

Pengertian: Jurnal Pendidikan Indonesia (PJPI)

E-ISSN: 2986-9528 | P-ISSN: 2986-9439
Website <https://ejournal.lapad.id/index.php/pjpi>

Open Access under CC BY NC SA
Copyright © 2025, Amri Irfani, et.al

Vol. 3, No. 3, 2025, 387-398
DOI: <https://doi.org/10.61930/pjpi.v3i3>

Implementasi Nilai Tauhid Dan Akhlak Dalam Konsep Manajemen Bisnis Syariah Berbasis Pendidikan Agama

Amri Irfani¹, M Fiqi Muzaki², Galih Sabara³, M Fabriyan⁴, Yayah⁵,
M Satria Alpanoris⁶, Choiriyah⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah (STEBIS)
Indo Global Mandiri Palembang
Email: amriirfani14@gmail.com

Abstract:

The implementation of the values of tawhid and akhlaq in the concept of Islamic business management based on religious education constitutes an essential foundation for developing business practices oriented toward Islamic spiritual and ethical values. The principle of tawhid positions God as the center of all business activities, thereby framing managerial processes as acts of worship and moral accountability. Meanwhile, akhlaq functions as an ethical guideline that directs business actors to uphold honesty, justice, trustworthiness, and social responsibility. This study aims to analyze the role of religious education in internalizing the values of tawhid and akhlaq within Islamic business management practices. The research employs a qualitative approach through a literature review and descriptive analysis of concepts in religious education, management theory, and Islamic business studies. The findings indicate that religious education plays a significant role in shaping the ethical awareness and character of business actors, enabling the values of tawhid and akhlaq to move beyond normative ideals and be practically implemented in managerial functions, including planning, organizing, implementing, and controlling business activities. The integration of spiritual and moral values contributes to the creation of a business management system that is just, sustainable, and aligned with the objectives of Islamic law (maqasid al-shariah). Therefore, Islamic business management based on religious education is expected to serve as a relevant and applicable alternative model for addressing the challenges of the modern business environment.

Keywords: *Tawhid, Akhlaq, Islamic Business Management, Religious Education*

Abstrak:

Implementasi nilai tauhid dan akhlak dalam konsep manajemen bisnis syariah berbasis pendidikan agama menjadi landasan penting dalam membangun praktik bisnis yang berorientasi pada nilai spiritual dan etika Islam. Nilai tauhid menempatkan Allah sebagai pusat seluruh aktivitas bisnis, sehingga setiap proses manajerial dipahami sebagai bentuk ibadah dan tanggung jawab moral. Sementara itu, nilai akhlak berperan sebagai pedoman etis yang mengarahkan perilaku pelaku bisnis agar menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pendidikan agama dalam menginternalisasikan nilai tauhid

dan akhlak ke dalam praktik manajemen bisnis syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kepustakaan dan analisis deskriptif terhadap konsep pendidikan agama, prinsip manajemen, serta literatur bisnis syariah. Hasil kajian menunjukkan bahwa pendidikan agama berkontribusi signifikan dalam membentuk karakter dan kesadaran etis pelaku bisnis, sehingga nilai-nilai tauhid dan akhlak tidak hanya dipahami secara normatif, tetapi diimplementasikan dalam fungsi-fungsi manajemen, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Integrasi nilai spiritual dan moral tersebut mampu menciptakan sistem manajemen bisnis yang berkeadilan, berkelanjutan, dan selaras dengan tujuan syariah (maqashid al-shariah). Dengan demikian, manajemen bisnis syariah berbasis pendidikan agama diharapkan dapat menjadi alternatif model bisnis yang relevan dan aplikatif dalam menghadapi tantangan dunia usaha modern.

Kata kunci: *Tauhid, Akhlak, Manajemen Bisnis Syariah, Pendidikan Agama*

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan modernisasi ekonomi telah membawa perubahan signifikan dalam praktik bisnis di berbagai sektor. Orientasi bisnis yang semakin menekankan pada efisiensi, produktivitas, dan pencapaian keuntungan maksimal seringkali mengesampingkan dimensi etika dan nilai moral. Fenomena ini memunculkan berbagai persoalan seperti praktik bisnis tidak adil, manipulasi informasi, eksploitasi sumber daya manusia, serta lemahnya tanggung jawab sosial perusahaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sistem manajemen bisnis modern membutuhkan landasan nilai yang lebih komprehensif dan berorientasi pada keseimbangan antara aspek material dan spiritual (Fauzia & Riyadi, 2019).

Dalam konteks tersebut, manajemen bisnis syariah hadir sebagai paradigma alternatif yang menawarkan pendekatan holistik dalam pengelolaan bisnis. Manajemen bisnis syariah tidak hanya mengatur aspek teknis dan administratif, tetapi juga menekankan nilai-nilai keislaman sebagai pedoman utama dalam pengambilan keputusan. Prinsip-prinsip syariah menempatkan aktivitas bisnis sebagai bagian dari ibadah sosial yang bertujuan untuk mencapai kemaslahatan bersama, baik bagi individu, masyarakat, maupun lingkungan (Huda et al., 2020). Dengan demikian, bisnis dalam perspektif Islam tidak terlepas dari tanggung jawab moral dan sosial.

Nilai tauhid merupakan fondasi filosofis utama dalam manajemen bisnis syariah. Tauhid membentuk kesadaran bahwa seluruh aktivitas ekonomi berada dalam pengawasan Allah SWT dan harus dipertanggungjawabkan secara spiritual. Pemahaman tauhid yang kuat akan mendorong pelaku bisnis untuk menghindari praktik yang merugikan pihak lain serta menumbuhkan sikap amanah dan integritas dalam

menjalankan usaha. Tauhid juga berfungsi sebagai kontrol internal yang membimbing perilaku manajerial agar tetap berada dalam koridor nilai-nilai Islam (Kara, 2021).

Selain nilai tauhid, akhlak menjadi elemen fundamental yang menentukan kualitas praktik bisnis syariah. Akhlak dalam Islam mencakup nilai-nilai universal seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, transparansi, dan kepedulian sosial. Implementasi nilai akhlak dalam manajemen bisnis berperan penting dalam menciptakan hubungan kerja yang harmonis, meningkatkan kepercayaan stakeholder, serta mendorong keberlanjutan usaha. Tanpa landasan akhlak yang kuat, praktik bisnis syariah berpotensi kehilangan esensi moralnya dan hanya menjadi simbol formal semata (Nasution & Rafiki, 2022).

Meskipun konsep tauhid dan akhlak telah menjadi bagian integral dalam teori manajemen bisnis syariah, implementasinya dalam praktik nyata masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu faktor utama adalah lemahnya proses internalisasi nilai-nilai keislaman pada pelaku bisnis. Banyak praktik bisnis yang mengklaim berbasis syariah, namun belum sepenuhnya mencerminkan nilai tauhid dan akhlak dalam pengambilan keputusan dan perilaku manajerial sehari-hari (Rahman & Nurdin, 2024).

Dalam hal ini, pendidikan agama memiliki peran strategis sebagai sarana pembentukan karakter dan kesadaran etis pelaku bisnis. Pendidikan agama tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan keislaman, tetapi juga sebagai proses pembentukan sikap dan perilaku yang berlandaskan nilai tauhid dan akhlak. Melalui pendidikan agama, pelaku bisnis diharapkan mampu memahami makna spiritual di balik aktivitas ekonomi serta menjadikan nilai-nilai Islam sebagai pedoman dalam praktik manajemen (Sutrisno & Wahyuni, 2020).

Pendidikan agama yang terintegrasi dengan konsep manajemen bisnis syariah mampu mendorong penerapan nilai tauhid dan akhlak secara sistematis dalam fungsi-fungsi manajemen. Nilai-nilai tersebut dapat diwujudkan dalam perencanaan bisnis yang berorientasi pada kemaslahatan, pengorganisasian yang adil, pelaksanaan usaha yang jujur, serta pengawasan yang bertanggung jawab (Khasanah, et.al, 2022). Integrasi ini tidak hanya meningkatkan kinerja bisnis, tetapi juga memperkuat dimensi etis dan spiritual dalam dunia usaha (Aziz et al., 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara lebih mendalam implementasi nilai tauhid dan akhlak dalam konsep manajemen bisnis

syariah berbasis pendidikan agama. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan teori manajemen bisnis syariah, sekaligus kontribusi praktis bagi pelaku usaha dalam membangun sistem bisnis yang beretika, berkeadilan, dan berkelanjutan sesuai dengan tujuan syariah (*maqasid al-shariah*) di tengah tantangan bisnis modern (Yusof et al., 2025).

KERANGKA DASAR TEORI

Konsep Dasar Manajemen Bisnis Syariah

Manajemen bisnis syariah merupakan suatu sistem pengelolaan bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, ijma', dan qiyas. Sistem ini tidak hanya mengatur aspek teknis dan operasional bisnis, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dan etika ke dalam seluruh proses manajerial. Tujuan utama manajemen bisnis syariah adalah mencapai keseimbangan antara pencapaian keuntungan ekonomi dan pemenuhan tanggung jawab moral serta sosial. Dengan demikian, keberhasilan bisnis tidak semata-mata diukur dari aspek finansial, tetapi juga dari sejauh mana bisnis tersebut memberikan manfaat dan kemaslahatan bagi masyarakat luas (Fauzia & Riyadi, 2019; Huda et al., 2020).

Dalam praktiknya, manajemen bisnis syariah menekankan prinsip keadilan (*'adl*), transparansi, amanah, serta kepatuhan terhadap ketentuan halal dan haram. Prinsip-prinsip tersebut diterapkan secara menyeluruh dalam fungsi manajemen, mulai dari perencanaan strategis, pengorganisasian sumber daya, pelaksanaan kegiatan usaha, hingga pengawasan dan evaluasi. Oleh karena itu, manajemen bisnis syariah dipandang sebagai sistem yang holistik dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang (Aziz et al., 2023).

Nilai Tauhid dalam Perspektif Manajemen Bisnis

Tauhid merupakan konsep teologis fundamental yang menegaskan keesaan Allah SWT sebagai pusat seluruh aspek kehidupan manusia. Dalam konteks manajemen bisnis syariah, nilai tauhid membentuk paradigma berpikir pelaku usaha bahwa seluruh sumber daya, peluang, dan hasil usaha merupakan amanah dari Allah. Kesadaran tauhid ini melahirkan sikap tanggung jawab yang tinggi, karena setiap aktivitas bisnis dipandang

sebagai bagian dari ibadah dan akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT (Kara, 2021).

Nilai tauhid juga berfungsi sebagai kontrol internal (*inner control*) yang mengarahkan perilaku manajerial agar selaras dengan nilai-nilai syariah. Pelaku bisnis yang berlandaskan tauhid cenderung menghindari praktik-praktik yang merugikan pihak lain, seperti kecurangan, riba, dan manipulasi informasi. Dengan demikian, tauhid tidak hanya bersifat teologis, tetapi memiliki implikasi praktis dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan bisnis sehari-hari (Yusof et al., 2025).

Nilai Akhlak dalam Praktik Bisnis Syariah

Akhlak merupakan manifestasi nilai moral Islam yang tercermin dalam sikap, perilaku, dan interaksi sosial individu. Dalam manajemen bisnis syariah, akhlak menjadi indikator utama kualitas etika pelaku usaha. Nilai-nilai akhlak seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, keadilan (*'adl*), tanggung jawab, dan kepedulian sosial merupakan prinsip yang harus diwujudkan secara nyata dalam praktik bisnis (Nasution & Rafiki, 2022).

Implementasi nilai akhlak berperan penting dalam membangun kepercayaan (*trust*) antara pelaku bisnis dan para pemangku kepentingan, termasuk karyawan, konsumen, mitra usaha, dan masyarakat. Akhlak yang baik juga berkontribusi terhadap terciptanya iklim bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Tanpa penerapan akhlak yang konsisten, praktik bisnis syariah berpotensi kehilangan substansi moralnya dan hanya berfungsi sebagai formalitas administratif semata (Rahman & Nurdin, 2024).

Pendidikan Agama sebagai Sarana Internalisasi Nilai

Pendidikan agama memiliki peran strategis dalam proses internalisasi nilai tauhid dan akhlak ke dalam diri individu, termasuk pelaku bisnis. Pendidikan agama tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan normatif tentang ajaran Islam, tetapi juga sebagai proses pembentukan karakter dan kesadaran moral. Melalui pendidikan agama, individu diarahkan untuk memahami makna spiritual dari aktivitas ekonomi serta mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam kehidupan profesionalnya (Sutrisno & Wahyuni, 2020).

Dalam konteks manajemen bisnis syariah, pendidikan agama menjadi fondasi pembentukan etos kerja Islami yang berlandaskan keikhlasan, tanggung jawab, dan

profesionalisme. Proses pendidikan ini membantu pelaku bisnis untuk menjadikan nilai tauhid dan akhlak sebagai pedoman dalam berpikir dan bertindak, sehingga keputusan bisnis tidak hanya didasarkan pada pertimbangan rasional-ekonomis, tetapi juga pertimbangan etis dan spiritual (Aziz et al., 2023).

Integrasi Pendidikan Agama dan Manajemen Bisnis Syariah

Integrasi pendidikan agama ke dalam manajemen bisnis syariah merupakan upaya strategis untuk memastikan bahwa nilai tauhid dan akhlak tidak hanya dipahami secara teoritis, tetapi juga diimplementasikan secara praktis. Integrasi ini memungkinkan nilai-nilai Islam diterapkan secara sistematis dalam seluruh fungsi manajemen. Dalam perencanaan bisnis, nilai tauhid mendorong orientasi pada kemaslahatan dan keberlanjutan. Dalam pengorganisasian, nilai akhlak menuntun terciptanya keadilan dan kerja sama yang harmonis (Huda et al., 2020).

Pada tahap pelaksanaan, integrasi nilai tauhid dan akhlak mendorong praktik bisnis yang jujur, transparan, dan bertanggung jawab. Sementara itu, pada tahap pengawasan, nilai-nilai tersebut berfungsi sebagai standar evaluasi moral terhadap kinerja bisnis. Dengan demikian, integrasi pendidikan agama dan manajemen bisnis syariah menjadi kunci dalam membangun sistem bisnis yang beretika dan berorientasi pada tujuan syariah (*maqasid al-shariah*) (Yusof et al., 2025).

Kerangka Pemikiran Konseptual

Berdasarkan kajian teori tersebut, kerangka pemikiran penelitian ini menempatkan pendidikan agama sebagai faktor fundamental dalam proses internalisasi nilai tauhid dan akhlak. Nilai-nilai tersebut selanjutnya memengaruhi sikap, perilaku, dan pola pengambilan keputusan pelaku bisnis dalam menjalankan fungsi manajemen bisnis syariah. Implementasi nilai tauhid dan akhlak yang kuat diharapkan mampu menciptakan sistem manajemen bisnis yang tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi juga adil, beretika, dan berkelanjutan.

Kerangka konseptual ini menegaskan bahwa keberhasilan manajemen bisnis syariah sangat bergantung pada sejauh mana nilai tauhid dan akhlak diinternalisasikan melalui pendidikan agama. Oleh karena itu, pendidikan agama diposisikan sebagai

variabel kunci dalam membangun praktik bisnis syariah yang autentik dan relevan dengan tantangan dunia usaha modern (Rahman & Nurdin, 2024).

Gap Penelitian dan Relevansi Teori

Berdasarkan kajian teori dan literatur, masih terdapat kesenjangan (*gap research*) dalam penelitian terdahulu, terutama dalam hal implementasi. Sebagian besar kajian hanya membahas ekonomi Islam secara normatif, membicarakan halal-haram dan etika secara konseptual, tetapi belum mendalami bagaimana internalisasi nilai tauhid dan akhlak berlangsung dalam proses pendidikan sehingga membentuk pelaku bisnis yang bermoral. Belum banyak pula penelitian yang mengkaji hubungan sistemik antara pendidikan agama, pembentukan karakter, dan manajemen bisnis Islam yang diterapkan pada organisasi atau perusahaan. Karena itu, penelitian ini berupaya menjembatani kesenjangan tersebut dengan menyusun kerangka pemahaman bahwa pendidikan agama memengaruhi kesadaran tauhid, kesadaran tauhid membentuk akhlak, akhlak menghasilkan perilaku bisnis etis, dan perilaku etis mengarah pada sistem manajemen bisnis syariah yang bermuara pada kemaslahatan sosial.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam konsep, makna, dan implementasi nilai tauhid dan akhlak dalam manajemen bisnis syariah berbasis pendidikan agama. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji fenomena secara holistik dengan menekankan pada pemahaman konteks dan substansi nilai-nilai Islam dalam praktik manajerial (Creswell & Poth, 2019).

Metode pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan menelaah berbagai sumber literatur yang relevan, meliputi buku teks, jurnal ilmiah nasional dan internasional, serta publikasi akademik yang membahas manajemen bisnis syariah, nilai tauhid, akhlak, dan pendidikan agama. Literatur yang digunakan dibatasi untuk memastikan relevansi dan kebaruan kajian (Huda et al., 2020; Fauzia & Riyadi, 2019).

Teknik analisis data dilakukan dengan analisis isi (*content analysis*), yaitu

mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan konsep-konsep utama yang berkaitan dengan nilai tauhid, akhlak, dan pendidikan agama dalam konteks manajemen bisnis syariah. Analisis ini bertujuan untuk menemukan pola keterkaitan antar konsep serta menjelaskan implikasinya terhadap praktik manajemen bisnis (Krippendorff, 2021).

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan berbagai pandangan dari literatur yang berbeda untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif dan objektif. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan kesimpulan yang valid, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik (Miles et al., 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Nilai Tauhid dalam Manajemen Bisnis Syariah

Hasil kajian menunjukkan bahwa nilai tauhid merupakan fondasi utama dalam manajemen bisnis syariah. Tauhid membentuk kesadaran spiritual pelaku bisnis bahwa seluruh aktivitas ekonomi berada dalam pengawasan Allah SWT dan harus dipertanggungjawabkan secara moral dan religius. Kesadaran ini mendorong pelaku bisnis untuk menjalankan usaha dengan penuh tanggung jawab, kejujuran, dan kehati-hatian dalam mengambil keputusan (Kara, 2021).

Dalam praktik manajemen, nilai tauhid tercermin dalam orientasi bisnis yang tidak semata-mata mengejar keuntungan maksimal, tetapi juga memperhatikan aspek keberkahan dan kemaslahatan. Perencanaan bisnis diarahkan pada tujuan jangka panjang yang berkelanjutan, bukan keuntungan sesaat yang berpotensi merugikan pihak lain. Hal ini menunjukkan bahwa tauhid berfungsi sebagai pengendali internal yang membentuk etika kerja Islami dalam manajemen bisnis syariah (Yusof et al., 2025).

Implementasi Nilai Akhlak dalam Praktik Manajerial

Selain tauhid, nilai akhlak memiliki peran signifikan dalam membentuk perilaku manajerial yang etis. Hasil analisis literatur menunjukkan bahwa nilai-nilai akhlak seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial menjadi prinsip utama dalam praktik bisnis syariah (Aravik & Zamzam, 2020). Nilai-nilai tersebut tercermin

dalam hubungan kerja yang adil, transparansi pengelolaan keuangan, serta komitmen terhadap kesejahteraan karyawan dan masyarakat (Nasution & Rafiki, 2022).

Implementasi akhlak yang konsisten mampu meningkatkan kepercayaan (*trust*) para pemangku kepentingan terhadap perusahaan. Kepercayaan ini menjadi modal sosial yang penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis. Sebaliknya, lemahnya penerapan nilai akhlak dapat menyebabkan praktik bisnis syariah kehilangan legitimasi moral dan hanya berfungsi sebagai label formal tanpa substansi etis (Rahman & Nurdin, 2024).

Peran Pendidikan Agama dalam Internalisasi Nilai

Hasil kajian juga menunjukkan bahwa pendidikan agama memiliki peran strategis dalam menginternalisasikan nilai tauhid dan akhlak ke dalam diri pelaku bisnis. Pendidikan agama berfungsi sebagai media pembentukan karakter yang menanamkan kesadaran spiritual dan etika sejak dini. Melalui pendidikan agama, pelaku bisnis memperoleh pemahaman komprehensif tentang makna ibadah dalam aktivitas ekonomi dan pentingnya etika dalam pengelolaan usaha (Sutrisno & Wahyuni, 2020).

Pendidikan agama yang terintegrasi dengan konsep manajemen bisnis syariah mampu membentuk pola pikir dan sikap profesional yang berlandaskan nilai Islam. Hal ini tercermin dalam pengambilan keputusan bisnis yang tidak hanya rasional secara ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan aspek moral dan sosial. Dengan demikian, pendidikan agama menjadi faktor kunci dalam mewujudkan implementasi nilai tauhid dan akhlak secara nyata dalam praktik manajerial (Aziz et al., 2023).

Integrasi Nilai Tauhid, Akhlak, dan Fungsi Manajemen

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa integrasi nilai tauhid dan akhlak dalam manajemen bisnis syariah dapat diwujudkan secara sistematis dalam seluruh fungsi manajemen. Pada fungsi perencanaan, nilai tauhid mendorong orientasi pada kemaslahatan dan keberlanjutan. Pada fungsi pengorganisasian, nilai akhlak menuntun pembagian tugas yang adil dan proporsional. Pada fungsi pelaksanaan, nilai kejujuran dan amanah menjadi landasan utama, sedangkan pada fungsi pengawasan, nilai tanggung jawab moral menjadi standar evaluasi kinerja (Huda et al., 2020).

Integrasi ini selaras dengan tujuan syariah (*maqasid al-shariah*), yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dengan demikian, manajemen bisnis syariah

berbasis pendidikan agama tidak hanya berorientasi pada pencapaian kinerja ekonomi, tetapi juga pada penciptaan keseimbangan antara kepentingan duniawi dan ukhrawi (Yusof et al., 2025).

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi nilai tauhid dan akhlak merupakan fondasi esensial dalam manajemen bisnis syariah berbasis pendidikan agama, karena nilai tauhid membentuk kesadaran spiritual pelaku bisnis bahwa seluruh aktivitas manajerial merupakan amanah dan bagian dari ibadah yang harus dipertanggungjawabkan secara vertikal kepada Allah SWT dan secara horizontal kepada sesama manusia, sehingga orientasi bisnis tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan material, tetapi juga pada keberkahan, kemaslahatan, dan keberlanjutan usaha; sementara itu, nilai akhlak berfungsi sebagai pedoman etis yang mengarahkan perilaku manajerial agar senantiasa menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, amanah, tanggung jawab, transparansi, serta kepedulian sosial, yang pada akhirnya mampu membangun kepercayaan para pemangku kepentingan dan menciptakan iklim bisnis yang sehat dan berkeadilan.

Pendidikan agama memiliki peran strategis dalam menginternalisasikan nilai tauhid dan akhlak tersebut, karena melalui proses pendidikan agama nilai-nilai Islam tidak hanya dipahami secara normatif dan simbolik, tetapi ditanamkan secara mendalam dalam pola pikir, sikap, dan pengambilan keputusan pelaku bisnis; integrasi pendidikan agama dengan konsep manajemen bisnis syariah memungkinkan penerapan nilai tauhid dan akhlak secara sistematis dalam seluruh fungsi manajemen, meliputi perencanaan yang berorientasi pada kemaslahatan, pengorganisasian yang adil, pelaksanaan usaha yang jujur dan amanah, serta pengawasan yang berlandaskan tanggung jawab moral; dengan demikian, manajemen bisnis syariah berbasis pendidikan agama diharapkan mampu menjadi model pengelolaan bisnis yang beretika, berkeadilan, berkelanjutan, dan selaras dengan tujuan syariah (*maqasid al-shariah*) dalam menghadapi dinamika dan tantangan dunia usaha modern

DAFTAR PUSTAKA

- Aravik, H., & Zamzam, F. (2020). *Filsafat Ekonomi Islam: Ikhtiar Memahami Nilai Esensial Ekonomi Islam*. Kencana.
- Aziz, A., Rahman, A., & Hidayat, T. (2023). *Integrating Islamic values into business management*. *Journal of Islamic Management Studies*, 5(2), 89– 104.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2019). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Fauzia, I. Y., & Riyadi, A. (2019). *Etika bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana. Huda, N., Rini, N., & Nasution, M. (2020). *Manajemen bisnis syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kara, M. (2021). *Islamic business ethics and tawhid paradigm*. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 345–360. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2020-0085>
- Khasanah, N., Aravik, H., & Hamzani, A. I. (2022). *Pemikiran Pendidikan Progresif Abdul Munir Mul Khan Perspektif Filsafat Pendidikan Islam*. *Raudhah Proud To Be Professionals: Jurnal Tarbiyah Islamiyah*, 7(1), 30-40.
- Krippendorff, K. (2021). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Nasution, F. N., & Rafiki, A. (2022). *Islamic work ethics and business sustainability*. *International Journal of Ethics and Systems*, 38(1), 1–15. <https://doi.org/10.1108/IJOES-03-2021-0062>
- Rahman, Z., & Nurdin, M. (2024). *Challenges of implementing Islamic business values in contemporary organizations*. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 16(1), 55–70. <https://doi.org/10.15408/aiq.v16i1.34567>
- Sutrisno, & Wahyuni, S. (2020). *Religious education and ethical business behavior*. *Jurnal Pendidikan Islam*, 9(2), 201–215
- Yusof, M. F., Abdullah, R., & Omar, N. (2025). *Maqasid al-shariah in contemporary Islamic business management*. *Journal of Sharia Economics*, 7(1), 1–18

398 | Implementasi Nilai Tauhid Dan Akhlak Dalam Konsep Manajemen Bisnis Syariah Berbasis Pendidikan Agama

**Amri Irfani, M Fiqi Muzaki, Galih Sabara, M Fabriyan, Yayah,
M Satria Alpanoris, Choiriyah**