in the Framework of Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shariah): A Comprehensive Analysis and Future Research Directions,” *International Journal of Ethics and Systems*, ahead of print, 2025, <https://doi.org/10.1108/IJOES-12-2024-0398>; Muhammad Bilal Zafar, Abbas J. Ali, and Mohd Fauzi Abu-Hussin, “Exploring Islamic Work Ethic in the Workplace: A Systematic Literature Review,” *Personnel Review* 55, no. 6 (2026): 1441–71, <https://doi.org/10.1108/PR-08-2024-0720>.

<sup>12</sup> Naser Alziyadat and Habib Ahmed, “Ethical Decision-Making in Islamic Financial Institutions in Light of Maqasid Al-Sharia: A Conceptual Framework”; Arman Mergaliyev et al., “Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shari’ah) Augmented Framework for Islamic Banks”; Sulaeman et al., “Islamic Business Ethics in the Framework of Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shariah): A Comprehensive Analysis and Future Research Directions”; Muhammad Bilal Zafar, Abbas J. Ali, and Mohd Fauzi Abu-Hussin, “Exploring Islamic Work Ethic in the Workplace: A Systematic Literature Review.”

<sup>13</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–29.

<sup>14</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 24–28.

Islam. Bisnis tidak hanya berkaitan dengan keabsahan transaksi dan keuntungan, tetapi juga kualitas moral tindakan, distribusi manfaat dan risiko, serta konsekuensi sosial keputusan. Rice menunjukkan implikasi nilai Islam terhadap perilaku bisnis, sedangkan Saeed, Ahmed, dan Mukhtar mengembangkannya dalam konteks pemasaran internasional.<sup>15</sup> Dengan demikian, aktivitas ekonomi sekaligus merupakan tindakan ekonomi dan tindakan moral.

Rafik Issa Beekun memberikan formulasi sistematis melalui lima aksioma etika Islam, yaitu *unity* (tauhid), *equilibrium* (keseimbangan/keadilan), *free will* (kebebasan), *responsibility* (tanggung jawab), dan *benevolence* (ihsan).<sup>16</sup> Kelima aksioma yang dibahas pada halaman 20–29 *Islamic Business Ethics* tersebut menjadi unit analisis penelitian karena memungkinkan etika bisnis dibaca berdasarkan makna sekaligus hubungan fungsional antarnilai.<sup>17</sup>

*Unity* berakar pada *tawhid* sebagai dimensi yang mengintegrasikan berbagai aspek kehidupan dan memiliki implikasi terhadap perilaku bisnis.<sup>18</sup> Penelitian ini merekonstruksi tauhid sebagai orientasi moral yang memberikan arah terhadap tujuan dan tindakan bisnis. *Equilibrium* berkaitan dengan *‘adl*, keseimbangan, dan harmoni serta penerapannya dalam hubungan ekonomi.<sup>19</sup> Prinsip ini direkonstruksi sebagai keseimbangan etis, yaitu fungsi evaluatif terhadap hak dan kewajiban, manfaat dan risiko, serta kepentingan berbagai pihak.

*Free will* menunjukkan kemampuan manusia menentukan pilihan dalam batas ketentuan Allah, termasuk kebebasan membuat kontrak yang disertai kewajiban untuk memenuhinya.<sup>20</sup> Prinsip ini direkonstruksi sebagai agensi moral, yaitu kapasitas pelaku bisnis menentukan pilihan dan menjadi subjek moral atas tindakannya. Kebebasan tersebut berkaitan langsung dengan *responsibility*. Beekun menegaskan bahwa kebebasan tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab dan akuntabilitas.<sup>21</sup> Karena itu, *responsibility* direkonstruksi sebagai akuntabilitas yang menghubungkan pilihan, tindakan, konsekuensi, dan pertanggungjawaban. Hubungan keduanya membentuk relasi agensi moral ↔ akuntabilitas.

Sementara itu, *benevolence* atau ihsan mengarahkan tindakan melampaui kewajiban minimum dengan memberikan manfaat kepada pihak lain.<sup>22</sup> Penelitian ini merekonstruksinya sebagai keunggulan moral, yaitu dorongan untuk bergerak dari kepatuhan formal menuju kebaikan dan manfaat yang lebih tinggi. Dengan demikian, lima aksioma Beekun dapat dibaca secara fungsional sebagai orientasi moral → keseimbangan etis → agensi moral ↔ akuntabilitas → keunggulan moral.

Literatur berikutnya memperluas etika Islam ke konteks organisasi, *stakeholder*, pekerjaan, dan kewirausahaan. Beekun dan Badawi membahas tanggung jawab etis terhadap *stakeholder*; Yousef serta Ali dan Al-Owaidan mengembangkan *Islamic work ethic*; sedangkan Gümüşay menghubungkannya dengan kewirausahaan.<sup>23</sup> Kumar dan Rose selanjutnya

<sup>15</sup> Gillian Rice, “Islamic Ethics and the Implications for Business”; Mohammad Saeed, Zafar U. Ahmed, and Syeda-Masooda Mukhtar, “International Marketing Ethics from an Islamic Perspective: A Value-Maximization Approach.”

<sup>16</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–21.

<sup>17</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–29.

<sup>18</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–23.

<sup>19</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 23–24.

<sup>20</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 24–26.

<sup>21</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 26–28.

<sup>22</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 28–29.

<sup>23</sup> Rafik I. Beekun and Jamal A. Badawi, “Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective”; Darwish A. Yousef, “Islamic Work Ethic: A Moderator between Organizational Commitment and Job Satisfaction in a Cross-Cultural Context,” *Personnel Review* 30, no. 2 (2001); Abbas J. Ali and Abdullah

mengaitkan *Islamic work ethic* dengan kemampuan inovasi, sementara Mohammad dan kolega mengkajinya terhadap *workplace outcomes*.<sup>24</sup> Perkembangan ini menunjukkan pergeseran dari prinsip normatif menuju cara nilai Islam beroperasi dalam organisasi dan perilaku bisnis.

Kajian kemudian berkembang ke pemasaran, *maqāṣid al-sharī'ah*, dan pengambilan keputusan. Aman serta Al Mamun, Strong, dan Azad membahas etika dan perkembangan *Islamic marketing*.<sup>25</sup> Alziyadat dan Ahmed mengembangkan kerangka pengambilan keputusan etis berbasis *maqāṣid al-sharī'ah*, sedangkan Mergaliyev dan kolega menawarkan *Higher Ethical Objective Framework* bagi perbankan Islam.<sup>26</sup> Hal ini menunjukkan bahwa kerangka integratif etika Islam telah dikembangkan sebelumnya sehingga kebaruan penelitian ini perlu ditempatkan secara spesifik pada rekonstruksi lima aksioma Beekun.

Perkembangan teknologi memperluas persoalan tersebut. Raquib dan kolega mengembangkan etika kebajikan Islam untuk kecerdasan buatan, sedangkan Elmahjub membahas *ethical benchmarking* AI dari perspektif etika Islam.<sup>27</sup> Kajian mutakhir Sulaeman dan kolega serta Zafar, Ali, dan Abu-Hussin juga menunjukkan perluasan literatur dan agenda penelitian etika bisnis Islam.<sup>28</sup> Perkembangan tersebut memperlihatkan tiga kecenderungan: fondasi normatif etika bisnis Islam, penerapan organisasional dan pengambilan keputusan, serta perluasan menuju bisnis digital dan AI.<sup>29</sup>

Berdasarkan perkembangan tersebut, penelitian ini tidak mengklaim menemukan prinsip baru atau menjadi model pengambilan keputusan etis Islam yang pertama. *Research gap* ditempatkan pada ruang untuk menjelaskan secara lebih sistematis bagaimana *unity, equilibrium, free will, responsibility, dan benevolence* dapat direkonstruksi berdasarkan hubungan fungsionalnya menjadi kerangka orientasi moral, evaluasi etis, agensi moral, akuntabilitas, dan keunggulan moral.<sup>30</sup> Dengan demikian, penelitian bergerak dari pembacaan lima aksioma secara individual menuju konstruksi mekanisme pengambilan keputusan.

Posisi penelitian terhadap literatur dapat diringkas sebagai berikut:

---

Al-Owaihan, "Islamic Work Ethic: A Critical Review"; Ali Aslan Gümüşay, "Entrepreneurship from an Islamic Perspective."

<sup>24</sup> Naresh Kumar and Raduan Che Rose, "Examining the Link between Islamic Work Ethic and Innovation Capability," *Journal of Management Development* 29, no. 1 (2010): 79–93, <https://doi.org/10.1108/02621711011009081>; Jihad Mohammad et al., "The Relationship between Islamic Work Ethic and Workplace Outcome: A Partial Least Squares Approach," *Personnel Review* 47, no. 7 (2018): 1286–308, <https://doi.org/10.1108/PR-05-2017-0138>.

<sup>25</sup> Ameenullah Aman, "Islamic Marketing Ethics for Islamic Financial Institutions"; Md. Abdullah Al Mamun, Carolyn A. Strong, and Md. Abul Kalam Azad, "Islamic Marketing: A Literature Review and Research Agenda."

<sup>26</sup> Naser Alziyadat and Habib Ahmed, "Ethical Decision-Making in Islamic Financial Institutions in Light of Maqasid Al-Sharia: A Conceptual Framework"; Arman Mergaliyev et al., "Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shari'ah) Augmented Framework for Islamic Banks."

<sup>27</sup> Amana Raquib et al., "Islamic Virtue-Based Ethics for Artificial Intelligence"; Ezieddin Elmahjub, "Artificial Intelligence (AI) in Islamic Ethics: Towards Pluralist Ethical Benchmarking for AI."

<sup>28</sup> Sulaeman et al., "Islamic Business Ethics in the Framework of Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shariah): A Comprehensive Analysis and Future Research Directions"; Muhammad Bilal Zafar, Abbas J. Ali, and Mohd Fauzi Abu-Hussin, "Exploring Islamic Work Ethic in the Workplace: A Systematic Literature Review."

<sup>29</sup> Gillian Rice, "Islamic Ethics and the Implications for Business"; Rafik I. Beekun and Jamal A. Badawi, "Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective"; Abbas J. Ali and Abdullah Al-Owaihan, "Islamic Work Ethic: A Critical Review"; Naser Alziyadat and Habib Ahmed, "Ethical Decision-Making in Islamic Financial Institutions in Light of Maqasid Al-Sharia: A Conceptual Framework"; Amana Raquib et al., "Islamic Virtue-Based Ethics for Artificial Intelligence"; Ezieddin Elmahjub, "Artificial Intelligence (AI) in Islamic Ethics: Towards Pluralist Ethical Benchmarking for AI."

<sup>30</sup> Naser Alziyadat and Habib Ahmed, "Ethical Decision-Making in Islamic Financial Institutions in Light of Maqasid Al-Sharia: A Conceptual Framework"; Arman Mergaliyev et al., "Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shari'ah) Augmented Framework for Islamic Banks"; Sulaeman et al., "Islamic Business Ethics in the Framework of Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shariah): A Comprehensive Analysis and Future Research Directions"; Muhammad Bilal Zafar, Abbas J. Ali, and Mohd Fauzi Abu-Hussin, "Exploring Islamic Work Ethic in the Workplace: A Systematic Literature Review."

| Kecenderungan Literatur                 | Fokus Utama                                      | Contoh Literatur                                   | Posisi Penelitian Ini                                      |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Fondasi etika bisnis Islam              | Nilai dan prinsip normatif                       | Rice; Saeed et al.; Beekun                         | Merekonstruksi fungsi lima aksioma Beekun                  |
| Etika organisasi dan <i>stakeholder</i> | Kerja, organisasi, tanggung jawab, kewirausahaan | Yousef; Beekun & Badawi; Ali & Al-Owaidan; Gümüşay | Menghubungkan nilai dengan proses keputusan                |
| Kerangka etika dan <i>maqāṣid</i>       | Kerangka evaluasi dan pengambilan keputusan      | Alziyadat & Ahmed; Mergaliyev et al.               | Menawarkan model khusus berbasis lima aksioma Beekun       |
| Bisnis digital dan AI                   | Teknologi, AI dan problem etis baru              | Raquib et al.; Elmahjub                            | Menguji relevansi konseptual model pada dilema kontemporer |
| Literatur mutakhir                      | Pemetaan perkembangan dan agenda penelitian      | Sulaeman et al.; Zafar et al.                      | Menempatkan rekonstruksi sebagai kontribusi konseptual     |

Berdasarkan sintesis tersebut, penelitian mengajukan kerangka konseptual:



Gambar 1. Model Integratif Pengambilan Keputusan Etis dalam Bisnis Islam: Rekonstruksi Pemikiran Rafik Issa Beekun

Kerangka tersebut menunjukkan hubungan fungsional lima prinsip Beekun dalam pengambilan keputusan bisnis: tauhid sebagai orientasi moral, keadilan sebagai evaluasi etis, kebebasan dan tanggung jawab sebagai relasi agensi–akuntabilitas, serta ihsan sebagai keunggulan moral, sehingga membentuk alur orientasi moral → evaluasi etis → agensi ↔ akuntabilitas → keunggulan moral → keputusan bisnis etis.<sup>31</sup> Lima prinsip tersebut berasal dari Beekun, sedangkan fungsi dan hubungan antarnilainya merupakan rekonstruksi konseptual penelitian ini yang menghubungkan *research gap*, proses analisis, dan Model

<sup>31</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–29.

## Integratif Pengambilan Keputusan Etis dalam Bisnis Islam.

## C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis penelitian kepustakaan (*library research*), studi pemikiran, dan penelitian konseptual (*conceptual research*) untuk mengidentifikasi, menafsirkan, dan merekonstruksi pemikiran Rafik Issa Beekun mengenai etika bisnis Islam.<sup>32</sup> Objek material penelitian adalah lima aksioma dalam *Islamic Business Ethics*, yaitu *unity*, *equilibrium*, *free will*, *responsibility*, dan *benevolence* pada halaman 20–29,<sup>33</sup> sedangkan objek formalnya adalah hubungan fungsional kelima prinsip tersebut dalam pengambilan keputusan bisnis etis dan relevansinya terhadap bisnis kontemporer. Sumber primer adalah karya Beekun, khususnya *Axioms of Islamic Ethical Philosophy*, dengan *unity* pada halaman 20–23, *equilibrium* 23–24, *free will* 24–26, *responsibility* 26–28, dan *benevolence* 28–29.<sup>34</sup> Sumber sekunder meliputi literatur akademik mengenai etika bisnis Islam, *Islamic work ethic*, *stakeholder*, CSR, kewirausahaan, pemasaran, *maqāṣid al-sharīʿah*, bisnis digital, dan etika kecerdasan buatan.

Penelitian menggunakan pendekatan konseptual, filosofis, dan kontekstual untuk mengidentifikasi makna dan hubungan antarkonsep, menelaah landasan moralnya, serta menilai relevansinya terhadap persoalan bisnis kontemporer.<sup>35</sup> Data dikumpulkan melalui dokumentasi dan penelusuran literatur berdasarkan relevansi konseptual, otoritas akademik, keterkaitan dengan lima aksioma Beekun, dan kontribusinya terhadap pembahasan bisnis kontemporer.<sup>36</sup> Analisis menggabungkan *content analysis*, *conceptual analysis*, dan *thematic analysis*.<sup>37</sup> Data diorganisasikan ke dalam lima tema, yaitu tauhid, keadilan, kebebasan, tanggung jawab, dan ihsan,<sup>38</sup> melalui tahapan reduksi data → pengodean → kategorisasi → interpretasi → analisis relasional → sintesis konseptual hingga menghasilkan Model Integratif Pengambilan Keputusan Etis dalam Bisnis Islam.

Rekonstruksi dilakukan dengan membedakan kategori sumber—*unity*, *equilibrium*, *free will*, *responsibility*, dan *benevolence*—yang berasal dari Beekun,<sup>39</sup> dari kategori analitis penelitian berupa orientasi moral, keseimbangan etis, agensi moral, akuntabilitas, dan keunggulan moral. Karena itu, hubungan Tauhid → Keadilan → Kebebasan ↔ Tanggung Jawab → Ihsan → Keputusan Bisnis Etis merupakan hasil rekonstruksi konseptual penelitian, bukan model yang secara eksplisit dirumuskan Beekun. Ketelitian analisis dijaga melalui kredibilitas sumber, pemeriksaan silang, transparansi interpretasi, keterlacakan analisis, dan triangulasi

<sup>32</sup> Glenn A. Bowen, “Document Analysis as a Qualitative Research Method,” *Qualitative Research Journal* 9, no. 2 (2009): 27–40, <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>; Yosef Jabareen, “Building a Conceptual Framework: Philosophy, Definitions, and Procedure,” *International Journal of Qualitative Methods* 8, no. 4 (2009): 49–62, <https://doi.org/10.1177/160940690900800406>.

<sup>33</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–29.

<sup>34</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–29.

<sup>35</sup> Yosef Jabareen, “Building a Conceptual Framework: Philosophy, Definitions, and Procedure.”

<sup>36</sup> Glenn A. Bowen, “Document Analysis as a Qualitative Research Method.”

<sup>37</sup> Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 4th ed. (Los Angeles: Sage Publications, 2018), 24–25.

<sup>38</sup> Virginia Braun and Victoria Clarke, “Using Thematic Analysis in Psychology,” *Qualitative Research in Psychology* 3, no. 2 (2006): 77–101, <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>.

<sup>39</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–29.

literatur.<sup>40</sup> Setiap interpretasi ditelusuri kembali pada sumber primer dan dibandingkan dengan literatur sekunder,<sup>41</sup> sedangkan aspek etis difokuskan pada integritas akademik, ketepatan atribusi, keakuratan representasi pemikiran Beekun, dan penghindaran plagiarisme.

#### D. Hasil Penelitian

Hasil penelitian terhadap lima aksioma Beekun—*unity* (tauhid), *equilibrium* (keadilan), *free will* (kebebasan), *responsibility* (tanggung jawab), dan *benevolence* (ihsan)—menunjukkan bahwa kelima dapat direkonstruksi sebagai kerangka fungsional pengambilan keputusan bisnis etis.<sup>42</sup> Berdasarkan analisis tekstual dan relasional, tauhid berfungsi sebagai orientasi moral, keadilan sebagai keseimbangan etis, kebebasan sebagai agensi moral, tanggung jawab sebagai akuntabilitas, dan ihsan sebagai keunggulan moral. Istilah fungsional tersebut merupakan kategori analitis penelitian, bukan terminologi yang secara eksplisit digunakan Beekun.

##### 1. Tauhid sebagai Orientasi Moral

Analisis terhadap *unity* menunjukkan bahwa Beekun mendasarkannya pada *tawhid*, yang mengintegrasikan aktivitas ekonomi ke dalam sistem kehidupan Islam sehingga bisnis tidak terpisah dari nilai moral dan religius.<sup>43</sup> Dalam praktik bisnis, prinsip ini mengarahkan hubungan antarmanusia, penggunaan sumber daya, dan pencapaian keuntungan agar sesuai dengan nilai Islam.<sup>44</sup> Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekonstruksi tauhid sebagai **orientasi moral (*moral orientation*)** yang mengarahkan tujuan, pilihan, dan tindakan bisnis; istilah ini merupakan kategori analitis penelitian, bukan terminologi Beekun.



Gambar 2. Tauhid sebagai Orientasi Moral dalam Tujuan dan Tindakan Bisnis

##### 2. Keadilan sebagai Keseimbangan Etis

Analisis terhadap *equilibrium* menunjukkan bahwa Beekun menghubungkannya dengan keseimbangan, harmoni, dan *‘adl* sebagai dasar keadilan dalam aktivitas bisnis.<sup>45</sup> Penelitian ini merekonstruksi *equilibrium* sebagai **keseimbangan etis (*ethical balance*)**, yaitu standar evaluatif untuk menilai keseimbangan hak dan kewajiban, keuntungan dan risiko, serta kepentingan individu dan pihak lain.

<sup>40</sup> Yvonna S. Lincoln and Egon G. Guba, *Naturalistic Inquiry* (Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1985), 289–331.

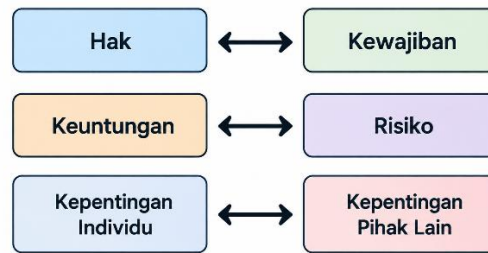
<sup>41</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–29.

<sup>42</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–29.

<sup>43</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–21.

<sup>44</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 22–23.

<sup>45</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 23–24.



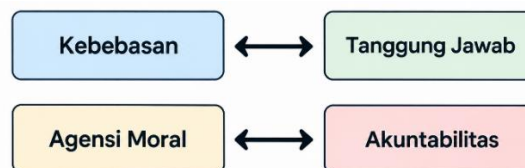
Gambar 3. Keadilan sebagai Keseimbangan Etis dalam Aktivitas Bisnis

### 3. Kebebasan dan Tanggung Jawab sebagai Agensi dan Akuntabilitas Moral

Analisis menunjukkan bahwa *free will* memberikan manusia kebebasan memilih dan bertindak dalam batas ketentuan Allah,<sup>46</sup> sedangkan *responsibility* menegaskan bahwa setiap pilihan menuntut pertanggungjawaban.<sup>47</sup> Penelitian ini merekonstruksi keduanya sebagai agensi moral (*moral agency*) dan akuntabilitas (*accountability*), sehingga kebebasan dan tanggung jawab membentuk hubungan fungsional yang tidak terpisahkan.



Gambar 3. Kebebasan dan Tanggung Jawab sebagai Agensi dan Akuntabilitas Moral dalam Keputusan Bisnis



Gambar 4. Relasi Kebebasan dan Tanggung Jawab sebagai Agensi Moral dan Akuntabilitas dalam Bisnis

### 4. Ihsan sebagai Keunggulan Moral

Analisis terhadap *benevolence* menunjukkan bahwa Beekun menghubungkannya dengan *ihsan*, yaitu tindakan yang memberikan manfaat kepada pihak lain melampaui kewajiban formal.<sup>48</sup> Penelitian ini merekonstruksi ihsan sebagai keunggulan moral (*moral excellence*), yang mengarahkan pelaku bisnis dari sekadar memenuhi kewajiban menuju tindakan yang lebih baik dan bermanfaat.



Gambar 5. Ihsan sebagai Keunggulan Moral dalam Tindakan Bisnis

Dengan demikian, ihsan memberikan dimensi aspiratif yang melengkapi dimensi restriktif etika: tidak hanya mencegah tindakan salah, tetapi mendorong tindakan dengan

<sup>46</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 24–26.

<sup>47</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 26–28.

<sup>48</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 28–29.

kualitas moral yang lebih tinggi.

### 5. Sintesis Hubungan Antarnilai

Analisis relasional menunjukkan bahwa lima aksioma Beekun dapat direkonstruksi berdasarkan fungsi yang saling berhubungan dalam pengambilan keputusan etis. Model ini bukan tahapan linear yang secara eksplisit dirumuskan Beekun, melainkan hasil rekonstruksi konseptual penelitian.

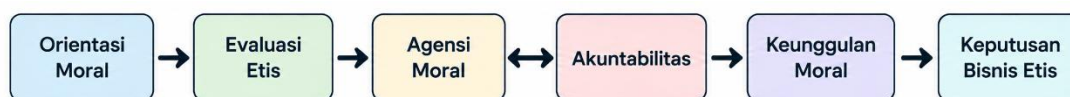
| Prinsip Beekun        | Konsep         | Fungsi dalam Rekonstruksi | Pertanyaan Etis                                                                                    |
|-----------------------|----------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Unity</i>          | Tauhid         | Orientasi moral           | Ke arah moral apa keputusan bisnis ditujukan?                                                      |
| <i>Equilibrium</i>    | Keadilan       | Keseimbangan etis         | Apakah hak, kewajiban, manfaat, dan risiko diperlakukan secara adil?                               |
| <i>Free Will</i>      | Kebebasan      | Agensi moral              | Apakah pilihan dibuat dan digunakan secara bertanggung jawab tanpa manipulasi terhadap pihak lain? |
| <i>Responsibility</i> | Tanggung jawab | Akuntabilitas             | Siapa yang bertanggung jawab atas proses dan konsekuensi keputusan?                                |
| <i>Benevolence</i>    | Ihsan          | Keunggulan moral          | Adakah pilihan yang menghasilkan kualitas kebaikan dan manfaat yang lebih tinggi?                  |

Hasil sintesis menghasilkan konstruksi:



Gambar 6. Model Integratif Pengambilan Keputusan Etis dalam Bisnis Islam

Secara fungsional:



Gambar 7. Alur Fungsional Pengambilan Keputusan Bisnis Etis dalam Perspektif Islam

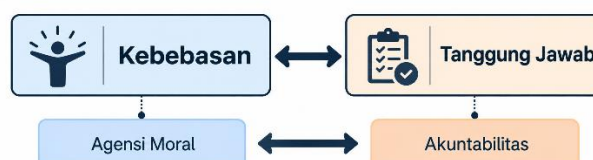
Dengan demikian, kebaruan hasil penelitian terletak pada rekonstruksi fungsi dan hubungan lima aksioma Beekun menjadi kerangka pengambilan keputusan etis, bukan pada penemuan lima prinsip baru. Relevansinya terhadap bisnis digital, AI, *stakeholder*, dan CSR dibahas pada bagian Pembahasan.

## E. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima aksioma Beekun dapat direkonstruksi sebagai kerangka fungsional pengambilan keputusan bisnis: tauhid sebagai orientasi moral, keadilan sebagai evaluasi etis, kebebasan sebagai agensi moral, tanggung jawab sebagai akuntabilitas, dan ihsan sebagai keunggulan moral. Temuan ini mengembangkan pembacaan lima aksioma dari sekadar prinsip normatif menjadi mekanisme nilai dalam proses pengambilan keputusan bisnis etis, yang selanjutnya didialogkan dengan perkembangan literatur etika bisnis Islam.

### 1. Rekonstruksi Struktur Etika Beekun

Beekun menempatkan *unity*, *equilibrium*, *free will*, *responsibility*, dan *benevolence* sebagai lima aksioma etika Islam.<sup>49</sup> Penelitian ini merekonstruksi kelima secara fungsional: tauhid sebagai orientasi moral, keadilan sebagai keseimbangan etis, kebebasan sebagai agensi moral, tanggung jawab sebagai akuntabilitas, dan ihsan sebagai keunggulan moral.<sup>50</sup> Hubungan tersebut menempatkan kebebasan dan tanggung jawab sebagai relasi agensi–akuntabilitas dalam keputusan bisnis.



Gambar 8. Relasi Kebebasan dan Tanggung Jawab sebagai Agensi Moral dan Akuntabilitas

Secara keseluruhan, rekonstruksi tersebut membentuk alur orientasi → evaluasi → agensi/akuntabilitas → keunggulan moral → keputusan bisnis etis.



Gambar 9. Alur Fungsional Nilai Etika dalam Pengambilan Keputusan Bisnis Etis

<sup>49</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–29.

<sup>50</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 20–29.



Gambar 10. Rekonstruksi Fungsional Lima Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Pemikiran Rafik Issa Beekun

Rekonstruksi ini memperluas pembacaan Beekun dari prinsip normatif menuju mekanisme pengambilan keputusan. Literatur sebelumnya telah mengembangkan etika Islam dalam bisnis, pemasaran, *stakeholder*, dan *Islamic work ethic*.<sup>51</sup> Kerangka berbasis *maqāṣid al-sharī'ah* juga telah dikembangkan untuk pengambilan keputusan dan evaluasi etis.<sup>52</sup> Karena itu, kebaruan penelitian ini bukan sebagai model etika Islam pertama, tetapi pada rekonstruksi hubungan fungsional lima aksioma Beekun sebagai orientasi–evaluasi–agensi/akuntabilitas–keunggulan moral.

## 2. Relevansi terhadap Bisnis Kontemporer

Model ini relevan terhadap bisnis digital karena penggunaan data, algoritma, dan AI memperluas ruang pilihan sekaligus tanggung jawab etis. Kajian tentang etika AI Islam menegaskan pentingnya nilai moral dalam pengembangan dan penggunaan teknologi.<sup>53</sup> Dalam pemasaran digital, prinsip etika Islam juga tetap penting dalam menjaga hubungan perusahaan dan konsumen.<sup>54</sup>

| Problematika Bisnis                          | Prinsip yang Menonjol             | Fokus Evaluasi Etis                                                     |
|----------------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| <i>Fake review</i> dan informasi menyesatkan | Tauhid–Keadilan–Ihsan             | Orientasi, kejujuran, keadilan informasi, dan kualitas moral komunikasi |
| <i>Dark patterns</i>                         | Kebebasan–Keadilan–Tanggung jawab | Kebebasan substantif dan manipulasi pilihan konsumen                    |
| Data konsumen                                | Keadilan–Kebebasan–Tanggung jawab | Hak, persetujuan, risiko, transparansi, dan akuntabilitas               |

<sup>51</sup> Gillian Rice, "Islamic Ethics and the Implications for Business"; Mohammad Saeed, Zafar U. Ahmed, and Syeda-Masooda Mukhtar, "International Marketing Ethics from an Islamic Perspective: A Value-Maximization Approach"; Rafik I. Beekun and Jamal A. Badawi, "Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective"; Darwish A. Yousef, "Islamic Work Ethic: A Moderator between Organizational Commitment and Job Satisfaction in a Cross-Cultural Context"; Abbas J. Ali and Abdullah Al-Owaidan, "Islamic Work Ethic: A Critical Review"; Naresh Kumar and Raduan Che Rose, "Examining the Link between Islamic Work Ethic and Innovation Capability"; Jihad Mohammad et al., "The Relationship between Islamic Work Ethic and Workplace Outcome: A Partial Least Squares Approach."

<sup>52</sup> Naser Alziyadat and Habib Ahmed, "Ethical Decision-Making in Islamic Financial Institutions in Light of Maqasid Al-Sharia: A Conceptual Framework"; Arman Mergaliyev et al., "Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shari'ah) Augmented Framework for Islamic Banks."

<sup>53</sup> Amana Raquib et al., "Islamic Virtue-Based Ethics for Artificial Intelligence"; Ezieddin Elmahjub, "Artificial Intelligence (AI) in Islamic Ethics: Towards Pluralist Ethical Benchmarking for AI."

<sup>54</sup> Ameenullah Aman, "Islamic Marketing Ethics for Islamic Financial Institutions"; Md. Abdullah Al Mamun, Carolyn A. Strong, and Md. Abul Kalam Azad, "Islamic Marketing: A Literature Review and Research Agenda."

| Problematika Bisnis                   | Prinsip yang Menonjol             | Fokus Evaluasi Etis                                               |
|---------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <i>Dynamic pricing</i>                | Keadilan–Tanggung jawab           | Kewajaran diferensiasi harga dan dampaknya terhadap konsumen      |
| <i>Influencer/affiliate marketing</i> | Tauhid–Tanggung jawab–Ihsan       | Transparansi hubungan komersial dan integritas komunikasi         |
| Bias algoritmik                       | Keadilan–Tanggung jawab           | Diskriminasi, dampak, dan akuntabilitas sistem                    |
| Kecerdasan buatan                     | Kebebasan–Tanggung jawab–Keadilan | Agensi manusia, dampak, dan pertanggungjawaban keputusan otomatis |
| <i>Stakeholder</i>                    | Keadilan–Tanggung jawab–Ihsan     | Distribusi kepentingan dan konsekuensi keputusan                  |
| CSR                                   | Tanggung jawab–Ihsan              | Kepatuhan minimum dan penciptaan manfaat substantif               |

Kelima prinsip tetap digunakan secara integratif; tabel hanya menunjukkan prinsip yang paling menonjol pada setiap persoalan. Dalam konteks AI khususnya, relasi agensi–akuntabilitas menegaskan bahwa penggunaan sistem otomatis tidak menghilangkan tanggung jawab moral manusia dan organisasi.<sup>55</sup>

### 3. Model Integratif Pengambilan Keputusan Etis dalam Bisnis Islam

Berdasarkan rekonstruksi lima aksioma Beekun, penelitian menghasilkan Model Integratif Pengambilan Keputusan Etis dalam Bisnis Islam. Model ini merupakan rekonstruksi konseptual, bukan model yang secara eksplisit dirumuskan Beekun.



Gambar 11. Model Integratif Pengambilan Keputusan Etis dalam Bisnis Islam: Rekonstruksi Pemikiran Rafik Issa Beekun

Secara operasional, model menggunakan lima pertanyaan: (1) Tauhid: apakah tujuan keputusan sesuai nilai Islam? (2) Keadilan: apakah hak, manfaat, dan risiko diperlakukan secara adil? (3) Kebebasan: apakah para pihak memiliki pilihan yang nyata tanpa manipulasi? (4) Tanggung jawab: siapa yang bertanggung jawab atas proses dan konsekuensinya? (5) Ihsan: adakah alternatif yang lebih baik dan lebih bermanfaat?

<sup>55</sup> Ameenullah Aman, "Islamic Marketing Ethics for Islamic Financial Institutions"; Md. Abdullah Al Mamun, Carolyn A. Strong, and Md. Abul Kalam Azad, "Islamic Marketing: A Literature Review and Research Agenda."



Gambar 12. Alur Integratif Pengambilan Keputusan Bisnis Etis dan Refleksi Berkelanjutan

Kebaruan model terletak pada rekonstruksi hubungan fungsional lima aksioma Beekun menjadi orientasi moral–evaluasi etis–agensi/akuntabilitas–keunggulan moral, bukan pada penemuan prinsip baru atau klaim sebagai model etika Islam pertama. Kerangka pengambilan keputusan berbasis *maqāṣid al-sharīʿah* telah dikembangkan sebelumnya.<sup>56</sup> Literatur mutakhir juga menunjukkan perkembangan etika bisnis Islam dan *Islamic work ethic* menuju kerangka yang semakin luas.<sup>57</sup> Model ini karena itu bersifat konseptual-rekonstruktif dan masih memerlukan pengujian empiris pada berbagai konteks bisnis.

## F. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa lima prinsip etika bisnis Islam dalam pemikiran Rafik Issa Beekun dapat direkonstruksi sebagai kerangka pengambilan keputusan yang saling terhubung. Tauhid berfungsi sebagai orientasi moral, keadilan sebagai keseimbangan etis, kebebasan sebagai agensi moral, tanggung jawab sebagai akuntabilitas, dan ihsan sebagai keunggulan moral. Kelima fungsi tersebut menegaskan bahwa etika bisnis Islam tidak hanya berisi prinsip normatif, tetapi juga dapat menjadi dasar untuk mengarahkan dan mengevaluasi keputusan bisnis.

Sintesis penelitian menghasilkan Model Integratif Pengambilan Keputusan Etis dalam Bisnis Islam dengan konstruksi Tauhid → Keadilan → Kebebasan ↔ Tanggung Jawab → Ihsan → Keputusan Bisnis Etis. Model ini merupakan rekonstruksi konseptual penelitian, bukan struktur yang secara eksplisit dirumuskan Beekun. Karena itu, kebaruan penelitian terletak pada rekonstruksi hubungan fungsional lima aksioma Beekun menjadi model integratif pengambilan keputusan etis, bukan pada penemuan prinsip etika baru.

Model tersebut relevan untuk menganalisis persoalan bisnis kontemporer, seperti pemasaran digital, *fake review*, *dark patterns*, penggunaan data konsumen, algoritma, kecerdasan buatan, hubungan *stakeholder*, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara konseptual, model ini menjembatani nilai normatif etika Islam dengan proses evaluasi keputusan; secara praktis, model dapat dikembangkan sebagai kerangka evaluasi bagi pelaku usaha, perusahaan, dan lembaga ekonomi syariah.

Penelitian ini terbatas pada penelitian kepustakaan sehingga model yang dihasilkan masih bersifat konseptual dan belum diuji secara empiris. Penelitian selanjutnya perlu

<sup>56</sup> Naser Alziyadat and Habib Ahmed, "Ethical Decision-Making in Islamic Financial Institutions in Light of Maqasid Al-Sharia: A Conceptual Framework"; Arman Mergaliyev et al., "Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shari'ah) Augmented Framework for Islamic Banks."

<sup>57</sup> Sulaeman et al., "Islamic Business Ethics in the Framework of Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shariah): A Comprehensive Analysis and Future Research Directions"; Muhammad Bilal Zafar, Abbas J. Ali, and Mohd Fauzi Abu-Hussin, "Exploring Islamic Work Ethic in the Workplace: A Systematic Literature Review."

mengembangkan indikator operasional dan menguji hubungan antardimensi pada berbagai konteks bisnis. Dengan demikian, kontribusi utama penelitian adalah mengembangkan pemikiran Beekun dari kerangka nilai normatif menuju kerangka pengambilan keputusan bisnis etis yang berorientasi pada moralitas, keadilan, akuntabilitas, dan kebaikan substantif.

## Daftar Pustaka

- Abbas J. Ali and Abdullah Al-Owaihan. "Islamic Work Ethic: A Critical Review." *Cross Cultural Management: An International Journal* 15, no. 1 (2008): 5–19. <https://doi.org/10.1108/13527600810848791>.
- Ali Aslan Gümüşay. "Entrepreneurship from an Islamic Perspective." *Journal of Business Ethics* 130, no. 1 (2015): 199–208. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2223-7>.
- Amana Raquib, Bilal Channa, Talat Zubair, and Junaid Qadir. "Islamic Virtue-Based Ethics for Artificial Intelligence." *Discover Artificial Intelligence* 2 (2022): 2. <https://doi.org/10.1007/s44163-022-00028-2>.
- Ameenullah Aman. "Islamic Marketing Ethics for Islamic Financial Institutions." *International Journal of Ethics and Systems* 36, no. 1 (2020): 1–11. <https://doi.org/10.1108/IJOES-12-2018-0182>.
- Arman Mergaliyev, Mehmet Asutay, Alija Avdukic, and Yusuf Karbhari. "Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shari'ah) Augmented Framework for Islamic Banks." *Journal of Business Ethics* 170, no. 4 (2021): 797–834. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04331-4>.
- Darwish A. Yousef. "Islamic Work Ethic: A Moderator between Organizational Commitment and Job Satisfaction in a Cross-Cultural Context." *Personnel Review* 30, no. 2 (2001).
- Ezieddin Elmahjub. "Artificial Intelligence (AI) in Islamic Ethics: Towards Pluralist Ethical Benchmarking for AI." Sec. 73. *Philosophy & Technology* 36, no. 4 (2023). <https://doi.org/10.1007/s13347-023-00668-x>.
- Gillian Rice. "Islamic Ethics and the Implications for Business." *Journal of Business Ethics* 18, no. 4 (1999). <https://doi.org/10.1023/A:1005711414306>.
- Glenn A. Bowen. "Document Analysis as a Qualitative Research Method." *Qualitative Research Journal* 9, no. 2 (2009): 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>.
- Jihad Mohammad, Farzana Quoquab, Fazli Idris, Mohammed Al-Jabari, Nazimah Hussin, and Raed Wishah. "The Relationship between Islamic Work Ethic and Workplace Outcome: A Partial Least Squares Approach." *Personnel Review* 47, no. 7 (2018): 1286–308. <https://doi.org/10.1108/PR-05-2017-0138>.
- Klaus Krippendorff. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 4th ed. Los Angeles: Sage Publications, 2018.
- Md. Abdullah Al Mamun, Carolyn A. Strong, and Md. Abul Kalam Azad. "Islamic Marketing: A Literature Review and Research Agenda." *International Journal of Consumer Studies* 45, no. 5 (2021): 964–84. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12625>.

- Mohammad Saeed, Zafar U. Ahmed, and Syeda-Masooda Mukhtar. "International Marketing Ethics from an Islamic Perspective: A Value-Maximization Approach." *Journal of Business Ethics* 32, no. 2 (2001): 127–42. <https://doi.org/10.1023/A:1010718817155>.
- Muhammad Bilal Zafar, Abbas J. Ali, and Mohd Fauzi Abu-Hussin. "Exploring Islamic Work Ethic in the Workplace: A Systematic Literature Review." *Personnel Review* 55, no. 6 (2026): 1441–71. <https://doi.org/10.1108/PR-08-2024-0720>.
- Naresh Kumar and Raduan Che Rose. "Examining the Link between Islamic Work Ethic and Innovation Capability." *Journal of Management Development* 29, no. 1 (2010): 79–93. <https://doi.org/10.1108/02621711011009081>.
- Naser Alziyadat and Habib Ahmed. "Ethical Decision-Making in Islamic Financial Institutions in Light of Maqasid Al-Sharia: A Conceptual Framework." *Thunderbird International Business Review* 61, no. 5 (2019): 707–18. <https://doi.org/10.1002/tie.22025>.
- Rafik I. Beekun and Jamal A. Badawi. "Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective." *Journal of Business Ethics* 60, no. 2 (2005): 131–45. <https://doi.org/10.1007/s10551-004-8204-5>.
- Rafik Issa Beekun. *Islamic Business Ethics*. 2006th ed. Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought, 1997.
- Sulaeman, Sri Herianingrum, Muhamad Nafik Hadi Ryandono, Rodame Monitorir Napitupulu, Meri Indri Hapsari, Hafas Furqani, and Zakaria Bahari. "Islamic Business Ethics in the Framework of Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shariah): A Comprehensive Analysis and Future Research Directions." *International Journal of Ethics and Systems*, ahead of print, 2025. <https://doi.org/10.1108/IJOES-12-2024-0398>.
- Virginia Braun and Victoria Clarke. "Using Thematic Analysis in Psychology." *Qualitative Research in Psychology* 3, no. 2 (2006): 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>.
- Yosef Jabareen. "Building a Conceptual Framework: Philosophy, Definitions, and Procedure." *International Journal of Qualitative Methods* 8, no. 4 (2009): 49–62. <https://doi.org/10.1177/160940690900800406>.
- Yvonna S. Lincoln and Egon G. Guba. *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1985.