



STUDI KELAYAKAN BISNIS ISLAM MENUJU BISNIS YANG BERKELANJUTAN DAN BERETIKA

FEASIBILITY STUDY OF ISLAMIC BUSINESS TOWARDS SUSTAINABLE AND ETHICAL BUSINESS

Annisa Nabilla Fitri¹, Saffanah Aqila Kustiawan², Ranjes Saputra³, Marissa Neta Sari⁴

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email: artikelsps3@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 06-05-2025

Revised : 08-05-2025

Accepted : 10-05-2025

Published : 12-05-2025

Abstract

In a period of globalisation and advanced economic complexity, responsible and ethical business practices are increasingly becoming an important focus for corporate and societal well-being. This bibliometric study aims to explore the literature on business ethics and corporate social responsibility (CSR) with a systematic and objective approach. Through literature analysis, theme network visualisation, and research trend overlay, this study identifies research trends, authors' contributions, and potential knowledge insights. The results provide a better understanding of recent developments in the business ethics and CSR literature, provide guidance for researchers, practitioners, and policymakers, and identify untapped areas of research.

Keyword : Ethics , Research

Abstrak

Dalam period globalisasi dan kompleksitas ekonomi advanced, praktik bisnis yang bertanggung jawab dan beretika semakin menjadi fokus penting bagi mengajak perusahaan dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian bibliometrik ini bertujuan untuk menjelajahi literatur tentang etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan pendekatan sistematis dan objektif. Melalui analisis literatur, visualisasi jaringan tema, dan hamparan tren penelitian, studi ini mengidentifikasi tren penelitian, kontribusi para penulis, dan potensi wawasan pengetahuan. Hasilnya memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perkembangan terkini dalam literatur etika bisnis dan CSR, memberikan panduan bagi para peneliti, praktisi, dan pembuat kebijakan, serta mengidentifikasi bidang penelitian yang belum terjamah.

Kata Kunci : Etika , Penelitian

PENDAHULUAN

Dalam time cutting edge yang penuh dinamika dan tantangan worldwide, konsep keberlanjutan dan etika dalam bisnis menjadi semakin penting. Bisnis tidak lagi dinilai hanya dari sisi profitabilitas semata, melainkan juga dari dampaknya terhadap lingkungan, sosial, dan tata kelola yang baik. Dalam konteks ini, studi kelayakan bisnis memiliki peran strategis sebagai alat untuk menilai tidak hanya aspek finansial, tetapi juga kelayakan sosial dan lingkungan dari suatu usaha.

Bisnis Islam hadir sebagai suatu pendekatan yang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menekankan prinsip-prinsip syariah yang berlandaskan keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Nilai-nilai seperti larangan riba, keharusan transaksi yang transparan, dan kewajiban untuk menjaga keseimbangan lingkungan mencerminkan etika bisnis Islam yang sangat relevan dengan konsep keberlanjutan saat ini. Oleh karena itu, integrasi studi kelayakan dengan prinsip-



prinsip bisnis Islam dapat memberikan fondasi kuat untuk menciptakan usaha yang berkelanjutan, etis, dan bertanggung jawab secara sosial.

Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pendekatan studi kelayakan bisnis Islam dapat menjadi pijakan dalam membangun bisnis yang tidak hanya layak secara ekonomi, tetapi juga berkelanjutan dalam jangka panjang dan beretika sesuai dengan tuntunan syariah. Melalui pendekatan ini, diharapkan tercipta demonstrasi bisnis yang mampu memberikan manfaat bagi seluruh pemangku kepentingan dan menciptakan harmoni antara tujuan ekonomi dan nilai-nilai *otherworldly*.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif dengan analisis fenomenologi dapat digunakan sebagai metode penelitian untuk studi kelayakan bisnis Islam yang bertujuan mencapai bisnis yang berkelanjutan dan etis. Studi ini dapat melibatkan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan tinjauan pustaka untuk menilai aspek ekonomi, sosial, dan etika dalam konteks bisnis syariah. Informasi yang dikumpulkan selanjutnya dianalisis guna mengidentifikasi pola dan tema yang muncul, serta untuk memahami pandangan dan pengalaman para pelaku usaha dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah. Di samping itu, pendekatan ini juga dapat mencakup analisis SWOT guna mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan dalam mencapai keberlanjutan. Studi ini diharapkan mampu memberikan saran praktis untuk pengusaha dalam merumuskan strategi bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan nilai keberlanjutan. Dalam studi ini, sangat penting untuk melibatkan beragam pemangku kepentingan, seperti pengusaha, konsumen, dan pakar syariah, guna memperoleh sudut pandang yang menyeluruh. Penerapan studi kasus juga dapat menjadi cara yang efektif untuk mengeksplorasi contoh nyata dari perusahaan yang telah sukses menerapkan prinsip syariah dan keberlanjutan. Selain itu, penelitian dapat dilakukan untuk mengumpulkan data kuantitatif tentang sikap dan perilaku konsumen terhadap produk serta layanan yang beretika. Temuan dari kajian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan Islam dalam konteks global yang kian kompetitif dan peka terhadap masalah keberlanjutan. Dalam studi ini, analisis data dapat dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak analisis kualitatif untuk membantu mengatur dan menafsirkan data yang telah diperoleh. Di samping itu, triangulasi data sangat krusial untuk mengonfirmasi kevalidan temuan, dengan membandingkan hasil dari sumber data yang berbeda. Studi ini juga dapat melibatkan pengembangan indikator keberlanjutan yang khusus untuk bisnis Islam, yang dapat dimanfaatkan untuk mengevaluasi kinerja dan dampak sosial dari praktik bisnis yang etis. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini tidak hanya akan menggambarkan kelayakan bisnis, tetapi juga akan memberikan arahan bagi pengusaha dalam menggabungkan nilai-nilai Islam ke dalam strategi bisnis mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Risiko Dalam Studi Kelayakan Bisnis

Pembahasan mengenai studi kelayakan usaha adalah diskusi tentang suatu usaha atau elemen yang terdapat dalam bisnis. Bisnis diartikan sebagai kegiatan menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh individu, sekelompok individu, atau organisasi kepada konsumen (masyarakat) dengan tujuan utama untuk memperoleh keuntungan atau laba.



Keuntungan dalam dunia bisnis dapat dikatakan luas karena banyaknya aspek positif yang muncul dari keberadaan bisnis. Contoh dari keuntungan bisnis adalah menciptakan kesempatan kerja dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat atau pelanggan dalam usaha. Keberadaan keuntungan dalam sebuah bisnis tidak terlepas dari adanya aspek negatif yang menyertainya. Sebuah resiko terdapat di dalam hal negatif yang terjadi. Risiko yang terdapat dalam bisnis sangat merugikan bagi pelaku usaha. Aspek risiko dalam tulisan ini akan mengulas lebih dalam mengenai apa yang dimaksud dengan risiko secara fundamental serta metode untuk mengatasi atau mengurangi terjadinya risiko tersebut (Fahlevi, et. al., 2019).

Aspek Hukum

Usaha sering kali gagal karena terhambat oleh masalah hukum atau tidak memperoleh izin dari pemerintah setempat. Oleh sebab itu, sebelum pelaksanaan ide bisnis, analisis mendalam mengenai aspek hukum perlu dilakukan agar hukum bisnis yang dijalankan tidak mengalami kegagalan akibat masalah hukum dan perizinan di kemudian hari. Aspek hukum adalah elemen yang harus diteliti terlebih dahulu. Hal ini disebabkan jika analisis dari sisi hukum terhadap suatu ide bisnis menunjukkan bahwa ide tersebut tidak feasible, maka proses tersebut tidak perlu diteruskan dengan analisis aspek-aspek lainnya. Aspek hukum meninjau syarat-syarat hukum yang perlu dipenuhi sebelum memulai usaha. Aturan hukum untuk jenis usaha bervariasi, tergantung pada tingkat kompleksitas bisnis tersebut. Keberadaan otonomi daerah mengakibatkan perbedaan ketentuan hukum dan perizinan antar daerah yang berbeda. Sebagai akibatnya, pemahaman tentang peraturan hukum dan izin investasi di setiap wilayah sangat krusial untuk melaksanakan analisis kelayakan pada aspek hukum.

Aspek Keuangan

Aspek keuangan adalah elemen yang biasanya dibahas dan disusun terakhir dalam proses analisis kelayakan bisnis perusahaan. Beberapa data dibutuhkan dalam aspek keuangan ini yang tentu saja berhubungan erat dengan aspek-aspek sebelumnya. Dalam aspek keuangan ini, dipastikan bahwa suatu bisnis yang akan dijalankan layak berdasarkan sudut pandang manajemen keuangan. Langkah ini diambil untuk memastikan bahwa perusahaan akan memperoleh keuntungan atau tingkat pengembalian dari investasi dalam bisnis yang dijalankan. Apa alasannya? Sebab setiap usaha yang dikelola pasti mengandung risiko (risk). Risiko berkaitan erat dengan sesuatu yang dapat menyebabkan kerugian akibat adanya elemen ketidakpastian. Besar kecilnya kerugian tentunya akan bergantung pada bagaimana perusahaan mengantisipasi (mengenal) sejak awal terhadap hal-hal yang mungkin berisiko bagi bisnis. Ada dua kategori risiko dalam konteks ini, yaitu risiko usaha dan risiko keuangan. Risiko bisnis merupakan kondisi ketidakpastian dalam prediksi pendapatan operasional perusahaan di masa yang akan datang.

Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran dalam analisis kelayakan usaha Islam meliputi segmentasi pasar, etika pemasaran, dan penerapan prinsip-prinsip syariah. Tujuan dari ini adalah untuk membangun bisnis yang etis dan berkelanjutan, dengan memperhatikan keadilan serta integritas dalam setiap transaksi. Penting untuk mengevaluasi perilaku konsumen yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam, serta merancang strategi pemasaran yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga mempertimbangkan efek sosial dan lingkungan. Di samping itu, pemanfaatan media sosial dan



teknologi digital dapat berfungsi sebagai sarana yang ampuh untuk mengakses audiens yang lebih besar, sembari tetap mempertahankan prinsip etika dalam komunikasi dan pemasaran produk. Dalam konteks ini, sangat penting untuk memikirkan kolaborasi dengan masyarakat lokal serta pemangku kepentingan lain guna membangun kepercayaan dan kesetiaan pelanggan. Penciptaan produk yang memenuhi kebutuhan masyarakat dan prinsip-prinsip Islam dapat memperkuat daya tarik di pasar. Di samping itu, pelatihan dan pendidikan untuk tim pemasaran mengenai prinsip syariah dan etika bisnis pun sangat krusial agar semua aspek pemasaran sejalan dengan tujuan bisnis yang berkelanjutan. Melalui pendekatan yang menyeluruh, bisnis dapat meraih kesuksesan berkelanjutan sambil memberikan dampak positif bagi komunitas. Dalam konteks pemasaran yang etis, sangat penting untuk menerapkan keterbukaan dalam berkomunikasi dengan konsumen. Ini melibatkan penyampaian informasi yang tepat dan jelas mengenai produk, sekaligus menghindari metode pemasaran yang menipu. Selain itu, menjalin hubungan yang positif dengan pelanggan melalui layanan purna jual yang memuaskan dapat memperbaiki citra bisnis.

Strategi pemasaran yang berkelanjutan perlu memperhatikan pengaruh lingkungan dari produk yang disediakan. Contohnya, memanfaatkan bahan baku yang berkelanjutan dan metode produksi yang rendah limbah bisa menarik minat konsumen yang peka terhadap masalah lingkungan. Selain itu, sangat penting untuk melakukan analisis pasar secara rutin guna memahami perubahan dalam preferensi konsumen dan tren di industri. Dengan cara ini, perusahaan mampu menyesuaikan diri dan terus relevan di pasar yang penuh persaingan (La Ode Angga; et.al., 2021).

KESIMPULAN

Studi kelayakan bisnis Islam menekankan pada signifikansi etika serta keberlanjutan dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Dengan menggabungkan prinsip syariah, perusahaan dapat meraih tujuan ekonomi sambil mempertahankan keadilan sosial dan lingkungan, sehingga membentuk model bisnis yang etis dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, analisis kelayakan juga melibatkan penilaian risiko dan kemungkinan keuntungan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Strategi ini mendorong pelaku usaha untuk memikirkan pengaruh sosial dari aktivitas bisnis mereka, sekaligus berinvestasi dalam cara-cara yang bersahabat dengan lingkungan. Oleh karena itu, bisnis tidak hanya memprioritaskan keuntungan, tetapi juga memberikan dampak positif kepada masyarakat dan lingkungan, sehingga membangun ekosistem yang saling menguntungkan untuk semua pihak. Dalam pelaksanaannya, studi kelayakan bisnis syariah juga mencakup evaluasi terhadap kebutuhan pasar dan kemungkinan pertumbuhan, serta strategi pemasaran yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Ini mencakup penciptaan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, namun juga selaras dengan nilai-nilai moral dan etika. Selain itu, kerjasama dengan masyarakat setempat dan pihak-pihak terkait lainnya sangat penting untuk memastikan bahwa bisnis dapat berjalan dengan berkelanjutan. Dengan strategi ini, perusahaan dapat menciptakan citra positif dan kepercayaan di hadapan pelanggan, yang pada akhirnya dapat memperkuat loyalitas dan meningkatkan pangsa pasar. Keberhasilan jangka panjang perusahaan yang berlandaskan prinsip Islam akan sangat tergantung pada komitmen untuk melaksanakan praktik yang adil dan bertanggung jawab.

**DAFTAR PUSTAKA**

- A.; La Ode Angga; et.al.. Supriadi, *Studi Kelayakan Bisnis (Tinjauan, Teori Dan Praktis)*, 2021. Halaman 19, 93, 159.
- Fahlevi, M., Zuhri, S., Parashakti, R., &Ekhsan, M. (2019). LEADERSHIP STYLES OF FOOD TRUCK BUSINESSES. *Journal of Research in Business, Economics and Management*, 13(2), 2437-2442.
- Pembuat Aplikasi and Pilih Model “Sosial Dan Lingkungan . Selain Itu , Penggunaan Media Sosial Dan Teknologi Digital Dapat Menjadi Alat Yang Efektif Untuk Menjangkau Audiens Yang Lebih Luas ,Sambil Tetap” (n.d.).