IEMJ: Islamic Education and Management Journal
Volume 3, Nomor 2, 2026, pp. 103–122
DOI: 10.64994/iemj.v3i2.95 | ISSN 3048-3549 (Online)
https://jurnal.staikap.ac.id/index.php/iemj

Pendidikan Profetik Islam sebagai Paradigma Rekonstruksi Etika Bisnis Muslim di Era Generative Artificial Intelligence

Ahmad Kamalul Fikri [1], Fajar Septian [2]

Sekolah Tinggi Agama Islam Ki Ageng Pekalongan

Corresponding Author : *ahmadkamalulfikri@gmail.com*

Abstrak

Pemanfaatan Generative Artificial Intelligence (Generative AI) dalam bisnis menghadirkan peluang efisiensi sekaligus tantangan etis berupa manipulasi informasi, bias algoritmik, dan eksploitasi data. Penelitian ini bertujuan untuk merekonstruksi etika profesi pebisnis Muslim melalui paradigma Pendidikan Profetik Islam. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka dan analisis deskriptif-interpretatif terhadap literatur etika bisnis Islam, pendidikan profetik, dan kecerdasan buatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pendidikan Profetik menawarkan kerangka etika melalui tiga dimensi utama: humanisasi untuk menjaga martabat manusia dan keadilan, liberasi untuk mencegah manipulasi serta eksploitasi digital, dan transendensi untuk meneguhkan tanggung jawab moral kepada Allah SWT. Kontribusi penelitian ini menawarkan kerangka etika bisnis digital berbasis nilai profetik sebagai landasan pembentukan karakter profesional Muslim yang berintegritas dan berorientasi pada kemaslahatan (*maslahah*).

Kata Kunci: Generative AI, Pendidikan Profetik Islam, Etika Bisnis Digital.

Abstract

The use of Generative Artificial Intelligence (Generative AI) in business offers opportunities for greater efficiency while presenting ethical challenges, including information manipulation, algorithmic bias, and data exploitation. This study aims to reconstruct the professional ethics of Muslim entrepreneurs through the paradigm of Islamic Prophetic Education. The study employs a qualitative approach using a literature review method and descriptive-interpretative analysis of scholarly literature on Islamic business ethics, Prophetic Education, and artificial intelligence. The findings indicate that Prophetic Education offers an ethical framework encompassing three main dimensions: humanization, which upholds human dignity and social justice; liberation, which prevents digital manipulation and exploitation; and transcendence, which reinforces moral accountability to Allah SWT. This study contributes a prophetic value-based digital business ethics framework as a foundation for developing Muslim professionals with integrity and a commitment to public welfare (maslahah).

Keywords*: Generative AI, Prophetic Islamic Education, Digital Business Ethics*

This is an open access article under the CC BY 4.0 license
Copyright © 2026 by Author

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang ditandai dengan lahirnya *Generative Artificial Intelligence* (Generative AI) telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dunia ekonomi dan bisnis. Kemampuan teknologi ini dalam menghasilkan teks, gambar, audio, video, maupun analisis berbasis data secara otomatis telah mengubah cara perusahaan merancang strategi pemasaran, membangun komunikasi dengan pelanggan, mengelola informasi, hingga mengambil keputusan bisnis. Dalam konteks tersebut, Generative AI tidak lagi dipandang sekadar sebagai inovasi teknologi, tetapi telah berkembang menjadi instrumen strategis yang memengaruhi pola interaksi ekonomi, budaya organisasi, dan perilaku profesional di era digital (Ahmad et al., 2025).

Pemanfaatan Generative AI memberikan berbagai keuntungan berupa peningkatan efisiensi operasional, percepatan proses kerja, optimalisasi layanan pelanggan, serta perluasan akses terhadap informasi bisnis. Berbagai perusahaan memanfaatkan teknologi ini untuk menghasilkan konten pemasaran, melakukan analisis perilaku konsumen, mengembangkan sistem layanan berbasis chatbot, hingga menyusun rekomendasi bisnis secara otomatis (Ibrohim et al., 2026). Namun demikian, di balik berbagai manfaat tersebut muncul persoalan baru yang semakin kompleks, seperti manipulasi informasi, bias algoritma, penyalahgunaan data pribadi, hilangnya transparansi proses pengambilan keputusan, serta berkurangnya tanggung jawab moral akibat semakin dominannya sistem otomatis dalam aktivitas bisnis. Fenomena ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak hanya menghadirkan persoalan teknis, tetapi juga memunculkan tantangan etik dan pedagogis yang memerlukan pendekatan baru dalam membangun karakter profesional pelaku usaha.

Perkembangan Generative AI dalam dekade terakhir telah membawa transformasi besar dalam dunia bisnis global (Zaenuddin Imam & Ade Bani Riyan, 2024). Perubahan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital sesungguhnya bukan hanya persoalan adopsi teknologi, tetapi juga persoalan pembentukan manusia yang mampu menggunakan teknologi secara bertanggung jawab. Dalam perspektif pendidikan Islam, teknologi dipahami sebagai instrumen yang bersifat netral, sedangkan arah pemanfaatannya sangat ditentukan oleh kualitas moral, spiritual, dan intelektual manusia sebagai penggunanya. Oleh karena itu, perkembangan Generative AI menuntut hadirnya paradigma pendidikan yang tidak hanya berorientasi pada penguasaan kompetensi digital (*digital competence*), tetapi juga pada pembentukan karakter yang mampu mengintegrasikan kecerdasan intelektual, kesadaran etis, dan tanggung jawab transendental dalam setiap aktivitas profesional.

Salah satu paradigma yang relevan untuk menjawab tantangan tersebut adalah Pendidikan Profetik Islam. Paradigma ini dikembangkan oleh Kuntowijoyo (Alfiansyah Anwar et al., 2023) melalui reinterpretasi terhadap QS. Āli 'Imrān [3]:110 yang menempatkan tiga misi utama kenabian sebagai fondasi transformasi sosial, yaitu humanisasi (amar ma'ruf), liberasi (nahi munkar), dan transendensi (tu'minūna billāh). Pendidikan Profetik tidak hanya bertujuan mentransmisikan pengetahuan, tetapi juga membentuk manusia yang memiliki integritas moral, kesadaran sosial, dan orientasi

ketuhanan dalam seluruh dimensi kehidupannya. Dengan demikian, paradigma ini tidak berhenti pada pembahasan norma etik, melainkan menekankan proses pembentukan karakter (*character formation*) yang memungkinkan seseorang mampu mengambil keputusan secara etis di tengah perubahan sosial dan perkembangan teknologi (Agung Drajat Sucipto, 2026).

Dalam konteks dunia bisnis digital, nilai-nilai profetik menjadi semakin penting karena penggunaan Generative AI berpotensi menggeser posisi manusia dari pengambil keputusan menjadi sekadar operator teknologi. Apabila tidak diimbangi dengan karakter profetik, pemanfaatan AI dapat mendorong lahirnya berbagai praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti manipulasi konten digital, eksploitasi data konsumen, penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, diskriminasi akibat bias algoritma, serta hilangnya dimensi tanggung jawab moral dalam proses bisnis. Oleh karena itu, tantangan utama era Generative AI bukan terletak pada kecanggihan teknologinya, melainkan pada kemampuan manusia menjaga nilai-nilai kemanusiaan, keadilan, dan spiritualitas ketika teknologi semakin mendominasi aktivitas ekonomi (Rice, 1999).

Berbagai penelitian terkait etika bisnis Islam selama ini umumnya masih berorientasi pada pembahasan prinsip-prinsip normatif seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*'adl*), tanggung jawab (*mas'ūliyyah*), maupun penerapan maqāṣid al-syarī'ah dalam aktivitas ekonomi. Penelitian lain mulai mengkaji implikasi etis penggunaan Artificial Intelligence terhadap tata kelola bisnis, perlindungan data, transparansi algoritma, dan pengambilan keputusan berbasis AI. Akan tetapi, sebagian besar penelitian tersebut masih menempatkan etika sebagai seperangkat norma perilaku, belum sebagai proses pendidikan yang membentuk karakter profesional dalam menghadapi transformasi digital.

Di sisi lain, kajian mengenai Pendidikan Profetik Islam selama ini lebih banyak dikembangkan dalam bidang pendidikan karakter, kepemimpinan pendidikan, pendidikan kewargaan, pembelajaran agama, dan pengembangan budaya akademik. Paradigma profetik belum banyak digunakan sebagai kerangka analisis untuk mereinterpretasi etika profesi dalam dunia bisnis digital, khususnya dalam menghadapi perkembangan Generative AI. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan konseptual antara kajian etika bisnis Islam, perkembangan teknologi kecerdasan buatan, dan paradigma Pendidikan Profetik Islam. Kesenjangan inilah yang menjadi ruang penting bagi penelitian ini (Saifuddi et al., 2026).

Berangkat dari kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan mereinterpretasi etika profesi pebisnis Muslim melalui paradigma Pendidikan Profetik Islam. Dalam penelitian ini, nilai-nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi diposisikan sebagai kerangka konseptual untuk membangun etika bisnis digital yang adaptif terhadap perkembangan Generative AI. Humanisasi diarahkan untuk memastikan bahwa teknologi tetap menghormati martabat manusia dan keadilan sosial; liberasi menjadi landasan pembebasan praktik bisnis dari manipulasi algoritma, eksploitasi data, serta disinformasi; sedangkan transendensi menempatkan seluruh aktivitas bisnis sebagai bentuk pertanggungjawaban moral kepada Allah SWT (Alfiansyah Anwar et al., 2023).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan mereinterpretasi etika profesi pebisnis Muslim pada era Generative AI melalui perspektif Pendidikan Profetik Islam serta merumuskan model konseptual etika bisnis digital berbasis nilai-nilai profetik yang relevan dengan tantangan transformasi teknologi kontemporer. Kontribusi penelitian ini tidak hanya memperluas kajian etika bisnis Islam dalam konteks kecerdasan buatan, tetapi juga memperkenalkan Pendidikan Profetik Islam sebagai paradigma alternatif dalam membangun karakter profesional pebisnis Muslim di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kepustakaan (library research) dan analisis konseptual (conceptual analysis) (John W. Creswell & J. David Creswell, 2017). Pendekatan ini dipilih untuk merekonstruksi etika profesi pebisnis Muslim pada era Generative Artificial Intelligence (Generative AI) melalui paradigma Pendidikan Profetik Islam, bukan untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris. Kerangka analisis bertumpu pada tiga dimensi Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo, yaitu humanisasi (amar ma'ruf), liberasi (nahi munkar), dan transendensi (tu'minūna billāh) (Dartim, 2020)..

Sumber data mencakup literatur primer dan sekunder. Literatur primer meliputi Al-Qur'an, Hadis, karya Kuntowijoyo tentang Ilmu Sosial Profetik, literatur etika bisnis Islam, serta regulasi yang relevan dengan pemanfaatan teknologi digital. Literatur sekunder berupa artikel jurnal nasional dan internasional, buku ilmiah, dan hasil penelitian tentang Pendidikan Profetik Islam, etika bisnis Islam, etika kecerdasan buatan, dan transformasi bisnis digital. Penelusuran dilakukan melalui Google Scholar, Scopus, Crossref, DOAJ, Garuda, Dimensions, dan repositori perguruan tinggi. Literatur dipilih berdasarkan relevansi, kredibilitas sumber, dan kontribusinya terhadap fokus penelitian; literatur AI diprioritaskan dari sepuluh tahun terakhir, sedangkan sumber normatif dan filosofis dipilih berdasarkan relevansi teoretis.

Analisis dilakukan melalui analisis isi kualitatif dan interpretasi konseptual konseptual (Abdul Fattah Nasution, 2023). Tahapannya meliputi identifikasi konsep utama, kategorisasi berdasarkan humanisasi, liberasi, dan transendensi, analisis kritis atas hubungan dimensi profetik dengan tantangan etika bisnis digital, serta sintesis menjadi model konseptual Prophetic Digital Business Ethics Model (PDBEM). Kredibilitas interpretasi dijaga melalui triangulasi sumber pustaka dengan membandingkan literatur keislaman, Pendidikan Profetik, etika bisnis, dan etika AI. Luaran penelitian berupa model konseptual, bukan generalisasi empiris.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendidikan Profetik Islam sebagai Paradigma Etika Profesi Pebisnis Muslim

Perkembangan *Generative Artificial Intelligence* (Generative AI) telah mengubah secara fundamental lanskap bisnis modern melalui otomatisasi produksi informasi, analisis data, pengambilan keputusan, hingga interaksi antara perusahaan dan konsumen. Transformasi tersebut tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga

menggeser pola relasi antara manusia dan teknologi dalam aktivitas ekonomi. Pada kondisi ini, persoalan etika tidak lagi cukup dipahami sebagai seperangkat aturan normatif mengenai benar dan salah dalam berbisnis, melainkan perlu diposisikan sebagai proses pembentukan karakter profesional yang mampu mengarahkan penggunaan teknologi secara bertanggung jawab. Dengan demikian, tantangan utama era Generative AI bukan terletak pada kecanggihan teknologinya, tetapi pada kesiapan manusia sebagai subjek moral dalam mengendalikan teknologi agar tetap berorientasi pada kemaslahatan. (Elfara Alviolita & Fitria, 2024).

Pendekatan etika bisnis yang selama ini berkembang, baik dalam perspektif konvensional maupun ekonomi Islam, umumnya masih menitikberatkan pada kepatuhan terhadap prinsip-prinsip normatif seperti kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, serta perlindungan hak para pihak. Prinsip-prinsip tersebut tetap memiliki relevansi yang kuat dalam aktivitas bisnis digital (Ichsana et al., 2019). Namun demikian, perkembangan Generative AI menghadirkan persoalan yang jauh lebih kompleks dibandingkan praktik bisnis konvensional. Algoritma mampu menghasilkan keputusan secara otomatis, memproduksi konten yang menyerupai karya manusia, membentuk persepsi publik melalui sistem rekomendasi, bahkan memengaruhi perilaku konsumen melalui analisis data yang bersifat prediktif. Kompleksitas tersebut menunjukkan bahwa tantangan etika pada era digital tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap norma, tetapi juga menyangkut pembentukan kesadaran moral pelaku bisnis dalam menggunakan teknologi .

Pada konteks di atas, paradigma Pendidikan Profetik Islam menawarkan perspektif yang lebih komprehensif dibandingkan pendekatan etika normatif semata. Paradigma ini berpijak pada gagasan Kuntowijoyo mengenai *Ilmu Sosial Profetik* yang berlandaskan reinterpretasi QS. Āli 'Imrān [3]:110 (Nur et al., 2026). Ayat tersebut memuat tiga misi utama kenabian, yaitu *amar ma'ruf* (humanisasi), *nahi munkar* (liberasi), dan *tu'minūna billāh* (transendensi). Ketiga dimensi tersebut tidak dipahami sebagai konsep teologis yang bersifat abstrak, tetapi sebagai paradigma transformasi sosial yang membentuk karakter manusia agar mampu menghadirkan kemaslahatan dalam seluruh aktivitas kehidupannya, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.

Berbeda dengan pendekatan etika yang berorientasi pada kepatuhan terhadap aturan, Pendidikan Profetik menempatkan pembentukan karakter (*character formation*) sebagai inti proses pendidikan. Orientasi tersebut menjadi sangat relevan dalam menghadapi perkembangan Generative AI karena teknologi pada hakikatnya tidak memiliki kesadaran moral. Artificial Intelligence hanya bekerja berdasarkan pola data dan algoritma yang dirancang manusia. Oleh sebab itu, kualitas moral penggunaan teknologi sepenuhnya bergantung pada kualitas karakter manusia sebagai perancang, pengguna, sekaligus pengambil keputusan. Dengan kata lain, etika bisnis digital tidak dapat dibangun hanya melalui regulasi teknologi, tetapi harus dimulai dari pembentukan manusia yang memiliki kesadaran profetik. (Rijal & Fuadi, 2026).

Dalam perspektif ini, etika profesi pebisnis Muslim mengalami perluasan makna. Profesionalisme tidak lagi dipahami sebatas kemampuan teknis mengelola usaha secara efektif dan efisien, melainkan mencakup kemampuan mengintegrasikan kecakapan digital

dengan tanggung jawab moral, kepedulian sosial, dan kesadaran spiritual. Pebisnis Muslim dituntut tidak hanya mampu memanfaatkan Generative AI sebagai instrumen peningkatan produktivitas, tetapi juga mampu memastikan bahwa teknologi tersebut digunakan untuk memperkuat nilai-nilai kemanusiaan, mencegah berbagai bentuk ketidakadilan digital, serta tetap berada dalam koridor nilai-nilai ketuhanan (Kasneci et al., 2023).

Hasil analisis konseptual dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Paradigma Pendidikan Profetik Islam memiliki tiga karakteristik utama yang menjadikannya relevan sebagai kerangka reinterpretasi etika profesi pebisnis Muslim pada era Generative AI. Pertama, paradigma ini bersifat humanistik, karena menempatkan manusia sebagai tujuan utama perkembangan teknologi, bukan sekadar objek algoritma. Kedua, paradigma ini bersifat transformasional, karena tidak hanya mengarahkan manusia untuk menghindari penyimpangan etika, tetapi juga mendorong perubahan sosial menuju praktik bisnis yang lebih adil, inklusif, dan bermartabat. Ketiga, paradigma ini bersifat transendental, karena seluruh aktivitas profesional dipahami sebagai bentuk ibadah dan pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT. Ketiga karakteristik tersebut membedakan Pendidikan Profetik dari pendekatan etika bisnis yang semata-mata berorientasi pada kepatuhan hukum atau kepentingan organisasi.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menempatkan Pendidikan Profetik Islam bukan sekadar sebagai perspektif teoritis, melainkan sebagai paradigma etika profesi pebisnis Muslim yang mampu mengintegrasikan dimensi moral, sosial, dan spiritual dalam penggunaan Generative AI. Paradigma ini kemudian menjadi dasar bagi pengembangan tiga dimensi utama etika bisnis digital, yaitu humanisasi, liberasi, dan transendensi, yang akan dibahas pada bagian berikutnya. Ketiga dimensi tersebut tidak berdiri sendiri, tetapi saling melengkapi dalam membentuk model konseptual etika profesi yang adaptif terhadap transformasi teknologi tanpa kehilangan orientasi nilai-nilai Islam.

Humanisasi dalam Pemanfaatan Generative Artificial Intelligence (GenAI)

Humanisasi merupakan dimensi pertama dalam Paradigma Pendidikan Profetik Islam yang berakar pada perintah *amar ma'ruf* sebagaimana termaktub dalam QS. Āli 'Imrān [3]:110. Dalam pemikiran Kuntowijoyo, humanisasi dimaknai sebagai upaya memanusiakan manusia (*humanizing human beings*), yaitu mengembalikan manusia pada martabat, kebebasan, dan nilai-nilai kemanusiaannya di tengah berbagai bentuk dehumanisasi yang muncul akibat perkembangan sosial, politik, ekonomi, maupun teknologi. Pendidikan Profetik memandang bahwa kemajuan ilmu pengetahuan tidak boleh menghilangkan orientasi kemanusiaan, tetapi justru harus diarahkan untuk memperkuat penghormatan terhadap hak, martabat, dan kesejahteraan manusia (Wilam Nafilah Robaeah et al., 2024). Oleh karena itu, humanisasi tidak hanya dipahami sebagai konsep moral, melainkan sebagai paradigma pendidikan yang membentuk karakter profesional agar mampu menempatkan manusia sebagai tujuan utama setiap aktivitas.

Dalam perspektif etika profesi, humanisasi menempatkan manusia sebagai subjek utama dalam seluruh proses pengambilan keputusan. Profesionalisme tidak hanya diukur dari kemampuan teknis atau keberhasilan mencapai target organisasi, tetapi juga dari

sejauh mana suatu profesi mampu memberikan manfaat, melindungi hak-hak individu, serta menjaga keadilan sosial (Putri et al., 2023). Dengan demikian, nilai humanisasi memperluas makna etika profesi dari sekadar kepatuhan terhadap standar operasional menjadi komitmen moral untuk menghadirkan kemaslahatan bagi seluruh pemangku kepentingan. Dalam konteks bisnis Islam, orientasi tersebut sejalan dengan tujuan *maqāṣid al-syarīʻah* yang menempatkan perlindungan terhadap manusia sebagai orientasi utama aktivitas ekonomi.

Perkembangan Generative Artificial Intelligence (GenAI) menghadirkan tantangan baru terhadap implementasi nilai humanisasi dalam dunia bisnis. Kemampuan AI menghasilkan konten, menganalisis perilaku konsumen, memprediksi preferensi pasar, hingga memberikan rekomendasi bisnis secara otomatis telah meningkatkan efisiensi berbagai aktivitas ekonomi (Holmes, 2022a). Akan tetapi, pada saat yang sama teknologi tersebut berpotensi menggeser posisi manusia dari pengambil keputusan menjadi objek analisis algoritmik. Dalam praktik bisnis digital, konsumen semakin sering diposisikan sebagai kumpulan data (*datafication*) yang dianalisis berdasarkan pola perilaku, preferensi konsumsi, dan aktivitas digital, sehingga hubungan antara perusahaan dan pelanggan cenderung berubah menjadi hubungan yang bersifat instrumental dan berbasis data.

Fenomena tersebut memperlihatkan munculnya kecenderungan dehumanisasi dalam ekosistem bisnis digital. Algoritma yang dirancang untuk memaksimalkan efisiensi dan keuntungan ekonomi berpotensi mengabaikan dimensi empati, keadilan, dan kebutuhan manusia yang tidak selalu dapat direpresentasikan melalui data. Sistem rekomendasi berbasis AI dapat memperkuat *filter bubble*, mempersempit pilihan konsumen, bahkan menghasilkan perlakuan yang berbeda akibat bias algoritma. Selain itu, pemanfaatan AI dalam produksi konten pemasaran juga berpotensi mengurangi autentisitas komunikasi antara perusahaan dan pelanggan apabila seluruh interaksi diserahkan kepada sistem otomatis tanpa mempertimbangkan aspek relasional dan etika komunikasi.

Dalam perspektif Pendidikan Profetik Islam, kondisi tersebut menunjukkan bahwa persoalan utama penggunaan Generative AI bukan terletak pada teknologinya, melainkan pada orientasi pemanfaatannya (Nur Alfiyani & Saliman Saliman, 2024). Teknologi pada hakikatnya merupakan instrumen yang bersifat netral, sedangkan arah penggunaannya sepenuhnya ditentukan oleh manusia sebagai subjek moral. Oleh karena itu, humanisasi menuntut agar setiap implementasi AI tetap menempatkan manusia sebagai pusat pertimbangan (*human-centered technology*), bukan sekadar faktor produksi atau sumber data ekonomi. Teknologi harus berfungsi memperkuat kapasitas manusia, bukan menggantikan nilai-nilai kemanusiaan yang menjadi fondasi kehidupan sosial.

Hasil analisis konseptual penelitian ini menunjukkan bahwa nilai humanisasi dalam era Generative AI tidak lagi cukup dimaknai sebagai sikap menghormati sesama manusia dalam interaksi bisnis sebagaimana dipahami dalam etika bisnis konvensional. Humanisasi memerlukan reinterpretasi yang lebih luas sebagai paradigma etika digital yang memastikan bahwa seluruh proses pemanfaatan AI tetap berorientasi pada penghormatan terhadap martabat manusia (*human dignity*), perlindungan hak digital, keadilan algoritmik

(*algorithmic fairness*), serta kesejahteraan sosial. Dengan demikian, keberhasilan implementasi teknologi tidak semata diukur berdasarkan peningkatan produktivitas atau efisiensi ekonomi, tetapi juga berdasarkan kontribusinya terhadap peningkatan kualitas kehidupan manusia.

Berdasarkan reinterpretasi di atas, penelitian ini menawarkan konsep Humanisasi Digital Profetik (*Prophetic Digital Humanization*) sebagai dimensi pertama dalam model etika profesi pebisnis Muslim pada era Generative AI. Konsep ini didefinisikan sebagai komitmen profesional untuk menjadikan teknologi kecerdasan buatan sebagai sarana pemberdayaan manusia, bukan sebagai instrumen yang mengurangi martabat, kebebasan, maupun hak-hak individu. Humanisasi Digital Profetik menghendaki agar setiap keputusan bisnis berbasis AI mempertimbangkan dampaknya terhadap konsumen, pekerja, masyarakat, dan kelompok rentan, sehingga efisiensi teknologi tidak dicapai dengan mengorbankan nilai-nilai kemanusiaan.

Implementasi Humanisasi Digital Profetik dapat diwujudkan melalui beberapa prinsip operasional. Pertama, penggunaan AI harus menjamin penghormatan terhadap privasi, keamanan, dan kepemilikan data pengguna sebagai bagian dari hak asasi digital. Kedua, sistem AI perlu dikembangkan secara inklusif dengan meminimalkan bias algoritmik yang berpotensi melahirkan diskriminasi terhadap kelompok tertentu. Ketiga, teknologi harus memperkuat kapasitas manusia melalui kolaborasi antara kecerdasan manusia dan kecerdasan buatan (*human-AI collaboration*), bukan menggantikan sepenuhnya proses pertimbangan moral manusia. Keempat, setiap inovasi bisnis berbasis AI harus dievaluasi berdasarkan kontribusinya terhadap kemaslahatan publik, bukan hanya keuntungan ekonomi jangka pendek.

Temuan ini menunjukkan bahwa humanisasi dalam Paradigma Pendidikan Profetik Islam memberikan perluasan perspektif terhadap etika bisnis digital. Jika pendekatan etika konvensional lebih banyak menekankan kepatuhan terhadap aturan penggunaan teknologi, maka Humanisasi Digital Profetik menempatkan pembentukan karakter profesional sebagai fondasi utama tata kelola teknologi. Dengan demikian, penggunaan Generative AI tidak hanya diarahkan untuk menghasilkan inovasi bisnis, tetapi juga menjadi media pendidikan karakter yang membentuk pebisnis Muslim agar mampu mengintegrasikan kompetensi digital dengan empati, kepedulian sosial, dan tanggung jawab kemanusiaan. Dalam kerangka model yang dikembangkan penelitian ini, Humanisasi Digital Profetik menjadi dimensi pertama yang memastikan bahwa seluruh transformasi digital tetap berpusat pada manusia sebagai subjek moral sekaligus tujuan utama pembangunan ekonomi.

Liberasi terhadap Praktik Bisnis Digital Berbasis AI

Liberasi merupakan dimensi kedua dalam Paradigma Pendidikan Profetik Islam yang berakar pada prinsip *nahi munkar* sebagaimana terkandung dalam QS. Āli 'Imrān [3]:110. Dalam pemikiran Kuntowijoyo, liberasi tidak dimaknai secara sempit sebagai larangan terhadap perilaku yang bertentangan dengan norma agama, tetapi dipahami sebagai proses pembebasan manusia dari berbagai bentuk penindasan, ketidakadilan,

eksploitasi, dan struktur sosial yang menghambat terwujudnya kemanusiaan yang utuh (Agung Drajat Sucipto, 2026). Oleh karena itu, Pendidikan Profetik tidak hanya membentuk individu yang saleh secara personal, tetapi juga mendorong lahirnya kesadaran kritis untuk mentransformasikan sistem sosial agar lebih adil, inklusif, dan berorientasi pada kemaslahatan.

Adapun dalam perspektif etika profesi, nilai liberasi mengandung makna bahwa seorang profesional tidak cukup hanya mematuhi standar moral dan hukum yang berlaku, tetapi juga memiliki tanggung jawab untuk mencegah berbagai praktik yang merugikan manusia dan melemahkan keadilan sosial. Etika profesi dengan demikian tidak berhenti pada kepatuhan normatif (*compliance ethics*), melainkan berkembang menjadi etika transformatif (*transformative ethics*) yang mendorong perubahan terhadap sistem yang melahirkan ketimpangan. Dalam konteks bisnis Islam, orientasi tersebut selaras dengan tujuan *maqāṣid al-syarīʻah* yang menempatkan perlindungan terhadap hak, keadilan, dan kemaslahatan sebagai tujuan utama aktivitas ekonomi (Mitha Afik Valery Putri et al., 2023).

Perkembangan *Generative Artificial Intelligence* menghadirkan bentuk-bentuk ketidakadilan baru yang tidak selalu tampak secara kasat mata karena bekerja melalui mekanisme algoritmik. Berbeda dengan praktik bisnis konvensional yang umumnya memperlihatkan relasi langsung antara pelaku usaha dan konsumen, sistem berbasis AI menjalankan berbagai proses secara otomatis melalui pengumpulan data, pemodelan perilaku, penyaringan informasi, hingga penyusunan rekomendasi bisnis. Di satu sisi, mekanisme tersebut meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Namun di sisi lain, muncul berbagai persoalan etis berupa dominasi algoritma (*algorithmic dominance*), eksploitasi data pribadi, bias sistem, manipulasi preferensi konsumen, serta ketimpangan akses terhadap informasi dan teknologi (Holmes, 2022b).

Salah satu tantangan utama adalah semakin berkembangnya praktik kapitalisasi data (*data commodification*), yaitu menjadikan data pribadi pengguna sebagai komoditas ekonomi tanpa memberikan kendali yang memadai kepada pemilik data. Dalam banyak platform digital, perilaku konsumen direkam, dianalisis, dan diprediksi untuk menghasilkan strategi pemasaran yang semakin presisi (Javed, 2022). Meskipun praktik tersebut meningkatkan efektivitas bisnis, pengguna sering kali tidak memiliki pemahaman yang memadai mengenai bagaimana data mereka dikumpulkan, diproses, dan dimanfaatkan. Situasi ini menunjukkan adanya relasi kuasa yang tidak seimbang antara perusahaan sebagai pengelola teknologi dan masyarakat sebagai pemilik data.

Selain itu, Generative AI juga menghadirkan persoalan berupa bias algoritmik (*algorithmic bias*). Algoritma dibangun berdasarkan data pelatihan yang tidak selalu merepresentasikan keragaman realitas sosial. Akibatnya, sistem AI dapat menghasilkan keputusan yang diskriminatif, memperkuat stereotip, atau memberikan perlakuan yang berbeda terhadap kelompok tertentu tanpa disadari oleh penggunanya.

Pada praktik bisnis digital, bias di atas dapat memengaruhi sistem rekomendasi produk, penilaian kelayakan pelanggan, distribusi informasi pemasaran, hingga proses rekrutmen tenaga kerja. Apabila tidak dikendalikan, kondisi tersebut berpotensi

melahirkan bentuk baru ketidakadilan digital (*digital injustice*) yang sulit dideteksi karena berlangsung melalui mekanisme algoritmik yang kompleks (Schiff, 2022).

Persoalan lain yang semakin mengemuka adalah penggunaan Generative AI untuk menghasilkan konten manipulatif, seperti ulasan palsu, testimoni sintetis, gambar produk yang tidak autentik, maupun narasi pemasaran yang dirancang untuk memengaruhi persepsi konsumen secara berlebihan. Praktik semacam ini tidak hanya mengaburkan batas antara fakta dan rekayasa digital, tetapi juga memperlemah otonomi konsumen dalam mengambil keputusan secara rasional (Latham, 2019). Dengan demikian, ancaman terbesar penggunaan AI bukan semata-mata kesalahan teknologi, melainkan munculnya struktur bisnis digital yang memungkinkan manipulasi berlangsung secara sistematis melalui kecanggihan algoritma.

Dalam perspektif Pendidikan Profetik Islam, berbagai persoalan tersebut merupakan bentuk baru dari praktik yang harus dibebaskan melalui dimensi liberasi. Ketidakadilan digital tidak lagi hadir dalam bentuk eksploitasi fisik sebagaimana terjadi pada masyarakat industri, melainkan melalui dominasi teknologi yang membatasi kebebasan manusia dalam memperoleh informasi, mengendalikan data pribadi, dan mengambil keputusan secara independen. Oleh karena itu, liberasi pada era Generative AI harus dipahami sebagai upaya membangun tata kelola teknologi yang mampu mengurangi ketimpangan kekuasaan antara manusia dan sistem digital, sekaligus mencegah berkembangnya praktik bisnis yang eksploitatif.

Hasil analisis konseptual penelitian ini menunjukkan bahwa nilai liberasi memerlukan reinterpretasi sesuai karakteristik transformasi digital. Apabila dalam konteks klasik liberasi lebih banyak dipahami sebagai pembebasan dari penindasan sosial dan ekonomi, maka pada era Generative AI liberasi perlu diperluas menjadi pembebasan dari berbagai bentuk dominasi algoritmik, eksploitasi data, manipulasi digital, dan ketidakadilan sistemik yang lahir dari penggunaan teknologi. Dengan demikian, orientasi liberasi tidak hanya diarahkan pada perubahan perilaku individu, tetapi juga pada pembentukan tata kelola bisnis digital yang lebih transparan, adil, dan berpihak pada kepentingan manusia.

Berdasarkan reinterpretasi tersebut, penelitian ini menawarkan konsep Liberasi Digital Profetik (*Prophetic Digital Liberation*) sebagai dimensi kedua dalam model etika profesi pebisnis Muslim pada era Generative AI. Konsep ini didefinisikan sebagai komitmen profesional untuk membangun praktik bisnis digital yang membebaskan seluruh pemangku kepentingan dari berbagai bentuk eksploitasi teknologi, dominasi algoritma, manipulasi informasi, serta penyalahgunaan data melalui tata kelola AI yang adil, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan. Liberasi Digital Profetik menempatkan teknologi bukan sebagai instrumen kekuasaan ekonomi yang mengendalikan manusia, tetapi sebagai sarana pemberdayaan yang memperluas akses, memperkuat keadilan, dan meningkatkan kesejahteraan sosial (Agung Drajat Sucipto, 2026).

Implementasi Liberasi Digital Profetik diwujudkan melalui beberapa prinsip operasional. Pertama, setiap penggunaan AI harus menjunjung tinggi prinsip keadilan algoritmik (*algorithmic fairness*) dengan meminimalkan bias yang berpotensi

menghasilkan diskriminasi. Kedua, perusahaan wajib menerapkan transparansi algoritmik (*algorithmic transparency*) sehingga proses pengambilan keputusan berbasis AI dapat dipahami dan dipertanggungjawabkan. Ketiga, pemanfaatan data harus didasarkan pada prinsip persetujuan, perlindungan privasi, dan penghormatan terhadap hak kepemilikan data pengguna. Keempat, AI tidak boleh digunakan sebagai instrumen manipulasi perilaku konsumen melalui praktik *dark patterns*, disinformasi, atau rekayasa psikologis yang menghilangkan kebebasan memilih. Kelima, tata kelola AI perlu dikembangkan secara inklusif agar manfaat transformasi digital dapat dirasakan secara lebih merata oleh masyarakat tanpa memperlebar kesenjangan sosial maupun ekonomi.

Temuan ini memperlihatkan bahwa dimensi liberasi dalam Paradigma Pendidikan Profetik Islam memberikan perspektif yang lebih luas dibandingkan pendekatan etika bisnis digital yang berorientasi pada kepatuhan regulatif. Liberasi Digital Profetik tidak hanya menuntut kepatuhan terhadap aturan penggunaan teknologi, tetapi juga mendorong transformasi struktur bisnis digital agar lebih adil, transparan, dan manusiawi. Dengan demikian, penggunaan Generative AI tidak diarahkan semata-mata untuk meningkatkan efisiensi ekonomi, tetapi juga menjadi instrumen pembebasan manusia dari berbagai bentuk ketidakadilan digital yang muncul akibat dominasi teknologi. Dalam model konseptual yang dikembangkan penelitian ini, Liberasi Digital Profetik menjadi dimensi kedua yang memastikan bahwa inovasi teknologi selalu berjalan beriringan dengan upaya menciptakan keadilan sosial, perlindungan hak digital, dan kemaslahatan bersama.

Transendensi sebagai Fondasi Etika Profesional pada Era GenAI

Transendensi merupakan dimensi ketiga dalam Paradigma Pendidikan Profetik Islam yang berakar pada prinsip *tu'minūna billāh* sebagaimana termaktub dalam QS. Āli 'Imrān [3]:110. Dalam pemikiran Kuntowijoyo, transendensi bukan sekadar ekspresi keberagamaan yang bersifat ritual, melainkan kesadaran bahwa seluruh aktivitas manusia harus berorientasi pada nilai-nilai ketuhanan. Transendensi menjadi sumber nilai yang mengarahkan hubungan manusia dengan Allah SWT sekaligus membimbing hubungan manusia dengan sesama dan alam semesta (Widya pratama & Mulyadi, 2024). Oleh karena itu, Pendidikan Profetik memandang bahwa transformasi sosial tidak akan berlangsung secara berkelanjutan apabila hanya bertumpu pada rasionalitas dan kepentingan pragmatis tanpa dibangun di atas kesadaran spiritual.

Dalam perspektif etika profesi, transendensi memperluas makna profesionalisme dari sekadar kompetensi teknis dan kepatuhan terhadap standar organisasi menjadi bentuk pengabdian (*ibadah*) yang dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT. Seorang profesional tidak hanya bertanggung jawab kepada atasan, pelanggan, pemegang saham, atau regulator, tetapi juga memiliki kesadaran bahwa setiap keputusan, tindakan, dan dampak pekerjaannya merupakan bagian dari amanah yang kelak dipertanggungjawabkan secara moral dan spiritual. Kesadaran ini membentuk integritas internal yang tidak semata-mata bergantung pada pengawasan eksternal, melainkan tumbuh dari keyakinan bahwa Allah Maha Mengetahui seluruh proses yang dilakukan manusia, termasuk ketika

proses tersebut melibatkan teknologi yang kompleks (Ahmad Kamalul Fikri & Isti Mufidah, 2025).

Perkembangan *Generative Artificial Intelligence* menghadirkan tantangan baru terhadap dimensi transendensi. Kemampuan AI menghasilkan keputusan secara otomatis, memproduksi informasi dalam skala besar, serta menjalankan berbagai fungsi yang sebelumnya dilakukan manusia berpotensi menimbulkan ilusi bahwa teknologi mampu menggantikan pertimbangan moral manusia. Dalam praktik bisnis digital, keputusan berbasis algoritma sering dipersepsikan sebagai keputusan yang objektif dan netral sehingga tanggung jawab etis cenderung dialihkan kepada sistem. Kondisi tersebut dapat melahirkan fenomena *moral distancing*, yaitu semakin jauhnya manusia dari kesadaran bahwa keputusan bisnis tetap merupakan hasil pilihan moral yang harus dipertanggungjawabkan, meskipun dibantu oleh teknologi (Mukaffan & Siswanto, 2025).

Tantangan lainnya adalah berkembangnya orientasi bisnis yang semakin menekankan efisiensi, kecepatan, dan optimalisasi keuntungan melalui pemanfaatan AI. Logika tersebut berpotensi mendorong perusahaan mengutamakan indikator performa ekonomi dibandingkan nilai-nilai moral dan spiritual. Misalnya, sistem AI dapat dirancang untuk memaksimalkan tingkat konversi penjualan tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap perilaku konsumtif masyarakat, kesejahteraan psikologis pengguna, atau keadilan distribusi informasi. Apabila ukuran keberhasilan hanya ditentukan oleh produktivitas dan profitabilitas, maka dimensi etika berisiko direduksi menjadi persoalan kepatuhan hukum semata, sementara orientasi ibadah dan tanggung jawab kepada Allah SWT semakin terpinggirkan.

Dalam perspektif Pendidikan Profetik Islam, kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemajuan teknologi tidak boleh menggeser posisi manusia sebagai khalifah di bumi. AI merupakan hasil kreativitas manusia yang memiliki fungsi instrumental, bukan entitas moral yang mampu memikul tanggung jawab etis (Naqiba et al., 2026). Oleh karena itu, penggunaan Generative AI harus tetap berada di bawah kendali manusia yang memiliki kesadaran spiritual dan kemampuan melakukan pertimbangan moral. Transendensi mengingatkan bahwa teknologi hanyalah *wasilah* (sarana), sedangkan tujuan utama aktivitas ekonomi adalah mewujudkan kemaslahatan sebagai bagian dari pengabdian kepada Allah SWT. Dengan demikian, keputusan bisnis yang melibatkan AI tetap harus diuji berdasarkan nilai-nilai tauhid, keadilan, amanah, dan tanggung jawab, bukan semata-mata berdasarkan efisiensi algoritmik.

Hasil analisis konseptual penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi transendensi memerlukan reinterpretasi dalam konteks transformasi digital. Apabila dalam praktik bisnis konvensional transendensi lebih banyak dimaknai sebagai kesalehan individu dan kepatuhan terhadap norma agama, maka pada era Generative AI transendensi perlu dipahami sebagai kesadaran spiritual yang mengarahkan seluruh siklus penggunaan teknologi, mulai dari perancangan sistem, pengumpulan dan pengelolaan data, pengembangan algoritma, implementasi dalam proses bisnis, hingga evaluasi dampaknya terhadap manusia dan lingkungan. Dengan demikian, dimensi spiritual tidak berada di luar proses inovasi teknologi, tetapi menjadi prinsip yang menjiwai seluruh tata kelola AI.

Berdasarkan reinterpretasi tersebut, penelitian ini menawarkan konsep Transendensi Digital Profetik (*Prophetic Digital Transcendence*) sebagai dimensi ketiga dalam model etika profesi pebisnis Muslim pada era Generative AI (Agung Drajat Sucipto, 2026). Konsep ini didefinisikan sebagai kesadaran profesional yang menempatkan seluruh pemanfaatan kecerdasan buatan dalam kerangka ibadah dan akuntabilitas kepada Allah SWT, sehingga setiap keputusan bisnis berbasis AI senantiasa mempertimbangkan konsekuensi moral, sosial, dan spiritualnya. Transendensi Digital Profetik menegaskan bahwa keberhasilan inovasi teknologi tidak hanya diukur melalui indikator efisiensi, produktivitas, atau keuntungan ekonomi, tetapi juga melalui sejauh mana teknologi tersebut menghadirkan kemaslahatan, menjaga keadilan, dan memperkuat nilai-nilai ketuhanan dalam kehidupan sosial.

Implementasi Transendensi Digital Profetik diwujudkan melalui beberapa prinsip operasional. Pertama, setiap keputusan bisnis yang memanfaatkan AI harus didasarkan pada niat yang benar (*niyyah*) dan diarahkan untuk mewujudkan kemaslahatan, bukan semata-mata keuntungan ekonomi. Kedua, penggunaan AI harus disertai kesadaran bahwa tanggung jawab moral tidak dapat dialihkan kepada algoritma, sehingga manusia tetap menjadi pengambil keputusan akhir (*meaningful human oversight*). Ketiga, pengembangan dan penerapan AI perlu mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap manusia, masyarakat, dan lingkungan sebagai bagian dari amanah kekhalifahan. Keempat, evaluasi keberhasilan bisnis tidak hanya menggunakan indikator finansial, tetapi juga memperhatikan indikator etis, sosial, dan spiritual yang mencerminkan nilai-nilai Islam. Kelima, budaya organisasi perlu membangun kebiasaan refleksi etis (*ethical reflection*) sehingga inovasi teknologi senantiasa berjalan seiring dengan penguatan karakter dan integritas profesional.

Temuan ini menunjukkan bahwa transendensi memberikan kontribusi yang membedakan model etika bisnis digital yang dikembangkan dalam penelitian ini dari berbagai kerangka *AI ethics* yang berkembang dalam literatur kontemporer. Sebagian besar kerangka tersebut menekankan prinsip keadilan, transparansi, akuntabilitas, dan perlindungan hak, namun umumnya berangkat dari paradigma humanistik dan regulatif. Paradigma Pendidikan Profetik Islam melengkapi pendekatan tersebut dengan menempatkan hubungan manusia dengan Allah SWT sebagai sumber orientasi moral yang mendasari seluruh praktik profesional. Dengan demikian, akuntabilitas etika tidak berhenti pada kepatuhan terhadap regulasi atau ekspektasi publik, tetapi berakar pada kesadaran spiritual yang membentuk integritas internal pelaku bisnis.

Berdasarkan keseluruhan analisis, penelitian ini menempatkan Transendensi Digital Profetik sebagai dimensi integratif dalam model etika profesi pebisnis Muslim pada era Generative AI. Jika Humanisasi Digital Profetik memastikan bahwa teknologi tetap berpusat pada martabat manusia, dan Liberasi Digital Profetik mengarahkan penggunaan AI untuk membebaskan manusia dari eksploitasi serta ketidakadilan digital, maka Transendensi Digital Profetik memberikan orientasi akhir yang memastikan seluruh inovasi teknologi berjalan dalam kerangka pengabdian kepada Allah SWT dan pencapaian kemaslahatan. Dengan demikian, ketiga dimensi tersebut membentuk suatu kesatuan

paradigma yang tidak dapat dipisahkan dalam membangun etika bisnis digital yang adaptif terhadap perkembangan teknologi sekaligus tetap berakar pada nilai-nilai Islam.

Prophetic Digital Business Ethics Model: Model Konseptual Etika Profesi Pebisnis Muslim pada Era GenAI

Hasil analisis konseptual pada penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan lanskap bisnis akibat perkembangan *Generative Artificial Intelligence* tidak hanya menghadirkan tantangan baru terhadap implementasi etika profesi, tetapi juga memperlihatkan keterbatasan berbagai pendekatan etika bisnis yang selama ini berkembang. Sebagian besar kerangka etika bisnis konvensional maupun *AI Ethics* kontemporer menitikberatkan pada aspek kepatuhan terhadap regulasi, perlindungan hak individu, transparansi algoritma, akuntabilitas, dan keadilan prosedural. Pendekatan tersebut memberikan kontribusi penting dalam membangun tata kelola teknologi, namun belum sepenuhnya mampu menjawab kebutuhan pembentukan karakter profesional yang mampu mengintegrasikan dimensi moral, sosial, dan spiritual secara utuh dalam penggunaan Generative AI (Hagendorff, 2020).

Dalam perspektif Pendidikan Profetik Islam, persoalan etika tidak berhenti pada penyusunan seperangkat norma mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Etika dipahami sebagai hasil dari proses pendidikan yang membentuk manusia agar mampu menginternalisasi nilai-nilai kemanusiaan, melakukan transformasi terhadap praktik yang tidak adil, serta menjadikan nilai-nilai ketuhanan sebagai orientasi seluruh aktivitas profesional. Dengan demikian, Pendidikan Profetik Islam tidak hanya menawarkan seperangkat prinsip etis, tetapi menghadirkan suatu paradigma yang menghubungkan pembentukan karakter, transformasi sosial, dan tanggung jawab spiritual sebagai satu kesatuan yang tidak terpisahkan (Muhammad et al., 2026).

Analisis terhadap tiga dimensi utama Paradigma Pendidikan Profetik menunjukkan bahwa humanisasi, liberasi, dan transendensi bukanlah tiga konsep yang berdiri sendiri, melainkan membentuk suatu sistem etika yang saling melengkapi. Humanisasi memastikan bahwa perkembangan teknologi tetap menghormati martabat manusia dan mengedepankan kemaslahatan. Liberasi mengarahkan pemanfaatan teknologi untuk membebaskan manusia dari eksploitasi, manipulasi, diskriminasi, dan berbagai bentuk ketidakadilan digital. Sementara itu, transendensi memberikan orientasi spiritual yang memastikan bahwa seluruh aktivitas bisnis berbasis AI dipahami sebagai amanah dan bentuk pertanggungjawaban kepada Allah SWT. Ketiga dimensi tersebut membentuk struktur konseptual yang utuh dalam merespons kompleksitas etika bisnis digital.

Berdasarkan sintesis konseptual tersebut, penelitian ini mengembangkan Prophetic Digital Business Ethics Model (PDBEM) sebagai model konseptual etika profesi pebisnis Muslim pada era Generative AI. Model ini memandang bahwa penggunaan AI dalam aktivitas bisnis tidak cukup diatur melalui mekanisme kepatuhan regulatif (*compliance*), tetapi harus dibangun melalui proses pendidikan karakter yang menghasilkan profesional Muslim dengan kompetensi digital, sensitivitas etis, kepedulian sosial, dan kesadaran transendental. Dengan demikian, PDBEM menempatkan Pendidikan Profetik Islam sebagai

paradigma yang mengintegrasikan pembentukan karakter dengan tata kelola teknologi digital (Agung Drajat Sucipto, 2026).

Secara konseptual, PDBEM terdiri atas tiga dimensi utama yang bekerja secara integratif.

Dimensi pertama adalah Humanisasi Digital Profetik (*Prophetic Digital Humanization*), yaitu orientasi penggunaan Generative AI yang menempatkan manusia sebagai pusat seluruh proses bisnis digital. Dimensi ini menuntut agar teknologi digunakan untuk memperkuat martabat manusia, melindungi hak digital, mengurangi bias algoritmik, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam model ini, keberhasilan inovasi teknologi tidak hanya diukur melalui efisiensi operasional, tetapi juga melalui kemampuannya memperkuat kualitas kehidupan manusia.

Dimensi kedua adalah Liberasi Digital Profetik (*Prophetic Digital Liberation*), yaitu komitmen profesional untuk memastikan bahwa teknologi tidak menjadi instrumen eksploitasi maupun dominasi digital. Dimensi ini mendorong pembangunan sistem AI yang transparan, adil, akuntabel, bebas manipulasi, serta mampu melindungi masyarakat dari penyalahgunaan data, diskriminasi algoritmik, maupun praktik bisnis yang merugikan konsumen. Dengan demikian, AI diposisikan sebagai instrumen pemberdayaan sosial, bukan sebagai alat reproduksi ketimpangan kekuasaan.

Dimensi ketiga adalah Transendensi Digital Profetik (*Prophetic Digital Transcendence*), yaitu kesadaran bahwa seluruh proses pemanfaatan AI berada dalam kerangka ibadah dan tanggung jawab kepada Allah SWT. Dimensi ini memastikan bahwa setiap keputusan bisnis tidak hanya mempertimbangkan manfaat ekonomi dan kepatuhan hukum, tetapi juga memperhatikan konsekuensi moral, sosial, dan spiritualnya. Dalam perspektif ini, teknologi dipahami sebagai amanah yang harus digunakan untuk menghadirkan kemaslahatan serta menjaga keseimbangan hubungan manusia dengan Allah, sesama manusia, dan lingkungan.

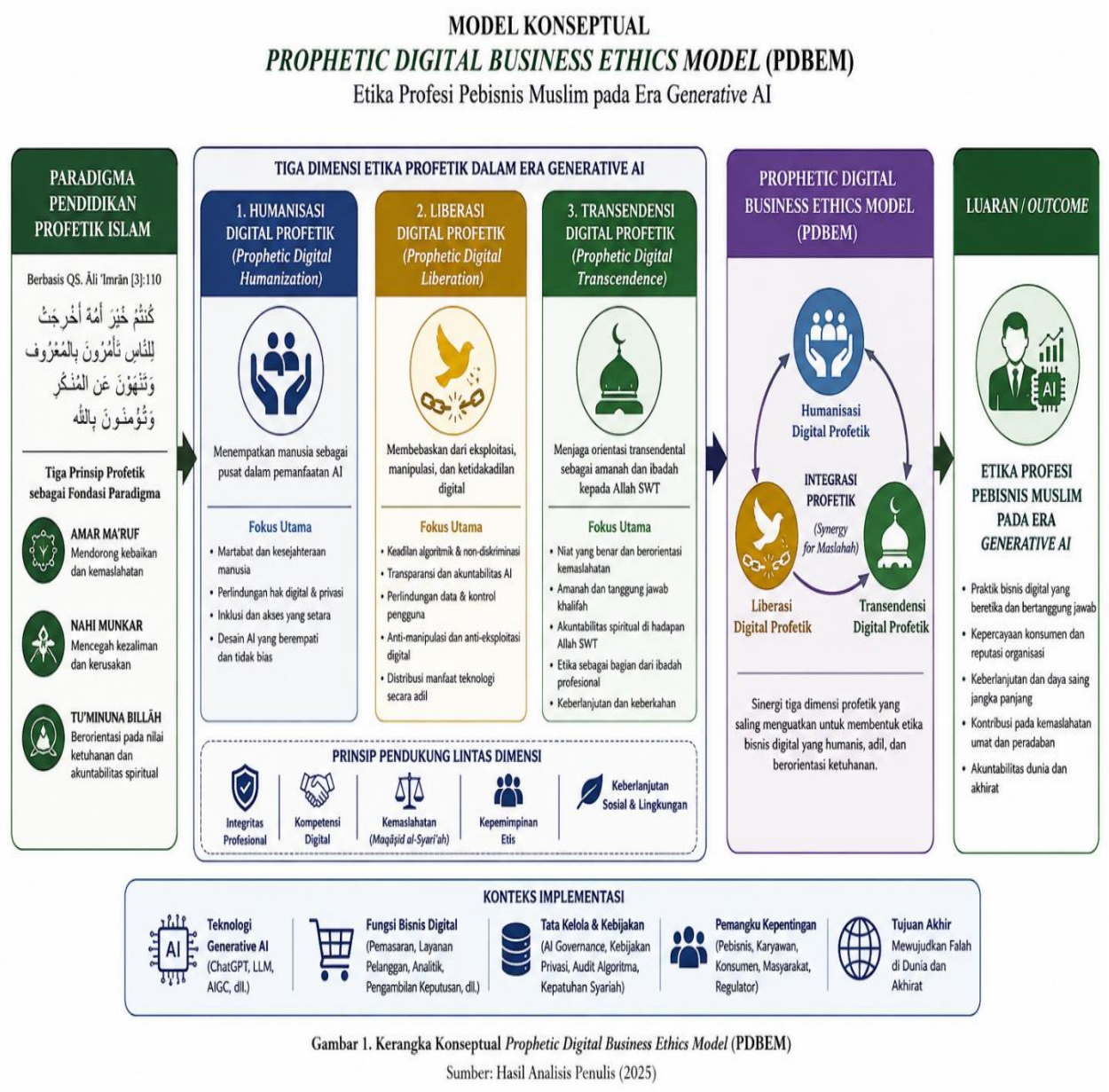
Ketiga dimensi di atas tidak bekerja secara linear, melainkan membentuk hubungan yang saling menguatkan. Humanisasi memberikan orientasi mengenai siapa yang menjadi tujuan utama penggunaan teknologi, yaitu manusia sebagai makhluk yang memiliki martabat. Liberasi menjelaskan bagaimana teknologi harus dikelola agar terbebas dari berbagai bentuk ketidakadilan digital. Sementara itu, transendensi memberikan jawaban mengenai mengapa seluruh aktivitas profesional harus dijalankan secara etis, yaitu karena setiap inovasi teknologi merupakan bagian dari amanah yang dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT. Integrasi ketiga dimensi tersebut membentuk sistem etika yang lebih komprehensif dibandingkan pendekatan etika bisnis yang hanya berorientasi pada kepatuhan hukum atau kepentingan ekonomi.

Model Konseptual Prophetic Digital Business Ethics Model (PDBEM)

Ketiga dimensi profetik tidak diposisikan sebagai tahapan yang berdiri sendiri, melainkan sebagai komponen yang saling berinteraksi dalam membentuk etika profesi pebisnis Muslim. Humanisasi memastikan orientasi kemanusiaan, liberasi membangun keadilan struktural dalam tata kelola teknologi, sedangkan transendensi menjadi fondasi nilai yang mengarahkan seluruh proses bisnis kepada tujuan ibadah dan kemaslahatan.

Dengan demikian, PDBEM menghadirkan kerangka etika yang bersifat holistik karena mengintegrasikan dimensi personal, sosial, dan spiritual dalam satu paradigma konseptual.

Kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada pengembangan model etika bisnis digital berbasis Paradigma Pendidikan Profetik Islam dalam menghadapi era Generative AI. Model ini memperluas kajian etika profesi dengan mengintegrasikan nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi sebagai landasan pembentukan karakter profesional. Berbeda dari pendekatan etika AI yang berorientasi pada regulasi, teknologi, dan norma, penelitian ini menekankan dimensi moral, spiritual, sosial, dan profesional dalam tata kelola teknologi. Dengan demikian, etika bisnis digital tidak sekadar dipahami sebagai kepatuhan regulatif, tetapi juga sebagai wujud integritas, tanggung jawab, dan kesadaran moral untuk mewujudkan praktik bisnis digital yang humanis, berkeadilan, dan maslahat.



Gambar 1. Kerangka Konseptual *Prophetic Digital Business Ethics Model* (PDBEM)
Sumber: Hasil Analisis Penulis (2025)

Gambar . Model Konseptual Prophetic Digital Business Ethics Model

Dimensi Profetik	Tantangan Generative AI	Reinterpretasi Etika	Luaran PDBEM
Humanisasi	Dehumanisasi, bias algoritmik, pelanggaran privasi	Humanisasi Digital Profetik	AI yang berpusat pada manusia (*human-centered AI*)
Liberasi	Eksploitasi data, manipulasi digital, ketidakadilan algoritmik	Liberasi Digital Profetik	Tata kelola AI yang adil, transparan, dan bebas eksploitasi
Transendensi	Reduksi etika menjadi kepatuhan teknis dan orientasi profit	Transendensi Digital Profetik	Akuntabilitas spiritual dan kemaslahatan dalam penggunaan AI

Tabel . Tabel Ringkasan Kontribusi Model (Summary of PDBEM Dimensions)

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa pemanfaatan Generative Artificial Intelligence dalam bisnis menimbulkan persoalan etis yang tidak cukup dijawab melalui kepatuhan normatif dan regulatif semata. Melalui analisis konseptual berbasis Paradigma Pendidikan Profetik Islam, etika profesi pebisnis Muslim direkonstruksi sebagai pembentukan karakter profesional yang mengintegrasikan dimensi kemanusiaan, transformasi sosial, dan tanggung jawab spiritual. Temuan terperinci tersebut dirumuskan dalam tiga dimensi yang saling melengkapi: Humanisasi Digital Profetik, yang menjaga martabat manusia dan hak digital; Liberasi Digital Profetik, yang mencegah eksploitasi, manipulasi, serta ketidakadilan algoritmik; dan Transendensi Digital Profetik, yang menempatkan penggunaan AI dalam kerangka ibadah dan akuntabilitas kepada Allah SWT. Sintesis ketiganya menghasilkan Prophetic Digital Business Ethics Model (PDBEM) sebagai kerangka konseptual etika profesi pebisnis Muslim pada era Generative AI.

Kontribusi teoretis PDBEM (Prophetic Digital Business Ethics Model) terletak pada integrasi paradigma Pendidikan Profetik Islam, yaitu humanisasi, liberasi, dan transendensi, ke dalam kerangka etika bisnis digital di era Generative AI. Model ini memperluas perspektif etika profesi dengan menempatkan pembentukan karakter profesional, integritas moral, tanggung jawab sosial, dan kesadaran spiritual sebagai fondasi tata kelola AI yang berkeadilan. Secara praktis, PDBEM dapat menjadi kerangka refleksi dan panduan awal bagi pendidikan tinggi Islam, pelaku usaha, serta lembaga bisnis syariah dalam mengembangkan pendidikan etika dan praktik pemanfaatan AI yang bertanggung jawab. Namun, penelitian ini masih terbatas pada analisis kepustakaan dan belum menguji penerapan model secara empiris. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu memvalidasi dan mengembangkan PDBEM melalui studi kualitatif, kuantitatif, atau metode campuran pada berbagai sektor bisnis digital

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Fattah Nasution. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Dr. Hj. Meyniar Albina, Ed.; 1st ed., Vol. 1). CV. Harva Creative.

Agung Drajat Sucipto. (2026). Paradigma Ilmu Sosial Profetik Dan Komunikasi: Humanisasi, Liberasi, Dan Transendensi Perspektif Kuntowijoyo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan & Sosial Humaniora (MURADIK)*, *2*(3).

Ahmad Kamalul Fikri, & Isti Mufidah. (2025). Urgensi Etika Profesi dalam Digital Marketing Produk Halal di Kalangan Milenial. *SIL'AH: Jurnal Ekonomi Syariah*, *2*(1), 10–18. https://doi.org/10.64994/silah.v2i1.25

Ahmad, Y. S., Abdulrasaq, Y., Ali, A. M., & Shaukat, M. A. (2025). Integrating Islamic Ethical Principles into AI Education and Character Building in Digital Society. *Tunjuk Ajar: Journal of Education and Culture*, *1*(2), 130–146. https://doi.org/10.64929/ta.v1i2.38

Alfiansyah Anwar, Musafir Pababbari, & Musdalifa Ibrahim. (2023). ANALISIS PARADIGMA ILMU SOSIAL PROFETIK (Tela'ah Pemikiran Kuntowijoyo). *SHOUTIKA*, *3*(2), 23–45. https://doi.org/10.46870/jkpi.v3i2.619

Dartim, D. (2020). MEMAKNAI RELEVANSI KONSEP PROFETIK KUNTOWIJOYO DENGAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM. *Iseedu: Journal of Islamic Educational Thoughts and Practices*, *4*(2), 331–343. https://doi.org/10.23917/iseedu.v4i2.14346

Elfara Alviolita, D., & Fitria, N. (2024). *PACIVIC (Jurnal Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan) Pancasila Dan Etika Profesi: Penerapan Nilai-Nilai Moral Dalam Kehidupan*. http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/pacivic/

Hagendorff, T. (2020). The Ethics of AI Ethics: An Evaluation of Guidelines. *Minds and Machines*, *30*(1), 99–120. https://doi.org/10.1007/s11023-020-09517-8

Holmes, W. (2022a). Ethics of AI in Education: Towards a Community-Wide Framework. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, *32*(3), 504–526. https://doi.org/10.1007/s40593-021-00239-1

Holmes, W. (2022b). The ethics of artificial intelligence in education: Practices, challenges, and debates. In *The Ethics of Artificial Intelligence in Education: Practices, Challenges, and Debates*. https://doi.org/10.4324/9780429329067

Ibrohim, W. M., Aziz, A., & Sahrodi, J. (2026). Islamic Ethical Pedagogy for Artificial Intelligence Use: Insights from Islamic Religious Education Teachers in Indonesia. *Journal of Islamic Education Research*, *7*(4), 593–610. https://doi.org/10.35719/jier.v7i4.589

Ichsana, Y., Monoarfa, H., & Adirestuty, F. (2019). PENERAPAN ETIKA PEMASARAN ISLAM DALAM PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM). *Schemata: Jurnal Pascasarjana UIN Mataram*, *8*(2), 155–166. https://doi.org/10.20414/schemata.v8i2.1202

Indonesia, D.-M. D. S. N. – M. U. (n.d.). FATWA DSN-MUI. In *DSN-MUI Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia*. Retrieved https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/

Javed, R. T. (2022). Get out of the BAG! Silos in AI Ethics Education: Unsupervised Topic Modeling Analysis of Global AI Curricula. *Journal of Artificial Intelligence Research*, *73*, 933–965. https://doi.org/10.1613/jair.1.13550

John W. Creswell, & J. David Creswell. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Kasneci, E., Sessler, K., Küchemann, S., Bannert, M., Dementieva, D., Fischer, F., Gasser, U., Groh, G., Günnemann, S., Hüllermeier, E., Krusche, S., Kutyniok, G., Michaeli, T., Nerdel, C., Pfeffer, J., Poquet, O., Sailer, M., Schmidt, A., Seidel, T., … Kasneci, G. (2023). ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education. *Learning and Individual Differences*, *103*, 102274. https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274

Latham, A. (2019). A survey of the general public's views on the ethics of using AI in education. In *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)* (Vol. 11625, pp. 194–206). https://doi.org/10.1007/978-3-030-23204-7_17

Mitha Afik Valery Putri, Erfan Muhammad, & Fitri Ahmad Kurniawan. (2023). Membangun Etika Profesi Akuntan Publik dari Sudut Pandang Maqasid Al-Shariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, *8*(1).

Muhammad, I. N., Musa, A., & Mahasri Shobahiya. (2026). PENGUATAN KESADARAN MULTIKULTURAL MELALUI STRATEGI PENDIDIKAN ISLAM BERBASIS BERPIKIR PROFETIK. *AL - MUADDIB Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan*, *8*(1).

Mukaffan, & Siswanto, A. H. (2025). ETHICAL INTEGRATION OF GENERATIVE AI IN ISLAMIC EDUCATION: TOWARD INCLUSIVE AND SUSTAINABLE HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT. *AL-ADABIYAH: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, *6*(3), 303–325. https://doi.org/10.35719/adabiyah.v6i3.1178

Naqiba, M. I., Asy'arie, M., & Shobahiya, M. (2026). PENGUATAN KESADARAN MULTIKULTURAL MELALUI STRATEGI PENDIDIKAN ISLAM BERBASIS BERPIKIR PROFETIK. In *Jurnal Kajian Ilmu Kependidikan* (Vol. 08, Number 01). https://jurnal.staim-probolinggo.ac.id/Muaddib

Nur Alfiyani, & Saliman Saliman. (2024). Application of Kuntowijoyo Prophetic Education to Improve Understanding of Social Studies Learning. *JURNAL PENDIDIKAN IPS*, *14*(2), 249–254. https://doi.org/10.37630/jpi.v14i2.1616

Nur, R., Fara, K. A., Fadilah, A., & Arditya Prayogi. (2026). PENGILMUAN ISLAM: GAGASAN PENGILMUAN KUNTOWIJOYO. *An Najah Jurnal Pendidikan Islam Dan Sosial Agama*, *5*(1).

Putri, M. A. V., Muhammad, E., & Kurniawan, F. A. (2023). Membangun Etika Profesi Akuntan Publik dari Sudut Pandang Maqasid Al-Shariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, *8*(1).

Rice, G. (1999). Islamic Ethics and the Implications for Business. *Journal of Business Ethics*, *18*(4), 345–358. https://doi.org/10.1023/A:1005711414306

Rijal, M., & Fuadi, K. (2026). ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSPEKTIF TAFSIR AYAT-AYAT EKONOMI. In *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* (Vol. 5, Number 1).

Saifuddi, Muhammad, S., Rahmat, M., & Muslimin, R. (2026). Konsep Pendidikan Profetik dalam Perspektif Kunto Wijoyo. *QOSIM : Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, *4*(3).

Schiff, D. (2022). Education for AI, not AI for Education: The Role of Education and Ethics in National AI Policy Strategies. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, *32*(3), 527–563. https://doi.org/10.1007/s40593-021-00270-2

Widya pratama, A., & Mulyadi, A. (2024). KONSEP ILMU SOSIAL PROFETIK DAN RELEVANSINYA TERHADAP PENDIDIKAN AGAMA ISLAM TELAAH PEMIKIRAN KUNTOWIJOYO. *Turats*, *17*(1), 31–47. https://doi.org/10.33558/turats.v17i1.10015

Wilam Nafilah Robaeah, Tatang Muh Nasir, Dadang Komara, Eneng Dewi Siti Sobariah, & Hidayat Aji Permana. (2024). Kuntowijoyo's Perspective Prophetic Education Concept and Its Implementation in Aqidah Moral Subjects. *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam*, *29*(1), 103–117. https://doi.org/10.19109/td.v29i1.23880

Zaenuddin Imam, & Ade Bani Riyan. (2024). 28 Creative Commons Attribution 4.0 International License. In *Jurnal Informatika Utama* (Vol. 2, Number 2).