



Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam: Studi pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta

Galuh Anggraeny

IAIN Surakarta

Abstract

This study aims to explore the practice of learning Islamic business ethics and its implementation among the sharia accounting students of IAIN Surakarta. With a qualitative approach, the results show that the practice of learning Islamic business ethics can be well received by the students. Islamic business ethics has also been applied in business practices by students, such as avoiding prohibited transactions, not reducing scales, and not taking too high a profit. The interviewees also realize the importance of ethics in business, therefore Islamic business ethics needs to be socialized to the wider community, so Islamic business ethics can be implemented in all business activities. Thus, the implementation of Islamic business ethics still needs to be expanded again, involving all levels of society, not only students and academics.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi praktik pembelajaran etika bisnis Islam, serta implementasinya di kalangan mahasiswa akuntansi syariah IAIN Surakarta. Dengan pendekatan kualitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pembelajaran etika bisnis Islam sudah bisa diterima dengan baik oleh mahasiswa. Etika bisnis Islam juga sudah mulai diterapkan dalam praktik bisnis oleh mahasiswa, seperti menghindari transaksi yang dilarang, tidak mengurangi timbangan, dan tidak mengambil keuntungan yang terlalu tinggi. Narasumber juga menyadari pentingnya etika dalam berbisnis, sehingga etika bisnis Islam perlu untuk disosialisasikan kepada masyarakat luas, agar etika bisnis Islam dapat diimplementasikan di seluruh kegiatan bisnis. Dengan demikian, implementasi etika bisnis Islam masih perlu untuk diperluas lagi, dengan melibatkan seluruh lapisan masyarakat, bukan hanya mahasiswa dan kaum akademisi saja.

Keywords: Islamic business ethics, Learning, Implementation

Coresponding author

Email: galuhanggraeny171@gmail.com

Pendahuluan

Pelanggaran etika bisnis dalam dunia akuntansi seperti kasus Enron, WorldCom, dan beberapa perusahaan multinasional lainnya yang diiringi dengan kejatuhan Arthur Andersen, satu dari lima besar perusahaan audit pada saat itu, telah mempertanyakan kredibilitas, independensi, objektivitas serta integritas para akuntan (Sulastri, 2007). Beberapa kasus pelanggaran etika bisnis juga banyak terjadi di Indonesia. Baru-baru ini kantor akuntan publik Ernst & Young Indonesia mendapat sanksi karena dinilai gagal dalam melakukan audit di PT Indosat (Danubrata, 2017). Skandal besar di dunia akuntansi itu mengingatkan praktisi dan pendidik di bidang akuntansi, bahwasanya etika dan moral tidak bisa dilepaskan dari profesi seorang akuntan dan calon akuntan, agar dunia bisnis menjadi lebih etis.

Dalam rangka menciptakan dunia bisnis yang etis, maka mahasiswa harus dibekali dengan kemampuan etis. Selama ini, mahasiswa hanya dibekali dengan kemampuan teknis untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan bisnis saja. Padahal, ketika memasuki dunia kerja, mahasiswa tidak hanya menghadapi permasalahan bisnis saja, tetapi juga akan mengalami dilemma moral. Oleh karena itu, mahasiswa juga harus dibekali dengan kemampuan etis yang memadai (Dellaportas & Hassall, 2013).

Menanggapi permasalahan tersebut banyak penelitian yang dilakukan terutama yang menyoroti tentang pendidikan etika di kalangan mahasiswa (Sheehan & Schmidt, 2015). Penelitian-penelitian tersebut juga banyak mengekspos mengenai dampak pendidikan etika bagi mahasiswa di universitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan etika memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan moral mahasiswa (Sheehan & Schmidt, 2015).

Di tengah-tengah kegundahan akademisi dan praktisi akan integritas calon pelaku bisnis di masa depan, banyak cendekiawan muslim yang berpendapat bahwa seharusnya nilai-nilai etika dalam bisnis juga didasarkan pada nilai-nilai keislaman (Triuwono, 2015). Gagasan ini mendorong munculnya mata kuliah etika bisnis Islam. Dengan adanya pembelajaran mengenai etika bisnis Islam mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan moral yang lebih baik, karena

selain diajarkan etika dalam perspektif konvensional, mahasiswa juga diajarkan etika dalam perspektif Islam (Maharani, 2013).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap adanya pembelajaran etika bisnis Islam. Penelitian ini mengeksplorasi praktik pembelajaran etika bisnis Islam, serta implementasi-implementasi yang sudah dilakukan oleh mahasiswa dalam kehidupan bisnisnya. Penelitian ini diharapkan bisa mengisi kesenjangan penelitian mengenai etika bisnis Islam serta implementasinya di kalangan mahasiswa.

Metode Penelitian

Artikel ini didasarkan pada penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif mengenai proses pembelajaran dan implementasi etika bisnis Islam di kalangan mahasiswa IAIN Surakarta. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode wawancara terhadap 5 mahasiswa Akuntansi Syariah semester lima yang telah mengambil mata kuliah etika bisnis Islam. Kelima informan tersebut dipilih berdasarkan perwakilan masing-masing kelas dari kelas A sampai E. Untuk memperkaya pembahasan, peneliti juga melakukan kajian pustaka dari berbagai sumber, seperti buku, artikel ilmiah, serta sumber lain yang terkait dengan permasalahan penelitian.

Etika Bisnis Islam

Dalam perspektif umum, etika diartikan sebagai perangkat yang mengatur tingkah laku manusia (Baidowi, 2011). Etika memberikan petunjuk bagi manusia mengenai apa yang harus dilakukan, apa yang tidak boleh dilakukan (Muhammad dalam Rofiah, 2014). Dengan demikian keberadaan etika akan membuat kedamaian dan ketentraman dalam hidup manusia.

Dalam perspektif Islam, etika sering dikaitkan dengan istilah akhlak (*khuluq*) yang kurang lebih juga bermakna sama dengan etika, yakni pedoman mengenai apa yang boleh untuk dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan (Rofiah, 2014). Meskipun memiliki definisi yang hampir sama, etika dan akhlak memiliki sumber yang berbeda. Etika bersumber pada kebiasaan atau adat istiadat yang dianggap baik, tetapi akhlak bersumber pada Alquran dan Hadis

(Rofiah, 2014).

Menurut Harahap (2011) menyatakan bahwa etika atau moral dalam Islam merupakan hasil dari keimanan, keislaman, dan ketaqwaan seorang manusia yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah Swt. Perintah Allah Swt. di dalam wahyu-Nya memang tidak hanya terkait peribadatan secara ritual saja, tetapi juga terkait dengan perbuatan-perbuatan baik terhadap sesama manusia dan lingkungan sebagai suatu bentuk implementasi dari kesalehan sosial dari umat Islam (Muslich, 2004).

Muslich (2004) mengungkapkan bahwa etika dalam Islam menyangkut norma dan tuntutan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan individu atau lembaga, kelompok dan masyarakat dalam interaksi hidup ketiganya dalam konteks bermasyarakat maupun hubungan dengan Allah Swt. dan lingkungannya. Ketika berhadapan dengan ajaran moral, maka terkandung didalamnya penilaian baik-buruk, benar-salah, diterima atau tidak sebuah perilaku menurut suatu norma, aturan, ajaran, dan hukum tertentu (Chairiawaty, 2012).

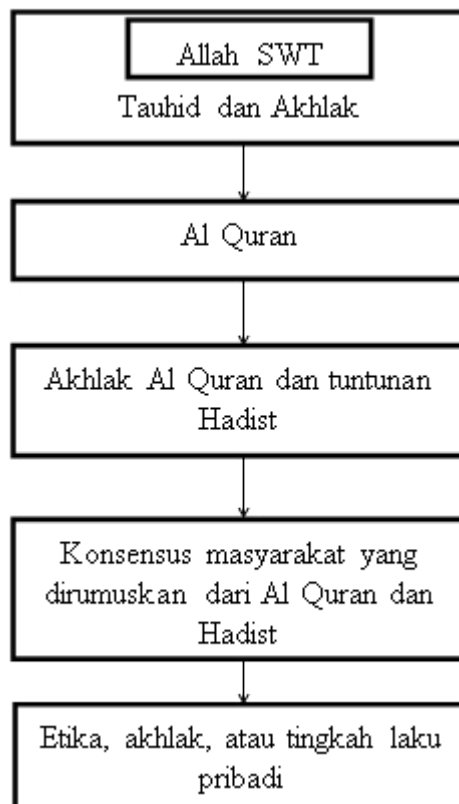
Islam merupakan agama yang komprehensif, sehingga seluruh aktivitas seorang muslim harus berlandaskan pada etika Islam, termasuk pula dalam berbisnis. Etika bisnis tidak hanya dipandang dari aspek etika secara parsial, tetapi dipandang secara keseluruhan yang memuat kaidah-kaidah yang berlaku umum dalam agama Islam. Artinya, bahwa etika bisnis menurut hukum Islam harus dibangun dan dilandasi oleh prinsip-prinsip kesatuan (*unity*), keseimbangan/keadilan (*equilibrium*), kehendak bebas/ikhtiar (*free will*), pertanggungjawaban (*responsibility*) dan kebenaran (*truth*), kebajikan (*wisdom*) dan kejujuran (*fair*) (Dahwal, n.d.).

Fauzan (2013) menyatakan bahwa etika bisnis Islam memiliki dua aspek yang melekat yakni kejujuran dan keadilan. Prinsip kejujuran akan melahirkan berbagai sikap yang terpuji, yaitu: tidak menutupi cacat barang yang di jual, tidak melakukan penipuan dalam jual beli, tidak melakukan gharar, dan segala macam transaksi yang dilarang dalam Islam. Sedangkan Prinsip keadilan mencakup pada keseimbangan dan tanggung jawab. Keseimbangan di dunia dan di akhirat serta tanggung jawab kepada sesama manusia dan tanggung

jawab kepada Allah atas segala yang telah diperbuatnya di dunia.

Jadi, etika bisnis Islam merupakan salah satu bentuk implementasi nilai-nilai keislaman di dalam aktivitas bisnis. Etika bisnis Islam bersumber langsung pada firman Allah dan Hadis Nabi, kemudian diadopsi menjadi tata nilai dan norma. Tata nilai dan norma itulah yang akan mengatur etika, akhlak atau tingkah laku seorang muslim (Harahap, 2011).

Gambar 7.1. Rerangka Konseptual Etika Bisnis Islam



(Sumber: Harahap, 2011)

Pembelajaran Etika Bisnis Islam

Pasca kejatuhan beberapa perusahaan ternama di dunia, seperti Enron dan WorldCom, universitas menjadi sorotan banyak pihak terutama terkait kemampuannya untuk mencetak generasi yang bermoral dan beretika (Dellaportas & Hassall, 2013). Oleh karena itu, beberapa kampus menggalakan

pembelajaran etika, baik melalui mata kuliah maupun melalui program pembentukan moral. Tujuan dari diadakannya pembelajaran etika adalah untuk mempersiapkan generasi yang bermoral, sehingga ketika para mahasiswa memasuki dunia kerja, mereka tidak akan berbuat kecurangan.

Di Indonesia juga dilakukan hal yang demikian. Etika bisnis menjadi mata kuliah yang wajib terutama bagi mahasiswa akuntansi (Husin, 2008). Pembelajaran etika yang dilakukan oleh kampus-kampus sangat beragam, ada yang diselenggarakan sebagai mata kuliah terpisah (*stand-alone course*) dan ada yang dilakukan secara terintegrasi dengan mata kuliah inti (Dellaportas & Hassall, 2013). Di IAIN Surakarta, pembelajaran etika dilakukan dengan sistem *stand-alone course*, artinya etika bisnis dipelajari dalam mata kuliah tersendiri.

Pembelajaran etika bisnis di IAIN Surakarta juga memiliki keunikan tersendiri jika dibandingkan dengan kampus-kampus umum lainnya. Jika di kampus-kampus umum menawarkan mata kuliah etika bisnis, tetapi di IAIN Surakarta diwajibkan untuk mengikuti mata kuliah Etika Bisnis Islam. Melalui pembelajaran etika bisnis Islam ini mahasiswa diharapkan agar bisa berlaku etis sesuai dengan tuntunan agama Islam.

Kelima narasumber memberikan pengertian tentang etika bisnis Islam sebagai aturan/pedoman, perilaku, cara dan nilai-nilai yang sesuai dengan prinsip keislaman. Prinsip keislaman yang dikemukakan oleh kelima narasumber adalah sesuai akuntansi syariah, menjauhi hal-hal yang dilarang oleh Islam, membedakan baik buruk dan halal haram, serta berdasar Alquran dan As-sunnah (Muslich, 2004). Dua dari 5 narasumber yakni Dian dan Dwi Erna, mendefinisikan etika bisnis Islam sebagai suatu perilaku (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Dwi Erna juga menambahkan bahwa etika bisnis Islam adalah perilaku yang menjadi kebiasaan dalam pengertiannya (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Selain itu, etika bisnis Islam juga menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan dalam interaksi bisnis dalam konsep bermasyarakat (muamalah) dan dalam konteks Allah dan lingkungannya (Muslich, 2004).

Kelima narasumber berpendapat bahwa mahasiswa perlu melakukan sosialisasi atas etika bisnis Islam. Salah satu alasannya, karena kita sebagai

mahasiswa Akuntansi Syariah yang mendapatkan ilmu tentang hal ini maka ada kewajiban untuk mengajarkannya. Hal tersebut diungkapkan oleh Adilla, Septi dan Dwi Erna (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Annisa berpendapat bahwa banyak terjadi salah persepsi dalam masyarakat dan dalam pelaksanaannya, maka diperlukan sosialisasi etika bisnis Islam dengan melibatkan mahasiswa (wawancara, tanggal 20 Desember 2016).

Masyarakat juga membutuhkan pengetahuan tentang etika bisnis Islam walaupun usaha yang mereka jalankan masih dalam skala kecil sebagaimana yang diungkapkan oleh Dian. Akhirnya, pelaku bisnis tidak lagi membuat etika dengan persepsi masing-masing dan terjadi saling mendzolimi antarsesama.

Konsep etika bisnis Islam dipahami sebagai aturan, pedoman, cara dan nilai-nilai yang dijalankan dalam berbisnis oleh para pelaku bisnis yang sesuai dengan prinsip keislaman. Prinsip keislaman yang digunakan dalam etika bisnis Islam mengacu pada dua pedoman umat Islam yakni Alquran dan As-sunnah (Muslich, 2004). Konsep tersebut mereka pahami sebagai suatu hal mereka pelajari sebagai mahasiswa ekonomi Islam yang sudah mulai menjalankan usaha mandiri ataupun usaha keluarga.

Mahasiswa akuntansi syariah tidak bisa dilepaskan dengan etika bisnis Islam. Salah satu alasannya adalah etika bisnis Islam merupakan hal yang menjadi pegangan seorang ekonom Islam yang akan bertanggung jawab kepada Allah Swt. (Harahap, 2011). Etika bisnis adalah hal yang dipelajari oleh mereka, maka ada tuntutan untuk mereka mengamalkan dan mengajarkannya kepada masyarakat pada umumnya. Setelah itu, munculah cara untuk mengajarkannya kepada masyarakat dengan sosialisasi sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. Ali Imran: 104 yang artinya sebagai berikut:

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar, merekalah orang-orang yang beruntung.”

Implementasi Etika Bisnis Islam

Kelima narasumber yakin bahwa penerapan ini belum berjalan sebagai mana mestinya. Di sisi lain, ada juga yang meyakini bahwa etika bisnis Islam telah ada yang menerapkan sebagaimana mestinya meskipun baru sebagian

kecil sebagaimana yang disebutkan oleh Dian sebagai narasumber (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Bagaimanapun sisi keyakinan tersebut tertutupi dengan ketidakpercayaan dari keempat narasumber yang lain. Ada sisi negatif yang diungkap dalam penerapan etika bisnis oleh para narasumber diantaranya adanya pengabaian terhadap etika bisnis yang sebenarnya telah diketahui, hanya menerapkan etika bisnis sesuai apa yang menurut mereka benar, baru sekedar “yang penting halal” belum sampai kepada transparansi dan mengabaikan hal kecil seperti keramahan. Menurut 2 narasumber yang ada, Annisa dan Dian, hal tersebut terjadi karena *profit oriented* masih menjadi fokus para pelaku bisnis (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Hal tersebut disebutkan oleh para narasumber karena ketidakpahaman pelaku bisnis tentang Etika Bisnis Islam atau pun terjadinya pengabaian terhadap apa yang mereka ketahui.

Banyak masalah yang diungkap oleh narasumber dari persepsi yang mereka kemukakan. Dua narasumber yakni Dian dan Dwi Erna menyebutkan masalah yang ada adalah kejujuran dan transparansi (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Masalah lain yang dikemukakan oleh Dwi Erna adalah kedisiplinan waktu dan penimbunan (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Sementara dari Annisa mengungkapkan bahwa monopoli dan merasa benar atas apa yang mereka lakukan dalam menjalankan usaha juga mejadi masalah yang ada (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Masalah yang dikemukakan oleh Adilla tentang etika bisnis adalah adanya pengabaian kualitas dan keserakahan para pelaku bisnis (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Sementara itu, Septi menyebutkan bahwa masalah yang ada terletak pada perilaku atau diri dari pelaku bisnis itu sendiri tentang kemauan mereka untuk menerapkan etika bisnis Islam (wawancara, tanggal 20 Desember 2016).

Kelima narasumber setuju terhadap keteladanan Rasulullah Saw. dalam etika bisnis Islam. Annisa menyebutkan bahwa walaupun saat ini tidak mungkin bisa seperti Rasulullah Saw. tetapi meneladani Rasulullah Saw. bukan hal yang memberatkan jika dijalankan dengan keikhlasan. Dian juga menguatkan pendapat yang sama dengan menjadikannya sebagai sesuatu yang simpel, tetapi pola pikir manusialah yang membuatnya menjadi berat (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Kebanyakan dari mereka merasa

bahwa sebetulnya meneladani Rasul bukan hal yang memberatkan ketika kita menjadikan hal itu dalam kebiasaan seperti dikemukakan oleh Dwi Erna dan Adilla (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Namun, Adilla menambahkan mungkin akan merasa terbebani diawal memulai membiasakan keteladanan ini. Sementara Septi berpendapat bahwa ini menjadi memberatkan karena adanya perbedaan zaman dan selang waktu yang lama dengan masa Rasulullah Saw. (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Namun, diluar ada yang yang merasa terberatkan ataupun tidak, kelima narasumber menyadari bahwa keteladanan Rasulullah Saw. dalam etika bisnis Islam akan banyak mendatangkan berkah dalam berbisnis.

Kelima narasumber sudah mulai menerapkan etika bisnis Islam baik untuk dirinya sendiri dan keluarga mereka dalam menjalankan bisnisnya. Septi, Dian dan Adilla menerapkan etika bisnis Islam ke dalam bisnis *online shop* mereka sesuai etika yang telah mereka pelajari (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Annisa dan Dwi Erna menerapkannya ke usaha milik keluarga mereka (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Sayangnya, kelima narasumber belum ada yang sudah mulai mensosialisasikan hal ini kepada masyarakat sekitar lingkungan mereka. Ada salah satu dari narasumber yakni Dwi Erna yang akan menjadikan sosialisasi etika bisnis Islam dalam program KKN nanti (wawancara, tanggal 20 Desember 2016). Akan tetapi, bukan berarti keempat narasumber tidak akan melakukan hal yang sama. Kelima narasumber setuju bahwa sosialisasi untuk etika bisnis Islam sangat perlu dan mereka ingin menjadi salah satu orang yang berkontribusi di dalamnya. Dasar mereka sangat percaya diri terhadap etika bisnis Islam adalah respon yang mereka dapat atas apa yang sudah mereka terapkan. Respon yang baik mereka terima saat mereka menjalankan etika bisnis Islam dalam usahanya.

Masa Depan Etika Bisnis Islam

Penerapan etika bisnis Islam masih belum dipahami secara utuh oleh masyarakat terutama pelaku bisnis baik yang awan terhadap istilah ini ataupun mereka yang sebenarnya mengetahui hal ini. Banyak pelaku bisnis yang mengabaikan etika bisnis dalam menjalankan usahanya atau hanya menjalankan

etika yang menurut mereka benar dan menguntungkan baginya. *Profit oriented* masih menjadikan para pelaku usaha untuk tidak mengindahkan etika bisnis Islam.

Kejujuran adalah masalah dasar yang ada dalam etika bisnis Islam. Ketika kejujuran ini dilanggar oleh pelaku bisnis maka tidak adanya transparansi, menimbun, monopoli dan munculnya sifat keserakahan dalam memperoleh keuntungan menjadi rentetan masalah berikutnya. Akhirnya, para pelaku bisnis akan saling mendzolimi satu sama lain karena etika bisnis Islam yang diabaikan.

Etika bisnis Islam berkaitan erat dengan keteladanan Rasulullah Saw. Hal ini dapat dilihat dalam berbagai literatur yang mengisahkan tentang Rasulullah dalam menjalankan bisnisnya yang kental dengan prinsip keislaman. Alquran dan As-sunnah adalah dua hal yang ditinggal Rasulullah Saw. kepada umatnya untuk dijadikan pedoman hidup salah satu dalam bermuamalah.

Etika bisnis Islam direspon baik oleh masyarakat. Hal ini tidak terlepas dengan cara kita dalam menyampaikan etika bisnis Islam. Jika sesuatu yang benar dan dikerjakan dengan benar, maka urusan hasil Allah lah yang akan mengurusnya. Rasulullah Saw. bersabda:

“Allah menyukai jika seseorang diantara kamu bekerja dan melaksanakan pekerjaannya dengan seaik-baiknya. Dan Allah telah menjelaskan kebenaran secara jelas.” (Harahap, 2011).

Kesimpulan

Etika bisnis Islam sudah mulai disadari oleh para mahasiswa semester 5 di IAIN surakarta. Mereka sudah mampu mengidentifikasi masalah yang ada terkait dengan etika dan ingin menjadi bagian dari orang yang menjalankan etika ini dan mensosialisasikannya. Mereka pun setuju untuk menjadikan keteladanan Rasulullah sebagai solusi atas penetapan etika bisnis oleh para pelakunya. Bagi mereka dalam bisnis tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga berkah atas apa yang mereka peroleh. Langkah konkret sudah mulai mereka lakukan walaupun baru sebatas pada diri mereka sendiri dan keluarganya dalam berbisnis. Kedepannya, etika bisnis Islam harus disosialisasikan kepada masyarakat luas, sehingga etika bisnis Islam bukan hanya menjadi teori pada perkuliahan, tetapi juga bisa dipraktikkan dalam bisnis sehari-hari.

Daftar Pustaka

- Baidowi, A. (2011). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Islam*, 9(2).
- Chairiawaty. (2012). Branding Identity: Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 151–166. Diambil dari <http://jurnalikom.uinsby.ac.id/index.php/jurnalikom/article/view/25/19>
- Dahwal, S. (n.d.). ETIKA BISNIS MENURUT HUKUM ISLAM (Suatu Kajian Normatif), 3–28.
- Danubrata, E. (2017). Ernst & Young’s Indonesia affiliate to pay \$1 million to settle “audit failure.” Diambil dari <https://www.reuters.com/article/us-ernst-young-indonesia/ernst-youngs-indonesia-affiliate-to-pay-1-million-to-settle-audit-failure-idUSKBN15P0J0>
- Dellaportas, S., & Hassall, T. (2013). Experiential learning in accounting education: A prison visit. *British Accounting Review*, 45(1), 24–36. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2012.12.005>
- Fauzan. (2013). PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BERBISNIS (Studi pada RM. Padang di Kota Malang. *PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BERBISNIS (Studi pada RM. Padang di Kota Malang)*, 15(1), 53–64. <https://doi.org/10.9744/jmk.15.1.53-64>
- Harahap, S. S. (2011). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Husin, E. Z. (2008). Standar Pendidikan Internasional IFAC. Diambil 1 Januari 2017, dari <http://iaiglobal.or.id/v03/berita-kegiatan/detailarsip-8>
- Maharani, S. (2013). Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kencenderungan Kecurangan Akuntansi dalam Pelaporan Keuangan Entitas Publik di Indonesia. *IJTIHAD*, 7(2), 203–218.
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islam (Landasan Filosofis, Normatif, Substantif Implementatif)*. Yogyakarta: CV. Adipura.

- Rofiah, K. (2014). Urgensi Etika di Dalam Sistem Bisnis Islam. *Justitia*, 11(2).
- Sheehan, N. T., & Schmidt, J. A. (2015). Preparing accounting students for ethical decision making: Developing individual codes of conduct based on personal values. *Journal of Accounting Education*, 33(3), 183–197. <https://doi.org/10.1016/j.jaccedu.2015.06.001>
- Sulastri, G. dan R. E. (2007). Hubungan antara Gender dan Pengajaran Mata Kuliah Etika Bisnis terhadap Nilai-Nilai Personal dan Kecenderungan Etik pada Mahasiswa Akuntansi, (2007).
- Triyuwono, I. (2015). Awakening the conscience inside : the spirituality of code of ethics for professional accountants. In *Procedia - Social and Behavioral Sciences* (Vol. 172, hal. 254–261). Kuala Lumpur: Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.362>