



KONSEP *BAIMAN*, *BAUNTUNG* DAN *BATUAH* SEBAGAI KERANGKA ETIKA BISNIS DIGITAL BAGI MASYARAKAT BANJAR

Nuryani

Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Darussalam Martapura
nuryani@iaidarussalam.ac.id

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola aktivitas bisnis masyarakat, termasuk masyarakat Banjar, sekaligus menghadirkan berbagai tantangan etika seperti manipulasi informasi, persaingan tidak sehat, dan menurunnya kepercayaan konsumen. Dalam konteks tersebut, kearifan lokal Banjar yang tercermin dalam konsep *baiman*, *bauntung*, dan *batuah* menjadi relevan untuk dikontekstualisasikan sebagai kerangka etika bisnis digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep *baiman*, *bauntung*, dan *batuah* sebagai kearifan lokal masyarakat Banjar serta merumuskan relevansinya dalam praktik bisnis digital berbasis nilai-nilai Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan deskriptif analitis. Data diperoleh dari berbagai literatur berupa buku, jurnal, dan artikel akademik yang dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam kerangka etika bisnis digital, *baiman* berfungsi sebagai fondasi etis yang membentuk kesadaran iman dan pengendalian moral internal dalam bisnis digital. *Bauntung* berperan sebagai mekanisme etis dalam memperoleh keuntungan secara adil, jujur, dan halal. Sedangkan, *batuah* menjadi tujuan etis yang menekankan keberkahan, kebermanfaatn sosial, serta keberlanjutan usaha. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu, ketiga konsep tersebut membentuk satu kesatuan nilai yang selaras dengan prinsip etika bisnis Islam dan mampu menjadi pedoman normatif dalam menghadapi tantangan bisnis digital modern. Oleh karena itu, konsep *baiman*, *bauntung* dan *batuah* berpotensi menjadi model etika bisnis digital yang kontekstual, berkeadilan, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Kata Kunci: *Baiman; Batuah; Bauntung; Etika Bisnis Digital; Masyarakat Banjar*

Abstract

The development of the digital economy has transformed business activity patterns in society, including among the Banjar community, while simultaneously giving rise to various ethical challenges such as information manipulation, unfair competition, and declining consumer trust. In this context, Banjar local wisdom reflected in the concepts of baiman, bauntung, and batuah becomes relevant to be contextualized as a framework for digital business ethics. This study aims to analyze the concepts of baiman, bauntung, and batuah as local wisdom of the Banjar community and to formulate their relevance in digital business practices based on Islamic values. The research employs a library research method with a descriptive-analytical approach. Data were collected from various sources, including books, journals, and academic articles, and were analyzed qualitatively. The findings indicate that within the framework of digital business ethics, baiman functions as an ethical foundation that shapes faith-based awareness and internal moral control in digital business practices. Bauntung serves as an ethical mechanism for obtaining profits in a fair, honest, and halal manner. Meanwhile, batuah

represents the ethical objective that emphasizes blessings, social benefit, and business sustainability. The study concludes that these three concepts form an integrated value system that aligns with the principles of Islamic business ethics and can serve as a normative guideline in addressing the challenges of modern digital business. Therefore, the concepts of baiman, bauntung, and batuah have the potential to become a contextual, just, and masalah-oriented model of digital business ethics.

Keywords: *Baiman; Banjar Community; Batuah; Bauntung; Digital Business Ethics*

PENDAHULUAN

Kehidupan sosial masyarakat Indonesia tidak dapat dilepaskan dari keberadaan nilai-nilai budaya dan kearifan lokal yang tumbuh dan berkembang secara historis (Halim, 2023). Secara kebahasaan, kearifan lokal berarti kearifan setempat (*local wisdom*) yaitu gagasan-gagasan lokal yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai yang tertanam dan dijadikan pedoman oleh masyarakat setempat. Kearifan lokal juga dikenal sebagai pengetahuan setempat (*indigenous* atau *local knowledge*) serta kecerdasan lokal (*local genius*) yang berperan sebagai fondasi pembentuk identitas kebudayaan (*cultural identity*) suatu masyarakat (Sarbaini, n.d.). Dalam arti lain, kearifan lokal adalah gagasan yang muncul dan berkembang secara berkelanjutan di dalam suatu kelompok masyarakat berupa adat, aturan (norma), kepercayaan, budaya, bahasa dan atau kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari (Umarella, 2020).

Kemunculan kearifan lokal dalam masyarakat merupakan hasil dari proses *trial and error* yang bersumber dari beragam bentuk pengetahuan, baik empiris maupun non-empiris, atau estetik maupun intuitif. Oleh sebab itu, kearifan lokal merepresentasikan fenomena khas yang menjadi penanda identitas suatu komunitas, suku, atau masyarakat lokal. Kearifan lokal mempunyai beberapa karakteristik yaitu berlandaskan pada pengalaman kolektif, telah teruji melalui penggunaan dalam jangka waktu yang panjang, bersifat adaptif terhadap perkembangan budaya masa kini, terintegrasi dengan praktik kehidupan sehari-hari masyarakat dan lembaga sosial, lazim dijalankan oleh individu maupun kelompok, bersifat dinamis, serta memiliki keterkaitan yang erat dengan sistem kepercayaan yang dianut masyarakat (Sarbaini, n.d.).

Nilai-nilai yang terkandung dalam kearifan lokal tidak hanya berfungsi sebagai pedoman sosial, tetapi juga memengaruhi perilaku ekonomi masyarakat (Sinaga, 2024). Dalam aktivitas ekonomi, kearifan lokal berperan sebagai kerangka nilai yang membimbing individu dan kelompok dalam menentukan cara produksi, distribusi, serta konsumsi yang dianggap pantas dan dapat diterima secara sosial (Wazin, 2025). Nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, keseimbangan, dan kebersamaan yang hidup dalam kearifan lokal membentuk etika ekonomi masyarakat, sehingga aktivitas ekonomi tidak hanya berorientasi pada pencapaian

keuntungan, tetapi juga memperhatikan dampak sosial, keadilan, dan keberlanjutan (Agus, 2025).

Masyarakat Banjar sebagai salah satu komunitas etnis di Indonesia memiliki sistem nilai yang khas dan berakar kuat dalam tradisi Islam. Nilai-nilai tersebut terinternalisasi dalam berbagai ungkapan budaya yang menjadi pedoman hidup masyarakat. Salah satu konsep nilai yang paling dikenal dan terus hidup dalam masyarakat Banjar adalah *baiman*, *bauntung*, dan *batuah* (Safitri, 2025). Konsep ini tidak hanya digunakan sebagai ungkapan normatif, tetapi juga sebagai standar etis dalam menilai keberhasilan hidup seseorang, termasuk dalam bidang ekonomi maupun bisnis (Perdana, 2018).

Baiman merupakan nilai fundamental yang menempatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT sebagai dasar utama dalam menjalani kehidupan (Lizamudin, 2020). Dalam pandangan masyarakat Banjar, *baiman* bukan sekadar identitas religius, melainkan manifestasi dari kesadaran moral yang tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-hari. Keimanan dipahami sebagai pengontrol internal yang mendorong individu untuk bersikap jujur, amanah, dan bertanggung jawab (Faisal & Rohimatin, 2024). Oleh karena itu, dalam aktivitas ekonomi, *baiman* berfungsi sebagai landasan etis yang mengarahkan pelaku usaha agar menghindari praktik-praktik yang bertentangan dengan nilai agama, seperti kecurangan, penipuan, dan pengambilan keuntungan secara zalim.

Bauntung dalam budaya Banjar sering dipahami sebagai keberhasilan atau keuntungan yang diperoleh dari suatu usaha (Safitri, 2025). Namun, pemaknaan *bauntung* tidak bersifat materialistis semata. Keuntungan yang dimaksud adalah hasil dari usaha yang dilakukan secara sungguh-sungguh, halal, dan sesuai dengan norma agama serta adat (Sarbaini, n.d.). Dalam konteks ini, *bauntung* merepresentasikan pandangan bahwa keberhasilan ekonomi harus dicapai melalui proses yang etis dan bermartabat. Keuntungan yang diperoleh secara tidak jujur atau merugikan pihak lain tidak dianggap sebagai *bauntung*, melainkan sebagai kegagalan moral yang pada akhirnya akan membawa dampak negatif bagi pelaku usaha itu sendiri.

Sementara, *batuah* mengandung makna keberkahan, manfaat, dan nilai guna yang melampaui kepentingan individu (Indrayani, 2023). *Batuah* mencerminkan orientasi sosial dalam aktivitas ekonomi, di mana suatu usaha dinilai berhasil apabila memberikan dampak positif bagi lingkungan sosial dan masyarakat luas. Dalam pandangan masyarakat Banjar, usaha yang *batuah* adalah usaha yang tidak hanya menguntungkan pemilikinya, tetapi juga membuka lapangan kerja, membantu sesama, memperkuat solidaritas sosial, dan membawa keberkahan dari Allah SWT (Natsir et al., 2024). Dengan demikian, *batuah* menegaskan bahwa keberhasilan sejati dalam usaha tidak terlepas dari dimensi kemaslahatan dan keberlanjutan sosial.

Ketiga nilai tersebut *baiman*, *bauntung*, dan *batuah* secara filosofis membentuk satu kesatuan sistem nilai yang utuh dan saling melengkapi. *Baiman* berfungsi sebagai fondasi spiritual dan moral, *bauntung* sebagai orientasi ekonomi yang sah dan wajar, serta *batuah* sebagai tujuan sosial dan keberkahan dari aktivitas bisnis. Sistem nilai ini menunjukkan bahwa dalam pandangan hidup masyarakat Banjar, aktivitas ekonomi tidak pernah berdiri sendiri, melainkan selalu terikat dengan nilai agama dan tanggung jawab sosial. Pandangan ini selaras dengan prinsip dasar Islam yang memandang muamalah sebagai bagian integral dari ibadah (Faisal & Rohimatin, 2024), sebagaimana ditegaskan oleh firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa' (4) Ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Selain itu, Islam juga menekankan pentingnya keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi, serta dimensi kebermanfaatn sosial dalam setiap aktivitas manusia. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Qashash (28) Ayat 77.

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”

Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat Banjar tidak terlepas dari arus modernisasi dan digitalisasi ekonomi (Ruslang, 2020). Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola aktivitas ekonomi dari sistem konvensional menuju sistem berbasis digital. Media sosial, *marketplace*, dan berbagai *platform* digital lainnya kini menjadi sarana utama dalam menjalankan usaha. Transformasi ini membawa peluang besar dalam meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi

masyarakat. Namun, pada saat yang sama, bisnis digital juga menghadirkan tantangan etika yang semakin kompleks (Rini et al., 2025).

Karakteristik bisnis digital yang serba cepat, berbasis teknologi, dan minim interaksi langsung berpotensi melemahkan kontrol sosial dan nilai-nilai etis apabila tidak disertai dengan landasan moral yang kuat (Imantoro, 2025). Praktik seperti manipulasi informasi produk, promosi berlebihan, eksploitasi psikologis konsumen, dan persaingan tidak sehat menjadi fenomena yang kerap muncul dalam ruang digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi memerlukan penguatan etika agar tidak menggerus nilai kemanusiaan dan keadilan dalam aktivitas ekonomi (Munawar, 2023).

Dalam konteks inilah, nilai-nilai kearifan lokal seperti *baiman*, *bauntung*, dan *batuah* menjadi relevan untuk dikontekstualisasikan sebagai kerangka etika bisnis digital. Nilai *baiman* dapat berfungsi sebagai pengendali moral internal bagi pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital, *bauntung* sebagai orientasi keuntungan yang halal dan berkeadilan dalam persaingan digital, serta *batuah* sebagai prinsip kebermanfaatan dan keberkahan sosial dari aktivitas bisnis digital. Namun demikian, hingga saat ini kajian akademik yang secara sistematis mengintegrasikan konsep *baiman*, *bauntung*, dan *batuah* dengan etika bisnis digital masih relatif terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara mendalam konsep *baiman*, *bauntung*, dan *batuah* sebagai kearifan lokal masyarakat Banjar, serta merumuskan relevansinya sebagai kerangka etika bisnis digital. Kajian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan etika bisnis berbasis kearifan lokal dan ekonomi Islam, sekaligus memberikan panduan praktis bagi masyarakat Banjar dalam menjalankan bisnis digital yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga menjunjung tinggi nilai keimanan, keadilan, dan keberkahan yang berkelanjutan.

BAHAN DAN METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan menelaah dan mengkaji berbagai sumber tertulis yang relevan dengan objek penelitian (Abdurrahman, 2024). Jenis penelitian ini dipilih karena tujuan penelitian berfokus pada penelaahan konseptual dan analisis nilai kearifan lokal masyarakat Banjar serta etika bisnis digital, sehingga data yang dibutuhkan lebih tepat diperoleh melalui kajian literatur yang sistematis dan mendalam. Sementara, sifat penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis data dan informasi yang diperoleh dari literatur, kemudian menganalisisnya untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan kesimpulan yang logis (Nurrisa et al., 2025).

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh dari berbagai bahan pustaka, seperti buku ilmiah, Jurnal dan artikel akademik. Teknik

pengumpulan data melalui studi dokumen dilakukan dengan cara mengidentifikasi, mengumpulkan, dan menelaah dokumen atau literatur yang berkaitan dengan objek penelitian (Sari, 2020), serta teknik analisis data dilakukan secara kualitatif, yaitu dengan cara mengelompokkan, menafsirkan, dan mengkaji isi literatur secara sistematis untuk menarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan dari penelitian ini (Sofwatillah, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *baiman*, *bauntung*, dan *batuah* membentuk satu kesatuan sistem etika bisnis dalam kearifan lokal masyarakat Banjar. Untuk memudahkan analisis, hasil penelitian ini diuraikan ke dalam tiga aspek utama yang saling berkaitan, sebagai berikut:

1. *Baiman* sebagai Fondasi Etis (Nilai Iman dan Moral)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep *baiman* dalam masyarakat Banjar merupakan nilai fundamental yang bersumber dari keimanan kepada Allah SWT dan terinternalisasi dalam pola perilaku sosial ekonomi masyarakat. *Baiman* tidak berhenti pada dimensi keyakinan teologis, tetapi menjelma menjadi kesadaran moral yang membimbing individu dalam bertindak secara jujur, amanah, dan bertanggung jawab (Perdana, 2018). Dalam budaya Banjar, seseorang yang *baiman* dipandang memiliki integritas personal yang tinggi dan layak dipercaya dalam urusan muamalah (Lizamudin, 2020).

Dalam konteks bisnis digital, hasil penelitian menemukan bahwa nilai *baiman* memiliki fungsi strategis sebagai pengendali etika internal (internal moral kontrol) Transaksi digital yang berlangsung tanpa pertemuan fisik, berbasis teknologi, serta cenderung anonim membuka peluang terjadinya penyimpangan etika (Triwibowo & Adam, 2023). Dalam kondisi tersebut, *baiman* berperan sebagai landasan moral yang mencegah pelaku usaha melakukan praktik curang seperti manipulasi data produk, penyebaran informasi menyesatkan, maupun pengingkaran terhadap kewajiban kepada konsumen.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *baiman* membentuk kesadaran spiritual bahwa setiap aktivitas bisnis, termasuk yang dilakukan di ruang digital, berada dalam pengawasan Allah SWT. Kesadaran ini melahirkan sikap kehati-hatian (*wara'*), kejujuran (*sidq*), dan tanggungjawab (*amanah*) dalam pengelolaan usaha digital (Nurhalisa, 2025). Dengan demikian, *baiman* menjadi fondasi etis yang menempatkan aktivitas bisnis tidak semata sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah sosial. Hal ini relevan dengan QS. At-Taubah (9) Ayat 119.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tetaplah bersama orang-orang yang benar!”

2. *Bauntung* sebagai Mekanisme Etis Perolehan Keuntungan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *bauntung* dalam perspektif kearifan lokal Banjar dipahami sebagai keuntungan yang diperoleh melalui cara yang sah, adil, dan bermoral. Keuntungan tidak dinilai semata dari besarnya laba, tetapi dari proses perolehannya (Sunaryatia, 2022). Keuntungan yang diperoleh melalui cara yang merugikan orang lain, menipu, atau melanggar nilai moral tidak dipandang sebagai *bauntung*, melainkan sebagai keuntungan semu yang tidak bernilai secara etis.

Dalam praktik bisnis digital, hasil penelitian menemukan bahwa *bauntung* berfungsi sebagai mekanisme etis yang mengatur cara memperoleh keuntungan. Mekanisme ini tercermin dalam praktik penetapan harga yang transparan, penyajian informasi produk yang jujur, serta strategi pemasaran digital yang tidak manipulative. *Bauntung* menolak praktik-praktik seperti promosi berlebihan, *clickbait* menyesatkan, eksploitasi psikologis konsumen melalui FOMO (*Fear of Missing Out*) yang tidak proporsional, serta penggunaan testimoni palsu

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *bauntung* mendorong keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan hak konsumen. Prinsip ini sejalan dengan nilai keadilan dalam Islam dan menjadi koreksi terhadap orientasi ekonomi digital yang cenderung berfokus pada maksimalisasi profit tanpa mempertimbangkan dampak etis dan sosial (Nurhalisa, 2025), sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Asy-Syu'ara (26) Ayat 181-183.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي
الْأَرْضِ
مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain. Timbanglah dengan timbangan yang benar. Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.”

3. *Batuah* sebagai Tujuan Etis dan Keberkahan Usaha

Hasil penelitian menemukan bahwa *batuah* dipahami sebagai keberkahan dan manfaat jangka panjang dari suatu aktivitas usaha. *Batuah* tidak hanya berkaitan dengan keberhasilan finansial, tetapi juga dengan keberlanjutan usaha, reputasi moral, serta kontribusi sosial. Dalam pandangan masyarakat Banjar, usaha yang *batuah* adalah usaha yang membawa kebaikan tidak hanya bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi konsumen dan lingkungan sosial.

Dalam konteks bisnis digital, hasil penelitian menunjukkan bahwa *batuah* terwujud dalam bentuk kepercayaan konsumen, loyalitas pelanggan, serta keberlangsungan usaha dalam jangka panjang (Natsir et al., 2024). Kepercayaan digital (*digital trust*) menjadi aset utama yang hanya dapat dibangun melalui praktik bisnis yang etis dan konsisten (Rini et al., 2025). Oleh karena itu, *batuah* berfungsi sebagai tujuan etis yang mengarahkan bisnis digital agar tidak terjebak pada keuntungan jangka pendek. Rasulullah Saw bersabda: “Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi).

B. Pembahasan

Bagian pembahasan ini bertujuan untuk menganalisis dan menginterpretasikan hasil penelitian dengan mengaitkannya pada konsep kearifan lokal masyarakat Banjar serta prinsip-prinsip etika bisnis Islam, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai relevansi nilai *baiman*, *bauntung*, dan *batuah* dalam konteks etika bisnis digital.

1. *Baiman* sebagai Fondasi Etika Bisnis Digital Masyarakat Banjar

Pembahasan ini menegaskan bahwa *baiman* merupakan fondasi utama dalam kerangka etika bisnis digital masyarakat Banjar. Dalam ruang digital yang ditandai oleh anonimitas, kecepatan transaksi, dan minimnya pengawasan langsung, nilai iman berfungsi sebagai mekanisme pengawasan internal yang paling efektif. *Baiman* membentuk kesadaran transendental bahwa aktivitas bisnis digital tetap berada dalam pengawasan Allah SWT, sehingga pelaku usaha terdorong untuk menjaga integritas meskipun tidak diawasi secara langsung, sebagaimana yang tercantum dalam QS. Al-Hadid (57) Ayat 4:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ اسْتَوَىٰ عَلَى الْعَرْشِ يَعْلَمُ مَا يَلِجُ فِي الْأَرْضِ وَمَا يَخْرُجُ مِنْهَا وَمَا يَنْزِلُ مِنَ السَّمَاءِ وَمَا يَعْرُجُ فِيهَا وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنْتُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

“Dialah yang menciptakan langit dan bumi dalam enam masa. Kemudian, Dia berkuasa atas ‘Arasy. Dia mengetahui apa yang masuk ke dalam bumi dan apa yang keluar darinya serta apa yang turun dari langit dan apa yang naik ke sana. Dia bersamamu di mana saja kamu berada. Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”

2. *Bauntung* sebagai Prinsip Keadilan dan Maslahah dalam Ekonomi Digital

Dalam pembahasan ini, *bauntung* diposisikan sebagai prinsip keadilan (*al-‘adl*) dan kemaslahatan (*al-maslahah*) dalam praktik bisnis digital. Konsep *bauntung* menjadi kritik terhadap paradigma ekonomi digital kapitalistik yang

menempatkan keuntungan sebagai tujuan utama tanpa mempertimbangkan dampak etis dan sosial. Dengan menjadikan *bauntung* sebagai mekanisme etis, bisnis digital diarahkan untuk menjaga keseimbangan antara pencapaian keuntungan dan perlindungan hak konsumen.

3. **Batuah sebagai Orientasi Keberlanjutan dan Keberkahan Bisnis Digital**

Pembahasan selanjutnya menempatkan *batuah* sebagai tujuan akhir dari kerangka etika bisnis digital. *Batuah* mencerminkan orientasi jangka panjang yang menekankan keberlanjutan usaha, reputasi etis, serta kontribusi sosial. Dalam perspektif Islam, keberkahan memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan keuntungan material semata, sebagaimana yang terdapat dalam QS. An-Nahl (16) Ayat 96.

مَا عِنْدَكُمْ يَنْفَدُ وَمَا عِنْدَ اللَّهِ بَاقٍ ۗ وَلَنَجْزِيَنَّهُنَّ الَّذِيْنَ صَبَرُوْا ۗ اَجْرُهُمْۤ اَحْسَنُۭ مَا كَانُوْا يَعْمَلُوْنَ

“Apa yang ada di sisimu akan lenyap dan apa yang ada di sisi Allah adalah kekal. Kami pasti akan memberi balasan kepada orang-orang yang sabar dengan pahala yang lebih baik daripada apa yang selalu mereka kerjakan.”

4. **Sintesis Kerangka Etika Baiman, Bauntung dan Batuah**

Pembahasan ini menegaskan bahwa konsep *baiman*, *bauntung*, dan *batuah* membentuk kerangka etika bisnis digital yang utuh, sistematis, dan berkelanjutan. *Baiman* berfungsi sebagai fondasi iman dan moral, *bauntung* sebagai mekanisme etis perolehan keuntungan, dan *batuah* sebagai tujuan keberkahan dan dampak jangka panjang. Kerangka ini relevan sebagai model etika bisnis digital berbasis kearifan lokal Banjar yang selaras dengan prinsip etika bisnis Islam serta mampu menjawab tantangan ekonomi digital kontemporer.

5. **Implikasi Praktis Kerangka Baiman, Bauntung dan Batuah dalam Bisnis Digital**

Pembahasan lanjutan menunjukkan bahwa kerangka *baiman*, *bauntung* dan *batuah* tidak hanya bersifat normatif konseptual, tetapi juga memiliki implikasi praktis dalam praktik bisnis digital masyarakat Banjar. Pada aspek *baiman*, pelaku usaha digital diarahkan untuk membangun kesadaran etis sejak tahap perencanaan usaha, pengelolaan konten digital, hingga pelayanan purna jual. Kesadaran iman ini tercermin dalam kejujuran deskripsi produk, keterbukaan informasi harga, serta kesediaan bertanggung jawab atas keluhan konsumen.

Pada aspek *bauntung*, implikasi praktisnya terlihat dalam pengambilan keputusan bisnis yang mempertimbangkan keseimbangan antara keuntungan dan keadilan. Pelaku usaha digital diharapkan tidak semata-mata mengejar trafik, klik, atau penjualan instan, tetapi juga menjaga etika promosi, menghindari manipulasi psikologis konsumen, serta menghormati hak-hak

pelanggan. Prinsip *bauntung* mendorong praktik bisnis digital yang berkelanjutan dan berorientasi pada kepercayaan jangka panjang.

Sementara itu, *batuah* memiliki implikasi praktis dalam membangun reputasi dan keberlanjutan usaha. Usaha digital yang dikelola secara etis cenderung memperoleh loyalitas konsumen dan kepercayaan publik, yang pada akhirnya memperkuat posisi usaha dalam persaingan pasar digital. Dalam konteks ini, *batuah* menjadi indikator keberhasilan non-material yang berdampak langsung pada stabilitas usaha.

6. Penguatan Teoretik dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Kerangka *baiman*, *bauntung* dan *batuah* memiliki kesesuaian konseptual dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti *amanah* (kepercayaan), *'adl* (keadilan), *maslahah* (kemanfaatan), dan *falah* (kesuksesan dunia akhirat). *Baiman* sejalan dengan prinsip *amanah* dan *takwa* sebagai fondasi moral individu. *Bauntung* merepresentasikan prinsip *'adl* dan *maslahah* dalam mekanisme ekonomi, sedangkan *batuah* mencerminkan konsep *falah* sebagai tujuan akhir aktivitas ekonomi.

Integrasi antara kearifan lokal Banjar dan etika bisnis Islam ini memperkuat legitimasi normatif kerangka *baiman*, *bauntung* dan *batuah* sebagai model etika bisnis digital yang kontekstual dan aplikatif. Kerangka ini tidak hanya relevan bagi masyarakat Banjar, tetapi juga berpotensi dikembangkan sebagai model etika bisnis berbasis kearifan lokal dalam konteks masyarakat Muslim Indonesia secara lebih luas.

7. Relevansi Kerangka *Baiman*, *Bauntung* dan *Batuah* terhadap Tantangan Bisnis Digital Kontemporer

Dalam menghadapi tantangan bisnis digital kontemporer seperti persaingan tidak sehat, manipulasi informasi, dan krisis kepercayaan konsumen, kerangka *baiman*, *bauntung* dan *batuah* menawarkan pendekatan etis yang komprehensif. *Baiman* memperkuat dimensi moral individu, *bauntung* mengatur proses ekonomi yang adil, dan *batuah* mengarahkan orientasi usaha pada keberlanjutan dan keberkahan.

Dengan demikian, kerangka ini mampu menjadi alternatif terhadap pendekatan etika bisnis digital yang bersifat utilitarian dan *profit oriented* semata. Pendekatan berbasis nilai local religius ini menegaskan bahwa etika bukanlah hambatan bagi pertumbuhan bisnis, melainkan fondasi bagi terciptanya ekonomi digital yang berkeadilan, berkelanjutan, dan bermartabat.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konsep *baiman*, *bauntung*, dan *batuah* merupakan kerangka etika bisnis berbasis kearifan lokal masyarakat Banjar yang relevan dan aplikatif dalam praktik bisnis digital. *Baiman* berfungsi sebagai fondasi

etis yang menanamkan nilai keimanan dan kesadaran moral dalam aktivitas ekonomi digital. *Bauntung* berperan sebagai mekanisme etis yang mengarahkan cara memperoleh keuntungan secara adil, jujur, dan tidak merugikan pihak lain. Sementara itu, *batuah* menjadi tujuan etis yang menekankan keberkahan, keberlanjutan usaha, serta dampak sosial jangka panjang. Ketiga konsep tersebut membentuk satu kesatuan nilai yang selaras dengan prinsip etika bisnis Islam dan mampu menjadi pedoman normatif dalam menghadapi tantangan bisnis digital modern. Oleh karena itu, konsep *baiman*, *bauntung* dan *batuah* berpotensi menjadi model etika bisnis digital yang kontekstual, berkeadilan, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar nilai kearifan lokal masyarakat Banjar, khususnya *baiman*, *bauntung*, dan *batuah*, dapat dijadikan landasan etis dalam pengembangan dan praktik bisnis digital agar tetap berorientasi pada keimanan, keuntungan yang halal, serta kebermanfaatn sosial. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian ini melalui penelitian lapangan atau studi empiris untuk menguji penerapan nilai-nilai tersebut secara nyata dalam aktivitas bisnis digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Panitia Seminar Nasional Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Darussalam Martapura atas kesempatan yang diberikan sehingga artikel ini dapat disusun dan dipublikasikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Halim, R. A. R. (2023). Makna Nilai Kehidupan Masyarakat Dalam Budaya Kearifan Lokal Pada Motif Kain Tapis Lampung. *Antropocene : Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora*. 3(3), 84–91.
- Abdurrahman. (2024). *Metode Penelitian Kepustakaan dalam Pendidikan Islam*. Adabuna: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran. 3(2), 102–113.
- Agus, R. (2025). Development of Entrepreneurship Based on Local Wisdom as an Effort to Improve the Community Economy. *Jurnal Ekonomi dan Statistik Indonesia* 5(1), 112–122. <https://doi.org/10.11594/jesi.05.01.13>
- Dwi Putrigarini, M. Z. R. (2019). Etika Bisnis Berbasis Digital. *Jurnal Media Teknologi*. 12(1), 52-61
- Fahriana Nurrisaa, Dina Herminab, N. (2025). *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian : Strategi, Tahapan, dan Analisis Data* *Jurnal Teknologi Pendidikan*

Dan Pembelajaran (JTTPP). 02(03), 793–800.

- Faisal, A. A., & Rohimatin, E. H. (2024). Tinjauan Pengantar Etika Bisnis: Implementasi Prinsip-Prinsip Etika dalam Bisnis Digital Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*. 4(2), 103-110.
- Hotmiana Sinaga, Eriawaty, W. U. P. (2024). Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Khas Suku Dayak. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*. 9(2), 371-381.
- Imantoro, J. (2025). Etika Bisnis dalam Ekonomi Digital : Studi Kasus Penerapan Prinsip Kejujuran pada Platform E-Commerce UMKM di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. 5(1), 204-208.
- Indrayani, R. (2023). *Implementasi Pendidikan Keluarga Berbasis Harapan Orangtua Dalam Konsep Ba-Iman, Ba-Untung, Ba-Tuah*. 2(6), 903–914.
- Lizamudin, A. (2020). Descriptive Study of the Implementation of the Character of *Baiman Bauntung Batuah Baadab* (4b) In Students of the 2018 Counseling Guidance Study Program Fkip Ulm Banjarmasin. *Jurnal Pelayanan Bimbingan Dan Konseling Program Studi Bimbingan Dan Konseling Fkip Universitas Lambung Mangkurat*. 3(2), 94-100.
- Natsir, K., Bangun, N., Alodia, N., & Rahmat, B. I. (2024). Implementasi Etika Bisnis untuk Memperkuat Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*. 8(1), 20-28.
- Nurhalisa, S. S. (2025). Konsep Etika Bisnis Islam pada Perdagangan Kuliner Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 4(1), 41-57.
- Rini, N., Wiyana, H., & Setiawan, A. D. (2025). Tantangan dan Solusi dalam Menerapkan Etika Bisnis Di Era Digital sebagai Pola Pikir Pengusaha. *JUBISDIGI (Jurnal Bisnis Digital)*. 1(1), 60-69.
- Safitri, N. (2025). Papadahan Urang Banjar Baiman, Bauntung, Batuah (Makna & Nilai Pendidikan). *Journal Education, Sociology and Law*. 1(1), 62-72.
- Sarbaini. (n.d.). *Rekonstruksi Nilai-Nilai Baiman, Bauntung, Batuah Milik Urang Banjar Perspektif Etnopedagogi Sarbaini*. 1–22.
- Sarbaini, S. (2022). Baiman, Bauntung, Batuah: The Moral Root Of 'Urang Banjar' For Banua Ethno Citizenship from the Pancasila Perspective. *Atlantis Press SARL: Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. 636, 398-405.

- Sari, M. (2020). *Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA*. 41–53.
- Sofwatillah, R. dan S. (2024). *Tehnik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah*. 15(2), 79–91.
- Sunaryatia, A. Q. (2022). *Does Profit Maximization Assumption in Economics Comply with Shariah? Evidence from Theoretical and Empirical Findings*. 10(1), 65–76.
- Triwibowo, A., & Adam, M. A. (2023). Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis di Era Digital Ekonomi. *Margin: Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah*. 2(1), 24-36.
- Umarella, S. (2020). *Kearifan Lokal dan Budaya Organisasi (Arti, Diskursus Teori dan Contoh)*. CV. Sintesa Prophetica.
- Wazin, M. (2025). *The traditional economic systems based on local wisdom of indigenous communities in Indonesia*. 13(2), 381–396.
- Yunika Perdana. (2018). Nilai Baiman, Bauntung, Batuah dan Baadab dalam Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Di SMP Negeri 25 Banjarmasin. *Jurnal Pendidikan dan pembelajaran Sosial*. 7(2), 221-230.