



## **EKSPLORASI PENGARUH PRAKTIK TASAWUF TERHADAP ETIKA PEMASARAN DAN KEUANGAN DI KALANGAN PENGUSAHA MUSLIM**

**Dyah Ciptaning Lokiteswara Setya Wardhani<sup>1</sup>, Irpan Hilmi Mubarakah<sup>2</sup>, Iis Amanah Amida<sup>3</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarakiyah<sup>1,2</sup>

Institute Agama Islam Latifah Mubarakiyah<sup>3</sup>

\*Email Korespondensi: [ciptaningwardhani@gmail.com](mailto:ciptaningwardhani@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh praktik tasawuf terhadap etika pemasaran dan keuangan di kalangan pengusaha Muslim. Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus digunakan untuk menggali pandangan dan pengalaman pengusaha dalam menerapkan nilai-nilai tasawuf, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial, dalam bisnis mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tasawuf mendorong penerapan etika yang tinggi dalam pemasaran, seperti transparansi informasi dan keadilan terhadap konsumen, serta pengelolaan keuangan yang lebih bertanggung jawab, termasuk pembagian keuntungan yang adil dan pelaksanaan zakat. Namun, pengusaha menghadapi tantangan, seperti persaingan yang ketat dan keterbatasan pemahaman tasawuf. Meskipun demikian, integrasi tasawuf memberikan keunggulan kompetitif jangka panjang melalui hubungan bisnis yang berbasis kepercayaan. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan literasi tasawuf dalam dunia bisnis serta dukungan pemerintah untuk menciptakan ekosistem usaha yang etis dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Praktik Tasawuf, Etika Pemasaran, Keuangan, Pengusaha Muslim

### **ABSTRACT**

*This study explores the influence of Sufism practices on marketing and financial ethics among Muslim entrepreneurs. A qualitative approach with a case study method was used to examine entrepreneurs' perspectives and experiences in applying Sufi values, such as honesty, fairness, and social responsibility, in their businesses. The findings reveal that Sufism encourages high ethical standards in marketing, such as transparency in information and fairness toward consumers, as well as more responsible financial management, including equitable profit distribution and the implementation of zakat. However, entrepreneurs face challenges such as intense competition and limited understanding of Sufism. Nevertheless, integrating Sufi principles provides long-term competitive advantages through trust-based business relationships. This study recommends enhancing Sufism literacy in the business world and government support to create an ethical and sustainable entrepreneurial ecosystem.*

**Keywords:** Sufism Practices, Marketing Ethics, Finance, Muslim Entrepreneurs

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan modernisasi, dunia bisnis dan keuangan terus berkembang dengan pesat. Dalam konteks ini, persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku usaha untuk tidak hanya fokus pada keuntungan semata, tetapi juga pada praktik bisnis yang beretika. Melalui mindset, pengusaha akan mampu melakukan interaksi, adaptasi, berperilaku dan memahami dunia sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada di dekatnya (Himam, 2024). Maka dari itu diperlukan sebuah etika dalam berbisnis, etika dalam bisnis merupakan salah satu aspek penting yang mendukung keberlanjutan usaha, membangun kepercayaan konsumen, dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan berbagai pihak terkait. Namun, realitas menunjukkan bahwa praktik-praktik bisnis yang tidak etis seperti manipulasi pasar, eksploitasi pekerja, dan pengabaian tanggung jawab sosial masih sering terjadi. Hal ini menimbulkan tantangan moral bagi para pengusaha, khususnya yang beragama Islam.

Kesuksesan bisnis termasuk sebuah simbol dari keberhasilan seseorang dalam menjalankan sebuah usaha (Winarto, 2024). Namun, bagi pengusaha Muslim, bisnis tidak hanya sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga bagian dari ibadah. Pengusaha sukses akan selalu menyadari terhadap potensi yang ada dalam dirinya, tidak mudah ragu, memiliki rencana dan target yang jelas, tidak mudah mengeluh, dan senantiasa bersyukur atas segala nikmat yang diberikan oleh Allah (Abdulllah, 2024). Prinsip ini didasarkan pada ajaran Islam yang mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dalam setiap aspek kehidupan, termasuk bisnis dan keuangan. Salah satu ajaran Islam yang relevan dalam konteks ini adalah tasawuf. Tasawuf, sebagai cabang spiritual dalam Islam, menawarkan pandangan dan praktik yang menekankan keseimbangan antara kepentingan duniawi dan ukhrawi. Nilai-nilai tasawuf seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan kepedulian terhadap sesama dapat menjadi landasan etis bagi para pengusaha Muslim dalam menjalankan bisnis mereka.

Peningkatan kualitas usaha yang disertai dengan peningkatan kualitas ibadah menunjukkan bahwa kesuksesan yang hakiki dalam berusaha adalah kesuksesan yang dibarengi dengan mengamalkan ajaran-ajaran Islam khususnya yang berkaitan dengan spiritua (Gusriani, 2024). Tasawuf mengajarkan bahwa harta benda bukanlah tujuan akhir, melainkan sarana untuk mencapai keridhaan Allah. Dalam praktiknya, tasawuf mendorong para pelaku bisnis untuk menghindari sifat tamak, menegakkan keadilan dalam transaksi, dan berkomitmen pada prinsip kehalalan. Nilai-nilai ini dapat memberikan arah yang jelas bagi pengusaha Muslim dalam menghadapi dilema etis di dunia bisnis yang kompetitif. Selain itu, tasawuf juga menanamkan pentingnya introspeksi diri dan pengendalian hawa nafsu, yang dapat membantu pengusaha untuk menjaga integritas dan profesionalisme mereka.

Dalam konteks pemasaran, etika memainkan peran penting dalam membangun citra merek dan kepercayaan konsumen. Praktik pemasaran yang tidak etis seperti klaim palsu, eksploitasi emosi konsumen, dan manipulasi harga dapat merusak reputasi bisnis dan mengurangi loyalitas pelanggan. Di sisi lain, pendekatan pemasaran yang etis dan berbasis nilai spiritual dapat menciptakan hubungan yang lebih erat dengan konsumen, khususnya di kalangan masyarakat Muslim yang semakin kritis terhadap aspek halal dan *thayyib* dari produk atau layanan yang mereka konsumsi.

(Hamzah, 2024) dalam penelitiannya yang berjudul “Nilai-nilai Spiritual Entrepreneurship Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” membawa peran spiritualitas ke dalam diskusi dengan menunjukkan bahwa nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, dan kepercayaan diri adalah esensial dalam perilaku pengusaha Muslim. Namun, penelitian Hamzah belum sepenuhnya mengintegrasikan aspek praktik keagamaan seperti shalat dalam konteks kesuksesan usaha. Prinsip tersebut sangat penting dalam menjaga stabilitas dan kepercayaan di pasar. Pengelolaan keuangan yang tidak transparan atau berbasis riba bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam dan dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat secara

keseluruhan. Oleh karena itu, pengintegrasian nilai-nilai tasawuf dalam pengelolaan keuangan dapat memberikan alternatif solusi untuk menciptakan sistem keuangan yang lebih adil dan berkelanjutan. Prinsip-prinsip seperti keadilan, transparansi, dan keberlanjutan dapat diterapkan untuk mendukung pengembangan keuangan syariah yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga memberikan manfaat sosial.

Penelitian ini menjadi relevan mengingat semakin tingginya minat terhadap integrasi nilai-nilai spiritual dalam bisnis dan keuangan, khususnya di kalangan pengusaha Muslim. Di tengah tantangan global seperti krisis ekonomi, perubahan perilaku konsumen, dan tuntutan akan tanggung jawab sosial, praktik tasawuf dapat menjadi panduan yang relevan untuk menghadirkan solusi yang tidak hanya pragmatis, tetapi juga bermakna secara spiritual. Dengan memahami pengaruh praktik tasawuf terhadap etika pemasaran dan keuangan, para pengusaha Muslim dapat menemukan cara untuk tetap kompetitif tanpa mengabaikan nilai-nilai agama mereka.

Lebih jauh, eksplorasi terhadap tema ini juga dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan teori dan praktik bisnis berbasis Islam. Sebagai contoh, konsep tasawuf dapat dijadikan acuan dalam merumuskan model bisnis yang lebih holistik dan berorientasi pada kesejahteraan bersama. Hal ini penting untuk menjawab kebutuhan pasar yang semakin kompleks, di mana konsumen tidak hanya mencari produk yang berkualitas, tetapi juga yang mencerminkan nilai-nilai moral dan etika.

Namun, meskipun tasawuf memiliki potensi besar untuk mendukung praktik bisnis yang beretika, penerapannya tidak selalu mudah. Pengusaha Muslim sering kali menghadapi tekanan dari lingkungan bisnis yang kompetitif, di mana keputusan etis sering kali bertentangan dengan kepentingan ekonomi jangka pendek. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mendalam untuk memahami bagaimana nilai-nilai tasawuf dapat diterapkan secara praktis dalam konteks pemasaran dan keuangan. Dalam penelitian (Suwinardi, 2024) yang berjudul “Langkah Sukses Memulai Usaha” memberikan gambaran bahwa keberhasilan dalam mengelola usaha tidak hanya tergantung pada pengambilan keputusan yang tepat dan analisis potensi keuntungan, tetapi juga pada kemampuan mengelola sumber daya yang ada. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh pengusaha Muslim dalam mengintegrasikan nilai-nilai tasawuf ke dalam praktik bisnis mereka.

Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan mengeksplorasi pengalaman, pandangan, dan praktik para pengusaha Muslim yang menerapkan tasawuf dalam aktivitas bisnis mereka. Melalui wawancara mendalam dan analisis data yang komprehensif, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang kaya tentang bagaimana tasawuf dapat menjadi sumber inspirasi dan panduan dalam menghadapi tantangan etis di dunia bisnis dan keuangan. Selain itu, penelitian ini juga akan menggali dampak dari praktik tasawuf terhadap keberhasilan bisnis, baik dari segi finansial maupun non-finansial. Terakhir, penelitian oleh (Ichsan, 2024) yang berjudul “Kerja, Bisnis, dan Sukses Menurut Islam” mengungkap bahwa kesuksesan dalam pandangan Islam tidak hanya terfokus pada variabel ekonomi, melainkan juga pada pemenuhan syariat Islam. Namun, seperti penelitian lainnya, Ichsan tidak mengulas tentang peran tasawuf, khususnya shalat, dalam meningkatkan kesuksesan usaha.

Dalam jangka panjang, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengembangkan paradigma bisnis berbasis tasawuf yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, para pengusaha Muslim tidak hanya dapat mencapai kesuksesan di dunia, tetapi juga keberkahan di akhirat. Hal ini sejalan dengan tujuan utama dari tasawuf itu sendiri, yaitu mencapai kebahagiaan sejati melalui hubungan yang harmonis dengan Allah, sesama manusia, dan alam semesta.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi langkah awal yang penting untuk memahami dan mempromosikan integrasi nilai-nilai tasawuf dalam dunia bisnis dan keuangan. Dalam era

yang semakin kompleks ini, tasawuf dapat menjadi sumber inspirasi yang tak ternilai untuk menciptakan dunia bisnis yang lebih beretika, manusiawi, dan bermakna.

## METODE PENELITIAN

### 1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain eksploratif untuk menggali secara mendalam pengaruh praktik tasawuf terhadap etika pemasaran dan keuangan di kalangan pengusaha Muslim. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang nilai-nilai spiritual dalam tasawuf yang dapat mempengaruhi perilaku bisnis.

### 2. Metode Pengumpulan Data

- a) **Wawancara Mendalam:** Wawancara akan dilakukan dengan pengusaha Muslim yang aktif dalam menerapkan prinsip tasawuf dalam kegiatan bisnis mereka. Wawancara akan difokuskan pada pengaruh tasawuf dalam keputusan pemasaran dan pengelolaan keuangan.
- b) **Observasi Partisipatif:** Peneliti akan terlibat dalam kegiatan bisnis pengusaha Muslim untuk melihat bagaimana praktik tasawuf diterapkan dalam interaksi pemasaran dan pengelolaan keuangan.
- c) **Studi Dokumentasi:** Dokumentasi dari perusahaan atau pengusaha yang menunjukkan penerapan etika tasawuf, termasuk laporan keuangan, kebijakan pemasaran, dan dokumen lain yang relevan.

### 3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pengusaha Muslim yang aktif menjalankan usaha dengan mengintegrasikan prinsip tasawuf dalam praktik bisnis mereka. Kriteria pemilihan subjek meliputi:

- a) Pengusaha yang menjalankan bisnis dalam jangka waktu minimal 3 tahun.
- b) Terlibat dalam penerapan etika tasawuf dalam bisnis, baik secara pribadi maupun organisasi.

### 4. Teknik Analisis Data

- a) **Analisis Tematik:** Data yang terkumpul dari wawancara dan observasi akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Peneliti akan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul terkait dengan pengaruh tasawuf pada etika pemasaran dan keuangan.
- b) **Triangulasi:** Untuk memastikan validitas data, triangulasi akan dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

### 5. Proses Penelitian

- a) **Tahap 1: Persiapan:** Peneliti melakukan studi literatur tentang tasawuf, etika pemasaran, dan keuangan dalam konteks bisnis Muslim.
- b) **Tahap 2: Pengumpulan Data:** Peneliti melakukan wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen dari pengusaha Muslim yang telah ditentukan.
- c) **Tahap 3: Analisis Data:** Data yang dikumpulkan dianalisis untuk menemukan pola-pola yang mengindikasikan pengaruh tasawuf terhadap etika pemasaran dan keuangan.
- d) **Tahap 4: Penarikan Kesimpulan:** Berdasarkan analisis data, peneliti menarik kesimpulan mengenai pengaruh praktik tasawuf terhadap pengelolaan pemasaran dan keuangan di kalangan pengusaha Muslim.

### 6. Etika Penelitian

- a) Peneliti akan memastikan bahwa semua partisipan memberikan izin untuk wawancara dan observasi, serta menjaga kerahasiaan data.
- b) Peneliti akan menjaga netralitas dan objektivitas dalam pengumpulan dan analisis data.

## 7. Sumber Daya dan Waktu

Penelitian ini memerlukan waktu 3-6 bulan untuk pengumpulan data dan analisis. Tim peneliti akan melibatkan ahli tasawuf, pemasaran, dan keuangan untuk memperoleh perspektif yang lebih kaya.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Pengenalan Praktik Tasawuf dalam Bisnis

Sebagian besar pengusaha Muslim yang terlibat dalam penelitian ini mengidentifikasi tasawuf sebagai landasan spiritual yang mendalam yang mempengaruhi cara mereka berbisnis. Tasawuf, yang berfokus pada kedekatan dengan Tuhan, pengendalian nafsu, dan pencarian kesucian batin, dilihat sebagai alat untuk memperbaiki kualitas diri dan memberi panduan dalam interaksi sosial serta bisnis. Dalam konteks bisnis, prinsip-prinsip tasawuf seperti kejujuran, keadilan, dan rasa tanggung jawab terhadap sesama dianggap sebagai pedoman utama dalam pengambilan keputusan pemasaran dan keuangan.

### 2. Pengaruh Tasawuf terhadap Etika Pemasaran

Dari hasil wawancara dengan pengusaha Muslim, ditemukan bahwa praktik tasawuf mempengaruhi etika pemasaran mereka dalam beberapa cara yang signifikan:

- a) **Kejujuran dan Transparansi:** Pengusaha yang mengamalkan tasawuf lebih cenderung menjaga kejujuran dalam setiap transaksi bisnis. Mereka menghindari praktik penipuan atau pengelabuan dalam iklan dan promosi produk. Sebagai contoh, dalam pemasaran produk, mereka memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada konsumen akurat dan tidak berlebihan. Ini sejalan dengan prinsip tasawuf yang menekankan pada kebenaran dan keadilan.
- b) **Prioritas pada Kesejahteraan Konsumen:** Beberapa pengusaha yang mengintegrasikan tasawuf dalam bisnis mereka menunjukkan perhatian lebih pada kesejahteraan konsumen. Mereka menganggap bahwa mengutamakan kepuasan pelanggan dan memberikan nilai yang adil lebih penting daripada hanya mengejar keuntungan. Konsep “berbuat baik” dan “memberi manfaat” menjadi landasan dalam pemasaran mereka.
- c) **Praktik Pemasaran yang Berkelanjutan dan Etis:** Banyak pengusaha ini juga menerapkan pemasaran yang berorientasi pada keberlanjutan dan etika, seperti menghindari produk yang merusak lingkungan atau menyesatkan konsumen. Mereka melihat keberhasilan dalam bisnis tidak hanya dinilai dari keuntungan materi, tetapi juga dari dampak positif yang diberikan pada masyarakat dan lingkungan.

### 3. Pengaruh Tasawuf terhadap Etika Keuangan

Pengaruh tasawuf terhadap pengelolaan keuangan di kalangan pengusaha Muslim juga cukup kuat. Beberapa prinsip dasar dalam tasawuf, seperti pengendalian diri dan ketidakterikatan pada duniawi, tercermin dalam cara mereka mengelola aspek keuangan bisnis mereka. Temuan utama terkait pengelolaan keuangan meliputi:

- a) **Kejujuran dalam Laporan Keuangan:** Sebagian besar pengusaha Muslim yang menerapkan tasawuf dalam bisnis mereka menunjukkan komitmen untuk membuat laporan keuangan yang transparan dan akurat. Mereka menolak praktik manipulasi laporan keuangan atau penghindaran pajak yang dapat merugikan negara atau masyarakat. Praktik ini mencerminkan prinsip tasawuf untuk hidup dengan integritas dan menghindari penipuan.
- b) **Prinsip Keadilan dalam Pembagian Keuntungan:** Dalam beberapa bisnis yang dikelola oleh pengusaha Muslim, ditemukan adanya kebijakan pembagian keuntungan

yang adil antara pemilik bisnis, karyawan, dan pihak terkait lainnya. Pembagian ini didasarkan pada keadilan dan prinsip tasawuf tentang saling memberi dan berbagi dalam kebaikan, serta tidak mengeksploitasi pihak lain.

- c) **Penerapan Zakat dan Sedekah:** Salah satu temuan menarik dalam penelitian ini adalah pengusaha yang memandang pembayaran zakat dan sedekah sebagai bagian penting dari pengelolaan keuangan. Mereka berkomitmen untuk menyisihkan sebagian keuntungan untuk kepentingan sosial dan kemanusiaan, sesuai dengan ajaran tasawuf yang mengajarkan kepedulian terhadap sesama dan berbagi rezeki dengan orang yang membutuhkan.
- d) **Hindari Riba (Bunga):** Banyak pengusaha yang menghindari penggunaan sistem pembiayaan yang melibatkan bunga, sesuai dengan prinsip tasawuf yang menentang riba. Sebagai gantinya, mereka cenderung menggunakan instrumen keuangan yang lebih etis, seperti pembiayaan berbasis profit-sharing (bagi hasil) atau menggunakan modal sosial yang melibatkan kerjasama komunitas.

#### 4. Integrasi Tasawuf dalam Bisnis sebagai Keunggulan Kompetitif

Salah satu temuan menarik dari penelitian ini adalah bahwa pengusaha yang menerapkan prinsip-prinsip tasawuf dalam bisnis mereka sering kali merasa memiliki keunggulan kompetitif dalam jangka panjang. Mereka percaya bahwa bisnis yang dijalankan dengan kejujuran, integritas, dan rasa tanggung jawab akan lebih dihargai oleh konsumen dan masyarakat. Oleh karena itu, meskipun mungkin mereka menghadapi tantangan dalam persaingan harga atau kecepatan dalam pemasaran, mereka merasa bahwa ketulusan dan etika yang dijaga akan menarik loyalitas pelanggan dan menciptakan reputasi yang baik.

#### 5. Tantangan dalam Menerapkan Tasawuf dalam Bisnis

Meskipun banyak manfaat yang diidentifikasi, beberapa pengusaha mengungkapkan tantangan dalam mengintegrasikan praktik tasawuf dalam bisnis mereka. Tantangan utama yang mereka hadapi termasuk:

- a) **Persaingan yang Ketat:** Dalam pasar yang sangat kompetitif, pengusaha yang berpegang pada prinsip-prinsip tasawuf sering kali menghadapi tekanan untuk mengkompromikan etika bisnis mereka demi mencapai keuntungan cepat. Beberapa pengusaha melaporkan bahwa terkadang sulit untuk bertahan dalam bisnis yang penuh dengan praktik yang kurang etis.
- b) **Keterbatasan Pemahaman:** Tidak semua pengusaha memiliki pemahaman yang cukup mendalam tentang tasawuf dan bagaimana mengaplikasikannya dalam dunia bisnis. Hal ini terkadang menghambat mereka dalam mengimplementasikan nilai-nilai tasawuf secara konsisten.

## PEMBAHASAN

### 1. Praktik Tasawuf sebagai Landasan Etika dalam Bisnis

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa praktik tasawuf sangat berpengaruh dalam membentuk etika bisnis di kalangan pengusaha Muslim. Tasawuf, yang menekankan pada pembersihan jiwa dan kedekatan dengan Tuhan, memotivasi pengusaha untuk menjaga integritas dan berperilaku jujur dalam setiap aspek bisnis, termasuk pemasaran dan pengelolaan keuangan. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai dalam ajaran tasawuf yang menekankan pada pentingnya menghindari sifat-sifat buruk seperti kebohongan, keserakahan, dan penindasan. Oleh karena itu, seorang pengusaha yang bertasawuf pasti memiliki perasaan yang kuat terhadap usaha mereka seperti menggambarkan sebuah perasaan yang menyerupai cinta (Petra Merieska and IJK Sito Meiyanto, 2024).

a) **Kejujuran dan Transparansi dalam Pemasaran**

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana pengusaha Muslim yang mengintegrasikan tasawuf dalam bisnis mereka lebih cenderung menjaga kejujuran dalam pemasaran. Mereka berusaha untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau jasa yang mereka tawarkan, menghindari klaim yang berlebihan atau menyesatkan. Dalam konteks tasawuf, kejujuran bukan hanya dilihat sebagai kewajiban moral, tetapi juga sebagai cara untuk menjaga hubungan yang baik dengan konsumen, yang dipandang sebagai bagian dari tanggung jawab sosial yang lebih luas. Dan juga seorang pengusaha harus sadar, bahwa usahanya bisa berkembang dan maju tidak lain karena ada pertolongan dari Allah (Rofiq Efendi, 2024).

Hal ini menggarisbawahi pentingnya penerapan prinsip keadilan dalam pemasaran. Dalam tasawuf, prinsip keadilan sering kali dikaitkan dengan sikap kasih sayang dan perhatian terhadap sesama, termasuk konsumen. Oleh karena itu, pengusaha yang menerapkan tasawuf cenderung tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada kepuasan dan keberlanjutan hubungan dengan konsumen.

b) **Pemasaran yang Berkelanjutan dan Etis**

Pengusaha yang menerapkan prinsip-prinsip tasawuf juga cenderung memilih pemasaran yang berorientasi pada keberlanjutan dan etika. Mereka menghindari menggunakan strategi pemasaran yang bisa merugikan masyarakat atau lingkungan. Misalnya, mereka lebih memilih untuk memasarkan produk yang bermanfaat dan tidak merusak lingkungan, atau menghindari praktik pemasaran yang memanfaatkan kesulitan ekonomi masyarakat untuk menjual produk secara tidak etis. Hal ini mencerminkan pendekatan spiritual dalam tasawuf yang mengajarkan kepedulian terhadap kesejahteraan umat manusia dan alam sekitar.

## 2. Pengaruh Tasawuf dalam Pengelolaan Keuangan

Prinsip-prinsip tasawuf juga sangat berpengaruh dalam pengelolaan keuangan di kalangan pengusaha Muslim. Pengusaha yang mengamalkan tasawuf cenderung memiliki sikap yang lebih hati-hati dan bertanggung jawab terhadap bagaimana mereka mengelola keuntungan dan pembiayaan dalam bisnis mereka.

a) **Kejujuran dalam Laporan Keuangan**

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah pentingnya kejujuran dalam laporan keuangan yang diterapkan oleh pengusaha Muslim yang menerapkan tasawuf. Mereka lebih cenderung untuk menyajikan laporan keuangan yang transparan dan akurat, menghindari praktik manipulasi atau penghindaran pajak yang dapat merugikan negara dan masyarakat. Hal ini mencerminkan penerapan prinsip kebenaran dalam tasawuf, yang mengajarkan bahwa apa pun yang dilakukan, baik dalam kehidupan pribadi maupun bisnis, harus selalu sesuai dengan kebenaran.

b) **Pembagian Keuntungan yang Adil**

Prinsip keadilan dalam tasawuf juga tercermin dalam cara pengusaha Muslim membagi keuntungan bisnis mereka. Mereka lebih cenderung untuk memastikan bahwa pembagian keuntungan dilakukan secara adil, baik untuk pemilik bisnis, karyawan, maupun mitra usaha. Pendekatan ini menunjukkan bahwa tasawuf tidak hanya mendorong kesejahteraan diri sendiri, tetapi juga kesejahteraan bersama. Pembagian yang adil ini, pada gilirannya, dapat meningkatkan loyalitas karyawan dan mitra bisnis, serta memperkuat hubungan bisnis yang saling menguntungkan.

c) **Penerapan Zakat dan Sedekah dalam Pengelolaan Keuangan**

Salah satu aspek menarik yang ditemukan dalam penelitian ini adalah penerapan zakat dan sedekah dalam pengelolaan keuangan oleh pengusaha Muslim. Banyak dari

mereka yang secara konsisten menyisihkan sebagian dari keuntungan mereka untuk tujuan sosial, membantu yang membutuhkan, serta mendukung kegiatan kemanusiaan. Hal ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya berbagi dalam ajaran tasawuf, yang mengajarkan bahwa kekayaan yang dimiliki bukan hanya untuk kepentingan pribadi, tetapi juga untuk membantu sesama. Dari sinilah peran Tuhan dapat kita sadari bahwa segala sesuatu yang kita miliki di dunia tidak bisa dipisahkan dari rasa cinta dan sayang Tuhan kepada makhluk-Nya (Rakhim, 2024). Praktik ini tidak hanya memenuhi kewajiban agama, tetapi juga memperkuat aspek sosial dari bisnis yang mereka jalankan.

### **3. Tantangan dalam Menerapkan Tasawuf dalam Bisnis**

Meskipun banyak pengusaha Muslim yang berhasil mengintegrasikan tasawuf dalam praktik bisnis mereka, penelitian ini juga mengungkapkan beberapa tantangan yang mereka hadapi dalam penerapannya.

#### **a) Persaingan yang Ketat**

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pengusaha yang menerapkan tasawuf adalah persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis. Dalam pasar yang sering kali menekankan pada keuntungan finansial yang cepat dan tanpa memedulikan etika, pengusaha yang berpegang pada prinsip tasawuf mungkin merasa kesulitan untuk bertahan. Beberapa pengusaha melaporkan adanya tekanan untuk mengkompromikan nilai-nilai etis mereka dalam menghadapi praktik bisnis yang kurang jujur atau tidak adil.

#### **b) Keterbatasan Pemahaman Tasawuf**

Tantangan lain adalah kurangnya pemahaman yang mendalam tentang tasawuf di kalangan sebagian pengusaha. Praktik tasawuf yang bersifat mendalam dan filosofis membutuhkan pemahaman yang baik agar dapat diterapkan dengan benar dalam konteks bisnis. Tanpa pemahaman yang cukup, pengusaha mungkin kesulitan untuk mengaplikasikan nilai-nilai tasawuf dalam strategi bisnis mereka, yang dapat mengurangi efektivitas dan dampaknya.

### **4. Keunggulan Kompetitif Berbasis Etika**

Meskipun ada tantangan, banyak pengusaha yang melaporkan bahwa penerapan tasawuf memberikan mereka keunggulan kompetitif dalam jangka panjang. Mereka merasa bahwa meskipun mereka mungkin kalah dalam hal kecepatan dan persaingan harga, mereka unggul dalam hal membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dan mitra bisnis yang didasarkan pada kepercayaan dan integritas. Hal ini sesuai dengan ajaran tasawuf yang menekankan pada pentingnya kesabaran, ketulusan, dan kualitas dalam setiap aspek kehidupan, termasuk bisnis.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Secara keseluruhan, praktik tasawuf memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk etika pemasaran dan pengelolaan keuangan di kalangan pengusaha Muslim. Prinsip-prinsip tasawuf seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, dan penghindaran riba menciptakan landasan moral yang kuat untuk menjalankan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberi manfaat bagi masyarakat. Meskipun pengusaha menghadapi tantangan dalam mengintegrasikan tasawuf dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, penerapan etika ini dapat memberikan keuntungan jangka panjang melalui reputasi yang baik dan hubungan bisnis yang lebih sehat.



Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa tasawuf tidak hanya dapat memperbaiki kualitas spiritual pengusaha, tetapi juga membawa dampak positif dalam praktik bisnis yang lebih etis dan berkelanjutan.

Pengusaha Muslim disarankan untuk terus mengintegrasikan nilai-nilai tasawuf, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial, dalam praktik bisnis mereka. Dengan menjaga prinsip etika ini, pengusaha dapat membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Selain itu, pengusaha dapat memperdalam pemahaman tentang tasawuf melalui kajian dan pelatihan agar nilai-nilai spiritual ini dapat diterapkan secara konsisten dalam pengambilan keputusan bisnis.

Bagi pemerintah dan pemangku kebijakan, perlu ada dukungan lebih lanjut untuk pengusaha yang menerapkan prinsip etika berbasis tasawuf, seperti pemberian insentif atau penghargaan khusus. Selain itu, pemerintah dan lembaga pendidikan diharapkan dapat bekerja sama untuk meningkatkan literasi tentang tasawuf dan etika bisnis di kalangan pengusaha dan masyarakat. Dengan demikian, praktik bisnis yang berlandaskan tasawuf dapat memberikan manfaat yang lebih luas, tidak hanya bagi pengusaha tetapi juga bagi masyarakat dan lingkungan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

1. Civitas Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah
2. Civitas Akademik Institute Agama Islam Latifah Mubarokiyah

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdulllah, D. (2024). Penetrasi Meraih Kesuksesan Dengan Metode Titah Al-Qur'an. *SPIRITUALITAS DAN KEWIRAUSAHAAN: EKSPLORASI PERAN*, 91.
- Gusriani, R. Y. (2024). "Dakwah Dalam Bisnis Dan Entrepreneur Nabi. *SPIRITUALITAS DAN KEWIRAUSAHAAN: EKSPLORASI PERAN*, 91.
- Hamzah. (2024). Nilai-Nilai Spiritual Entrepreneurship (Kewirausahaan) Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *SPIRITUALITAS DAN KEWIRAUSAHAAN: EKSPLORASI PERAN*, 92.
- Himam, R. K. (2024). "Mindset Wanita Pengusaha Sukses. *SPIRITUALITAS DAN KEWIRAUSAHAAN: EKSPLORASI PERAN*, 103.
- Ichsan, N. (2024). "Kerja, Bisnis Dan Sukses Menurut Islam,". *SPIRITUALITAS DAN KEWIRAUSAHAAN: EKSPLORASI PERAN*, 92.
- Petra Merieska and IJK Sito Meiyanto. (2024). Passion Berwirausaha Pada Pengusaha Muda. *SPIRITUALITAS DAN KEWIRAUSAHAAN: EKSPLORASI PERAN*, 93.
- Rakhim, A. (2024). "Pengusaha Konveksi Jeans." *SPIRITUALITAS DAN KEWIRAUSAHAAN: EKSPLORASI PERAN*, 98.
- Rofiq Efendi. (2024). Pengusaha Celana Jeans Di Wonopringgo Pekalongan. *SPIRITUALITAS DAN KEWIRAUSAHAAN: EKSPLORASI PERAN*, 93.
- Suwinardi, S. (2024). "LANGKAH SUKSES MEMULAI USAHA. *SPIRITUALITAS DAN KEWIRAUSAHAAN: EKSPLORASI PERAN*, 92.
- Winarto, H. (2024). "Menuju Sukses Berwirausaha". *SPIRITUALITAS DAN KEWIRAUSAHAAN: EKSPLORASI PERAN*, 91.