



**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENGELOLAAN DAN
PELAYANAN UNIT BISNIS WAHDAH ISLAMIAH**

**IMPLEMENTATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS IN THE MANAGEMENT
AND SERVICE OF WAHDAH ISLAMIC BUSINESS UNITS**

Andi Wawan Mulyawan

Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Ahmad Dahlan, Indonesia
Email: wantax.mulyawan@gmail.com

Koesmawan

Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Ahmad Dahlan, Indonesia
Email: koesmawanadangsoebandi@gmail.co

Keywords :

*ethics, business, Islam, Wahdah
Islamiyah*

ABSTRACT

This study aims to: (1) analyze the implementation of the concept of Islamic business ethics in the service of Wahdah Islamiyah business units; and (2) analyzing the use of the concept of Islamic business ethics in the service of Wahdah Islamiyah business units. This research is a field research (field research) using qualitative methods that are carried out in a descriptive analysis. The results of this study indicate that: first, all informants (100%) answered that the principles/ethics of monotheism had been applied/practiced, the majority of informants (61.5%) answered that the principles or ethics of justice had been applied/practiced, as many as 42.3% of informants chose very appropriate and 42.3% of informants chose appropriate regarding the application/practice of the principles/ethics of trustworthiness, and as many as 19 people or 73.1% of informants chose very appropriate regarding the application/practice of the principles/ethics of virtue and honesty; second, the Islamic business principles/ethics that have been implemented provide great benefits and uses for the management and service of business units within Wahdah Islamiyah, where the implementation of the principles/ethics of monotheism is believed to bring blessings, the implementation of the principles/ethics of justice is believed to create a work environment that is fair, inclusive, dignified, and in accordance with Islamic law, the implementation of the principles/ethics of trustworthiness is believed to be able to increase the trust of customers and other parties, and the implementation of the principles/ethics of virtue/honesty is believed to be able to improve and provide excellent service to all parties.

Kata kunci:

*etika, bisnis, Islam, Wahdah
Islamiyah*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis implementasi konsep etika bisnis Islam dalam pelayanan unit-unit bisnis Wahdah Islamiyah; dan (2) menganalisis kegunaan konsep etika bisnis Islam dalam pelayanan unit-unit bisnis Wahdah Islamiyah. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *pertama*, seluruh informan (100%) menjawab bahwa prinsip/etika ketauhidan telah diterapkan/diamalkan, mayoritas informan (61,5%) menjawab bahwa prinsip atau etika keadilan telah diterapkan/diamalkan, sebanyak 42,3% informan memilih sangat sesuai dan 42,3% informan memilih sesuai terkait penerapan/pengamalan prinsip/etika amanah, dan sebanyak 19 orang atau 73,1% informan



memilih sangat sesuai tentang penerapan/pengamalan prinsip/etika kebajikan dan kejujuran; *kedua*, prinsip/etika bisnis Islam yang telah diterapkan memberikan manfaat dan kegunaan yang besar terhadap pengelolaan dan pelayanan unit-unit bisnis di lingkungan Wahdah Islamiyah, dimana implementasi prinsip/etika tauhid diyakini dapat membawa keberkahan, implementasi prinsip/etika keadilan diyakini dapat menciptakan lingkungan kerja yang adil, inklusif, bermartabat, dan sesuai dengan syariat Islam, implementasi prinsip/etika amanah diyakini dapat meningkatkan kepercayaan *costumer* dan pihak lainnya, dan implementasi prinsip/etika kebajikan/kejujuran diyakini dapat meningkatkan dan memberikan pelayanan prima kepada semua pihak.

Diterima: 22 Agustus 2023; **Direvisi:** 3 Desember 2023; **Disetujui:** 8 Desember 2023; **Tersedia online:** 22 Desember 2023

How to cite: Andi Wawan Mulyawan, Koesmawan, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pengelolaan dan Pelayanan Unit Bisnis Wahdah Islamiyah", *NUKHBATUL 'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam* Vol. 9, No. 2 (2023): 153-177. doi: 10.36701/nukhbah.v9i2.1049.

PENDAHULUAN

Etika dan agama berkaitan erat dengan manusia, khususnya terkait dengan pengaturan kehidupan dan perilakunya. Etika bagi seseorang terwujud dalam kesadaran moral (*moral consciousness*) yang muncul bahwa ia akan salah bila melakukan sesuatu yang diyakini tidak benar berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self-respect* (menghargai diri) bila ia meninggalkannya¹.

Dalam dunia bisnis, kata etika sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan. Tidak hanya sebagai alat untuk menilai pantas atau tidak pantas, benar atau salah, buruk atau baik, tetapi etika bisnis juga menjadi perekat dalam setiap transaksi bisnis, menjadi aturan yang menjamin keterlaksanaan transaksi yang adil dan saling menguntungkan bagi pihak-pihak yang terlibat. Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip atau norma dimana para pelaku bisnis harus berkomitmen padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan aman dan selamat. Selain itu, etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja².

Rendahnya nilai dan moral dalam dunia bisnis menjadi salah satu problematika serius yang dapat membahayakan setiap transaksi-transaksi bisnis yang dilakukan oleh para pebisnis. Rendahnya nilai dan moral, akan mengakibatkan hilangnya kepercayaan dan menimbulkan ketidakjujuran dan persekongkolan. Beberapa organisasi dan perusahaan terkemuka di seluruh dunia telah mengadakan upaya bersama guna menyusun peraturan, kriteria dan ketentuan-ketentuan lain guna mengatasi masalah tersebut. Hal itu

¹ Ismawati, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Sistem Operasional Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Kota Palopo)" (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2019).

² Khudzaefah, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dan Promosi Dalam Peningkatan Komunikasi Kinerja Pada Bank Muamalat Jatibarang" (IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2017).

dilakukan oleh mereka sebagai usaha menjembatani banyaknya kekurangan pada nilai dan moral yang berkenaan dengan hubungan kerja³.

Sejatinya, pelaksanaan dan penerapan sistem ekonomi yang ada, hendaknya memberikan tanggung jawab dan kewajiban yang seimbang pada kelestarian dan kesetaraan seluruh umat manusia. Penerapan etika dalam pelaksanaan perekonomian pun menjadi salah satu faktor terpenting yang perlu untuk diperhatikan dan ditingkatkan⁴. Bisnis dipengaruhi bukan hanya oleh situasi dan kondisi ekonomi semata, namun juga oleh perubahan-perubahan sosial, politik, ekonomi dan teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap dan cara pandang para *stakeholders*-nya, bahkan jika tujuan bisnis dipandang secara sempit, yakni sebagai maksimalisasi nilai ekonomis bagi pemiliknya, bisnis harus tetap mempertimbangkan segala hal yang mempengaruhi pencapaian tujuan terbatas tersebut⁵.

Karena etika dan perilaku yang baik menjadi landasan dalam menjalankan bisnis, keduanya perlu diterapkan secara tepat saat mendirikan sebuah perusahaan. Nilai-nilai seperti kebenaran, kejujuran, dan akuntabilitas adalah kunci untuk mencegah kerugian bagi bisnis dan klien. Perlindungan juga harus diberikan kepada setiap karyawan perusahaan. Mengintegrasikan etika dalam bisnis akan mendorong peningkatan perilaku moral dalam ranah komersial. Bisnis yang tidak menjunjung etika akan menghadapi dampak negatif, terutama seiring berjalannya waktu. Dalam intinya, perusahaan yang baik tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga berperilaku moral dan menghormati prinsip-prinsip etika⁶.

Ketika etika dan integritas diterapkan dalam ranah bisnis, nilai perusahaan akan mengalami peningkatan. Bisnis mampu tumbuh dan membangun kepercayaan jangka panjang saat mampu mempertahankan kepuasan pelanggan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan tuntutan yang semakin tinggi dari pelanggan. Perusahaan yang mengadopsi etika akan merangsang motivasi karyawan karena lingkungan kerja mempromosikan karya terbaik dengan pendekatan yang positif. Penerapan etika bisnis juga memberikan perlindungan bagi kebebasan bisnis, menghasilkan peningkatan dalam daya saing. Karena pelanggaran etika dapat dianggap sebagai pelanggaran hukum, dampak hukum juga akan terhindari⁷.

Menurut Abdul Hamid dan Muhammad Kamal Zubair⁸, “Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk bisnis dan aktivitas harian. Seorang pengusaha Muslim harus memiliki dasar kuat dalam etika bisnis untuk mengelola perusahaan yang sukses dan menguntungkan. Keyakinan dalam Islam membawa harmoni ke berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis. Melalui ajaran Rasulullah, Islam menunjukkan cara menjalankan bisnis yang berhasil dengan memperhatikan etika dan prinsip bisnis ketika menggunakan aset yang diperoleh.” Ibn Mūsā menyatakan, “Nilai-nilai dasar yang ada dalam Al-Qur'an, hadis Nabi Muhammad, dan sumber ajaran Islam lainnya membentuk

³ Ismawati, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Sistem Operasional Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Kota Palopo.”

⁴ A Zein, “Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Perbankan” (IAIN Bone, 2020).

⁵ Fitri Amalia, “Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil,” 2014.

⁶ Ramzi Durin, “Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis,” *VALUTA* 6, no. 1 (2020): 32–40.

⁷ Sri Nawatmi, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam,” *Fokus Ekonomi* 9, no. 1 (2010): 24402.

⁸ Abdul Hamid and Muhammad Kamal Zubair, “Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah,” *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2019): 16–34.

fondasi bagi bisnis Islam⁹. Heri Irawan¹⁰ berpendapat, “Ekonomi Islam, mirip dengan ekonomi konvensional, membahas bagaimana manusia memperoleh dan mengatur sumber daya materi dan non-materi untuk memenuhi kebutuhan hidup, termasuk akuisisi, distribusi, dan penggunaan. Namun, dalam ekonomi Islam, semua aktivitas ekonomi harus berlandaskan norma dan peraturan ajaran Islam.”

Dua sumber utama panduan dalam Islam adalah Al-Qur'an dan hadis. Tidak diragukan lagi, keduanya memberikan arahan yang benar bagi umat Islam dalam mengatur berbagai aspek kehidupan di dunia, terutama dalam hal ekonomi, termasuk perdagangan dan transaksi jual beli, di mana etika bisnis Islam dipertimbangkan¹¹. Meskipun bisnis diperbolehkan dalam Islam, aturan-aturan khusus mengaturnya. Di dalam Islam, ada pedoman yang berkaitan dengan bisnis yang dapat membawa kebaikan dan berkah jika diterapkan dengan benar. Salah satu pedoman ini adalah etika bisnis Islam atau etika bisnis. Dalam surah al-Mulk/67: 15, Allah Swt. mengatakan kepada hamba-Nya bahwa mereka harus mencari rezeki, nafkah, dan harta kekayaan., yaitu,

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Terjemahnya:

“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”

Dalam menafsirkan ayat di atas, Abd al-Rahmān al-Sa'dī menyebutkan, “Maksudnya, Dia-lah yang menundukkan bumi untuk kalian agar kalian bisa mendapatkan apa pun yang kalian perlukan, seperti bercocok tanam, mendirikan bangunan, membuat jalan yang menghubungkan ke tempat yang jauh dan berbagai negara. “Maka berjalanlah di segala penjurunya,” maksudnya, untuk mencari rezeki dan penghasilan, “dan makanlah sebagian dari rezekinya. Dan hanya kepadaNya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” Maksudnya, setelah kalian berpindah dari dunia ini yang dijadikan Allah sebagai tempat ujian dan penghantar menuju akhirat. Setelah kalian meninggal dunia, kalian akan dibangkitkan dan dikumpulkan menuju Allah untuk membalas amal perbuatan kalian, baik dan buruknya.”¹²

Hal ini sejalan dengan apa yang ditegaskan dalam Surah al-Nisā'/4: 29, dimana Allah memerintahkan manusia untuk mencari rezeki dengan cara yang diridai-Nya agar mencapai berkah dan kehalalan.

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

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka

⁹ Hisām al-Dīn Ibn Mūsā, *Fiḥu Al-Tajir Al-Muslim* (al-Quds: al-Maktabah al-'Imiyah wa Dār al-Tayyib liṭṭibā'ah wa al-Nasyr, 2005).

¹⁰ Heri Irawan, “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai” (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017).

¹¹ Ibn Mūsā, *Fiḥu Al-Tajir Al-Muslim*.

¹² 'Abd al-Rahmān Al-Sa'dī, *Taysīr Al-Karīm Al-Rahmān Fī Tafsīr Al-Kalām Al-Mannān* (Riyadh, KSA: Dar al-Salam, 2002).

sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Dalam menafsirkan ayat di atas, Abd al-Rahmān al-Sa‘dī menyebutkan, Allah melarang para hambaNya yang beriman dari memakan harta diantara mereka dengan cara yang batil, hal ini mencakup memakan harta dengan cara pemaksaan, pencurian, mengambil harta dengan cara perjudian, dan pencaharian yang hina bahkan bisa jadi termasuk juga dalam hal ini adalah memakan harta sendiri dengan sombong dan berlebihan, karena hal tersebut adalah termasuk kebatilan dan bukan dari kebenaran. kemudian setelah Allah mengharamkan memakan harta dengan cara yang batil, Allah membolehkan bagi mereka memakan harta dengan cara perniagaan dan pencaharian yang tidak terdapat padanya penghalang-penghalang dan yang mengandung syarat-syarat seperti saling ridha dan sebagainya.”¹³

Dalam konteks Islam, Erly Juni Yani¹⁴ berpendapat bahwa etika bisnis merujuk pada kewajiban menjaga integritas prinsip-prinsip agama (syariat) dan menghindari perilaku serakah serta egois. Ketika prinsip-prinsip etika ini diimplementasikan secara benar dalam setiap aspek bisnis, bisnis tersebut dapat menjadi alat menuju masyarakat yang sejahtera dan makmur. Perspektif Yani (2016) juga menyebutkan bahwa etika bisnis Islam melibatkan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, termasuk konsep-konsep seperti tauhid (keesaan), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab (amanah), dan kebajikan (*ihsān*).

Pada awal tahun 2015, Indonesia mengalami serangkaian kasus keracunan makanan yang signifikan, seperti yang dijelaskan oleh Wahyu Mijil Sampurno¹⁵. Beberapa daerah mengalami kejadian keracunan makanan yang tidak biasa dalam beberapa minggu pada tahun tersebut. Tjandra Yoga Aditama, Direktur Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (Balitbangkes) Kementerian Kesehatan, mencatat beberapa insiden keracunan makanan di awal tahun 2015. Kejadian semacam itu mungkin terjadi di berbagai wilayah di Indonesia. Contoh lain adalah krisis keuangan tahun 1997 di Indonesia, yang berdampak pada krisis sosial, ekonomi, dan politik yang lebih besar. Salah satu penyebabnya adalah praktik bisnis yang tidak etis di sektor keuangan yang kehilangan moralitas. Lembaga seperti Lipsus, Kontan, dan Co.Id juga memberikan informasi tentang hal ini. Selanjutnya, dalam kajian Qanitah An Nabila A’yun et al.¹⁶, disebutkan bahwa sekalipun *e-commerce* memiliki banyak kelebihan yang menjadi primadona, sistem tersebut juga memiliki banyak kekurangan salah satunya yakni terjadi penipuan yang terjadi akibat barang tidak dikirim setelah uang ditransfer, fisik barang tidak sesuai dengan foto barang yang tertera di *e-commerce*, dan lainnya. Dalam kajian Eri Nur Azizah et al.¹⁷ juga disebutkan banyaknya pedagang yang melakukan kecurangan untuk menutupi kecacatan barang dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang

¹³ al-Rahmān Al-Sa‘dī.

¹⁴ Erly Juli Yani, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Ummul Qura* 7, no. 1 (2016): 66.

¹⁵ Wahyu Mijil Sampurno, “Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Home Industri Di Era Global,” *Universitas Islam Indonesia Yogyakarta: Skripsi*, 2016.

¹⁶ Qanitah An Nabila A’yun et al., “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia,” *JPSDA: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* 1, no. 2 (2021): 166–81.

¹⁷ Eri Nur Azizah, Suryati Suryati, and Candra Darmawan, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Makarti Jaya Kabupaten Banyuasin),” *Social Science and Contemporary Issues Journal* 1, no. 1 (2023): 58–68.

didinginkan, salah satunya yaitu dengan menyembunyikan barang yang buruk dibawah barang yang baik tanpa diketahui oleh pembeli bahwa barang tersebut ada yang berkualitas buruk.

Tinjauan di atas menjadi pemicu minat peneliti untuk menginvestigasi implementasi etika bisnis Islam di unit-unit usaha/bisnis. Dalam studi ini, fokus penelitian akan tertuju pada unit-unit usaha/bisnis di bawah organisasi massa Wahdah Islamiyah di Makassar.

Sebagai data awal, peneliti melakukan wawancara dengan Syarifuddin, Ketua Bidang V Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Wahdah Islamiyah yang bertanggung jawab atas semua Departemen/Lembaga di bidang ekonomi dan keuangan. Dari hasil wawancara ini, terungkap bahwa sebagian manajemen atau pelaksana dalam perusahaan kurang memiliki kompetensi yang memadai untuk menjalankan bisnis (tidak profesional). Syarifuddin menjelaskan, “Manajemen perusahaan masih dijalankan oleh orang-orang yang belum memiliki kompetensi yang memadai untuk menjalankan suatu bisnis.” (Syarifuddin, Wawancara Pribadi, November 2022)

Selain itu, juga diketahui bahwa sebagian besar perusahaan belum mampu menghasilkan keuntungan yang memadai, sementara organisasi kerap menuntut suplai biaya operasional, serta tidak dapat menunjukkan laporan keuangan sesuai standar akuntansi karena sistem pembukuan masih dilakukan secara manual dan tidak up to date. Syarifuddin mengatakan, “Sebagian besar perusahaan belum menghasilkan keuntungan yang diharapkan, padahal organisasi membutuhkan suplai biaya operasional yang tidak sedikit. Beberapa perusahaan juga belum menyusun laporan keuangan sesuai standar akuntansi karena sistem pembukuannya masih dilakukan secara manual dan tidak up to date.” (Syarifuddin, Wawancara Pribadi, November 2022)

Dalam konteks manajemen usaha, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa peran komisaris memiliki dampak yang minim dalam memberikan panduan dan saran terkait operasional bisnis. Kompensasi yang diberikan kepada Sumber Daya Manusia (SDM) tidak mencukupi, dan intervensi pemegang saham dianggap terlalu mendalam dalam hal-hal teknis. Menurut Syarifuddin dalam wawancara pribadi pada November 2022,

“Peran komisaris sangat terbatas. Dalam memberikan arahan dan nasihat terkait bisnis, peran komisaris masih terbatas. Karyawan perusahaan juga belum menerima imbalan yang memadai. Selain itu, campur tangan pemegang saham sering kali terlalu ekstensif, mengurus aspek-aspek teknis yang dapat dijalankan oleh staf, tegas Syarifuddin (Wawancara Pribadi, November 2022) Dari hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa unit-unit bisnis di lingkungan Wahdah Islamiyah menghadapi beberapa permasalahan yang memerlukan tinjauan, analisis, dan penyelesaian, terutama terkait dengan penerapan etika dan prinsip bisnis Islam, yakni:

1. Manajemen perusahaan belum sepenuhnya menerapkan etika profesionalisme, karena masih melibatkan individu yang kurang memiliki kompetensi yang diperlukan untuk menjalankan bisnis (non-profesional), sehingga sebagian besar perusahaan belum mencapai profitabilitas yang diinginkan.
2. Beberapa bisnis belum sepenuhnya menginternalisasi prinsip etika tanggung jawab (amanah). Ini tercermin dalam kurangnya kemampuan untuk menyusun laporan keuangan sesuai standar akuntansi dan penggunaan sistem pembukuan manual yang sederhana. Ketidakpatuhan terhadap etika ini dapat merusak kinerja bisnis dan

kelangsungan jangka panjangnya. Adanya etika tanggung jawab yang kuat dapat membangun kepercayaan masyarakat dan memperkuat posisi bisnis dalam komunitas. Bisnis perlu beroperasi berdasarkan nilai-nilai etika yang diakui oleh masyarakat. Tujuan bisnis tidak hanya tentang keuntungan semata, melainkan juga harus berfungsi sebagai agen sosial yang mengamalkan nilai-nilai dan norma-norma masyarakat.

3. Peran beberapa komisaris perusahaan kurang efektif dalam memberikan bimbingan dan nasihat terkait pengelolaan bisnis, sehingga prinsip etika bisnis Islam, termasuk konsep kebajikan (*ihsān*), belum terealisasi sepenuhnya.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, menarik untuk melihat lebih jauh bagaimana penerapan atau implementasi prinsi dan etika bisnis Islam pada unit-unit usaha yang ada. Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji hal tersebut, di antaranya:

1. Penelitian yang dilaksanakan oleh Irma¹⁸ mengkaji tentang bagaimana penerapan nilai-nilai pemasaran syariah pada produk-produk syariah dan hasil yang diperoleh dari pendekatan tersebut. Menurut penelitian ini, “Prinsip utama pelayanan kepada pelanggan dan non-pelanggan dimulai dari perusahaan dan kemudian diterapkan dalam lembaga dan organisasi pemerintah. Budaya layanan ini meresap dalam berbagai aspek kehidupan.”
2. Khudzaefah¹⁹ melakukan penelitian mengenai bagaimana etika bisnis Islam di Bank Muamalat Jatibarang mempengaruhi komunikasi kinerja dan promosi. Dia menjelaskan, “Etika memainkan peran penting dalam aktivitas bisnis atau usaha. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa bisnis tidak hanya berfokus pada menghasilkan keuntungan semata. Setiap transaksi bisnis melibatkan aspek etika bisnis. Dalam konteks ini, 'etika bisnis' mengacu pada seperangkat prinsip dan norma yang harus ditaati oleh pelaku bisnis saat bertransaksi.”
3. Penelitian yang dilakukan oleh Khusnul Khotimah²⁰ melibatkan Aflah Bakery yang menerapkan tujuh prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran dalam penimbangan, menjual barang berkualitas tinggi, menghindari sumpah palsu, sikap murah hati dan baik, serta membangun hubungan baik. Namun, karena keterbatasan sumber daya manusia, beberapa prinsip ini belum sepenuhnya terwujud. Hal ini mempengaruhi pengelolaan administratif yang masih menggunakan catatan manual dan kurang efisien dalam pengaturan waktu. Setelah mengidentifikasi tantangan ini, Aflah Bakery memiliki komitmen untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan di masa mendatang.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Evi Susanti²¹ menunjukkan bahwa etika bisnis yang diterapkan di CV. Jati Karya Palembang sejalan dengan ajaran Islam, tercermin dalam perilaku seperti kejujuran, kesetiaan, amanah, kemurahan hati, pencatatan utang yang akurat, administrasi yang efisien, pembinaan hubungan baik dengan karyawan, serta pelaksanaan zakat dan bantuan. Produk dari CV. Jati Karya

¹⁸ Irma, “Implementasi Nilai Pemasaran Syariah Pada Produk Syariah Bumiputra 1912 Cabang Palopo” (IAIN Palopo., 2015).

¹⁹ Khudzaefah, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dan Promosi Dalam Peningkatan Komunikasi Kinerja Pada Bank Muamalat Jatibarang.”

²⁰ Khusnul Khotimah, “Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Di Aflah Bakery Yogyakarta,” *Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2017.

²¹ Evi Susanti, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mebel Di Cv. Jati Karya Palembang.[Skripsi]” (Uin Raden Fatah Palembang, 2017).

memiliki kualitas yang baik dengan harga terjangkau. Sikap ramah dan sopan dari karyawan membuat pelanggan merasa nyaman saat berbelanja perabotan rumah tangga di tempat tersebut.

Meskipun memiliki persamaan dalam fokusnya, penelitian-penelitian terdahulu tersebut di atas belum ada yang menganalisis penerapan atau implementasi prinsip atau etika bisnis Islam dalam unit-unit bisnis di lembaga atau organisasi Wahdah Islamiyah.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Sejauh mana prinsip atau etika bisnis Islam yang terdiri dari prinsip/etika tauhid, keadilan, amanah, dan kebajikan/kejujuran diterapkan dalam pengelolaan dan pelayanan unit-unit bisnis Wahdah Islamiyah?
2. Bagaimana kegunaan dan urgensi prinsip atau etika bisnis Islam dalam pelayanan unit-unit bisnis Wahdah Islamiyah?

Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan, yaitu:

1. Untuk menganalisis sejauh mana implementasi prinsip atau etika bisnis Islam yang terdiri dari prinsip/etika tauhid, keadilan, amanah, dan kebajikan/kejujuran dalam pengelolaan dan pelayanan unit-unit bisnis Wahdah Islamiyah.
2. Untuk menganalisis urgensi dan kegunaan prinsip atau etika bisnis Islam dalam pelayanan unit-unit bisnis Wahdah Islamiyah.

Penelitian ini dilakukan dalam bentuk studi lapangan dengan menggunakan metodologi kualitatif dan analisis deskriptif. Artinya, peneliti melakukan analisis dan menetapkan nilai sebelum memberikan penjelasan praktis tentang subjek studi dan temuan penelitiannya²². Setiap data yang dikumpulkan akan dinilai dan dipilih secara kualitatif. Menurut Moleong²³, "Analisis numerik masih berfokus pada angka meskipun data manual yang terdiri dari kata dan angka diperoleh melalui berbagai teknik (observasi, survei, wawancara, artikel, dll.) seringkali terdiri dari paragraf yang panjang." Untuk mendapatkan data yang bersangkutan, peneliti aktif mengikutsertakan narasumber dan informan sambil melakukan observasi mendalam di lapangan. Agar penelitian ini lebih terarah pada penerapan etika bisnis Islam sebagaimana yang dicontohkan oleh Nabi dalam menjalankan bisnis, maka peneliti juga menjalankan fungsi *human instrument* antara lain menentukan fokus penelitian, memilih informan untuk mengumpulkan informasi dari, mengevaluasi kualitas informasi, menganalisisnya, menarik kesimpulan, dan mengevaluasi temuan penelitian.

Menurut Nawawi & Hadari²⁴, teknik dapat diartikan sebagai usaha untuk membentuk hubungan antara objek penelitian dan subjek. Sesuai dengan Suharsimi Arikunto²⁵, "Peneliti sering kali memiliki pilihan antara dua atau lebih pendekatan untuk mengatasi masalah yang sama." Dalam konteks ini, pendekatan yang diadopsi dalam penelitian ini terdiri dari:

²² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, XIV (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

²³ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (PT Remaja Rosdakarya, 2021).

²⁴ Hadari Nawawi and Martini Hadari, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*, II (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1995).

²⁵ Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.

1. Pendekatan normatif (*syar'ī*), yang berfokus pada analisis ketentuan hukum yang terkandung dalam Al-Qur'an dan hadits yang relevan dengan etika bisnis.
2. Pendekatan sosiologis, yang menginvestigasi peran pelaku dalam organisasi dan berbagai fenomena sosial yang berkaitan dengan konteks penelitian ini.
3. Pendekatan fenomenologis, yang memeriksa etika perusahaan dari perspektif fenomenologis.

Lokasi penelitian adalah lokasi di mana penelitian dilakukan dengan memberikan alasan logis mengapa lokasi tersebut dipilih²⁶. Lokasi riset ini adalah bisnis-bisnis di wilayah Wahdah Islamiyah di Kota Makassar. Populasi dalam penelitian ini melibatkan semua pelaksana unit bisnis yang terkait dengan organisasi Wahdah Islamiyah di Kota Makassar. Sementara itu, sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 26 pelaksana unit usaha yang ada dalam lingkungan Wahdah Islamiyah.

Sumber data yang digunakan dalam riset ini, terdiri dari:

- a. Data primer: data yang diperoleh dari wawancara dan sumber primer lainnya, yang merupakan data mentah yang akan diproses sesuai kebutuhan²⁷;
- b. Data sekunder: data yang diperoleh dari buku, jurnal, dan situs website dan literatur ilmiah lainnya yang terkait dengan etika bisnis Islam²⁸.

Sementara teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

- a. Observasi. Menurut Djaali²⁹, "Observasi adalah metode mengumpulkan informasi dengan melakukan pengamatan dan pencatatan teratur terhadap fenomena yang tengah diamati. Ini adalah proses sistematis dalam mengamati, mencermati, dan memerhatikan perilaku dengan tujuan tertentu." Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi terhadap penerapan etika bisnis Islam di unit-unit bisnis ormas Wahdah Islamiyah di Kota Makassar;
- b. Wawancara. Menurut Sugiyono³⁰, wawancara adalah cara untuk memperoleh wawasan ke dalam pikiran dan pandangan individu lain, termasuk perasaan, pemikiran, pengalaman, pandangan, dan elemen batin lain yang tidak dapat dilihat secara langsung. Metode ini melibatkan interaksi lisan dan percakapan untuk mengumpulkan informasi atau data. Terkait etika perdagangan yang ada di unit-unit bisnis ormas Wahdah Islamiyah, teknik wawancara yang digunakan yaitu wawancara terstruktur, dimana menyediakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang tepat dan akurat.

Kaitannya dengan instrumen penelitian, sebagai *human instrument*, peneliti bertanggung jawab untuk menetapkan topik penelitian, memilih sumber data, mengumpulkan data, mengevaluasi kualitas data, menganalisis data, menafsirkan data,

²⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 25th ed. (Bandung: Alfabeta, 2017), <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/206060/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d.html>.

²⁷ Husein Umar, "Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, Ed. 2, Cet. 13," *Jakarta: Rajawali Pers*, 2014.

²⁸ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013).

²⁹ H Djaali and Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan Gramedia Indonesia* (Jakarta: Gramedia Indonesia, 2007).

³⁰ P D Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D," *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 2017, <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/206060/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d.html>.

dan menarik kesimpulan tentang hasil penelitian. Kualitas data yang dapat dikumpulkan, atau pedoman, akan menentukan kualitas penelitian. Oleh karena itu, alat pengumpulan data harus dievaluasi secara menyeluruh dengan berpedoman pada prinsip-prinsip khusus instrumen, antara lain ³¹:

- a. Pedoman observasi berfungsi sebagai pedoman pengumpulan data selama penelitian;
- b. Panduan wawancara menggunakan kuesioner dan jenis pertanyaan untuk mengumpulkan data; dan
- c. Data dokumenter meliputi catatan tertulis tentang peristiwa, alat penilaian, dan gambar kegiatan selama penelitian.

Dalam penelitian ini, prinsip atau etika bisnis Islam yang digunakan atau diukur adalah prinsip-prinsip atau etika-etika bisnis Islam yang diungkapkan oleh Jubaedi³², namun dengan memilih prinsip/etika bisnis Islam yang relevan dengan unit-unit bisnis/usaha yang ada dalam lingkungan Wahdah Islamiyah, yaitu prinsip/etika tauhid, keadilan, amanah, dan kebajikan/kejujuran. Prinsip/etika kebebasan sebagaimana yang diungkapkan oleh Jubaedi³³ tidak digunakan dalam penelitian ini karena definisi atau kandungan prinsip/etika tersebut telah terakomodir pada prinsip/etika tauhid, amanah, dan kebajikan/kejujuran (Lihat Tabel 1).

Tabel 1. Lembar Pedoman Observasi

No.	Aspek yang Diobservasi	Kondisi Objek yang Diobservasi					Penjelasan
		Sangat Sesuai	Sesuai	Cukup Sesuai	Kurang Sesuai	Tidak Sesuai	
A.	Prinsip/Etika Ketauhidan						
1.	Pengusaha melaksanakan bisnis dengan ketundukan kepada Allah Swt. dan memiliki motivasi ibadah kepada-Nya.						
2.	Pengusaha menyadari dan merealisasikan bahwa semua aktivitas bisnis yang dilakukan harus senantiasa sejalan dengan apa yang telah ditetapkan oleh (hukum) Allah Swt. termasuk dalam masalah ekonomi dan bisnis.						
B.	Prinsip/Etika Keadilan						
1.	Pengusaha bersikap adil dan bijak dalam setiap interaksi dan transaksi dengan pihak lainnya.						
2.	Pengusaha memenuhi hak-hak pihak-pihak yang						

³¹ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006).

³² Jubaedi Jubaedi, "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor)," *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan* 1, no. 1 (2018): 11–20.

³³ Jubaedi.

	berinteraksi dalam kegiatan bisnis.						
C.	Prinsip/Etika Amanah						
1.	Pengusaha senantiasa menjunjung tinggi nilai amanah, dan kepercayaan dari sikap khianat dalam setiap interaksi dan transaksi dengan pihak lainnya.						
2.	Pengusaha senantiasa bertanggungjawab terhadap seluruh kewajiban kepada pihak-pihak terkait dalam interaksi dan transaksi.						
3.	Pengusaha senantiasa menepati janji dalam bisnis.						
D.	Prinsip/Etika Kebajikan dan Kejujuran						
1.	Pengusaha melakukan kebajikan dan kejujuran dalam setiap interaksi dan transaksi dengan pihak lainnya, seperti memberikan pelayanan yang optimal, jujur terhadap kualitas produk, berkomunikasi dengan ramah, dan lainnya.						
2.	Pengusaha memperlakukan setiap orang dalam setiap interaksi dan transaksi dengan pihak lainnya secara baik sesuai dengan aturan yang jelas, adil, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan.						
3.	Pengusaha tidak melakukan praktik riba.						
4.	Pengusaha tidak mengurangi takaran timbangan dan senantiasa menyempurnakan takaran.						
Komentar secara umum terkait dengan implementasi Etika Bisnis Islam dalam unit bisnis:							

PEMBAHASAN

Gambaran Lokasi dan Responden Penelitian

Lokasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah Kota Makassar. Totalnya, terdapat tujuh unit bisnis yang beragam di bawah naungan Wahdah Islamiyah. Informasi lebih rinci mengenai unit-unit usaha ini dapat ditemukan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Jenis-jenis Unit Usaha Wahdah Islamiyah

No	Nama Usaha	Lokasi Unit	Jenis Usaha
1	Wahana Islam Media	Jl. Abd Dg Sirua	Media Informasi
2	Malika Bakery	Jl. Antang Raya	Usaha Kue
3	PT Mitra Berkah Farmasi	Jl. Antang Raya	Apotik
4	PT Berkah Cahaya Farmasi	Jl. Antang Raya	Apotik
5	RSIA Wahdah Medical Center	Jl. Batua Raya	Rumah Sakit
6	PT Wahdah Inspirasi Niaga	Jl. Abd Dg. Sirua	Penjualan Produk
7	WI Printing	Jl. Abd Dg. Sirua	Percetakan

Sumber Data Sekunder, Kantor Pusat Wahdah Islamiyah (2023)

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa Wahdah Islamiyah memiliki tujuh unit usaha yang terdiri dari satu unit usaha kue, dua unit usaha apotik, satu unit usaha rumah sakit, satu unit usaha penjualan produk, dan satu unit usaha percetakan. Dengan adanya beberapa unit usaha di lingkungan Wahdah Islamiyah, peneliti menganalisis sejauh mana implementasi etika bisnis Islam dalam pengelolaan dan pelayanan unit usaha tersebut.

Para responden memainkan peran yang sangat vital dalam setiap penelitian karena mereka memiliki keterkaitan langsung dengan fokus penelitian tersebut. Dalam konteks riset ini, para responden yang menjadi informan adalah anggota staf yang aktif di unit-unit usaha Wahdah Islamiyah.

Dalam rangka menjalankan riset ini, terdapat sebanyak 105 karyawan yang tersebar di berbagai unit bisnis di bawah Wahdah Islamiyah. Mengingat jumlah responden yang cukup besar, waktu penelitian yang terbatas, dan keterbatasan sumber daya baik dari segi anggaran maupun tenaga kerja, peneliti memilih untuk tidak melibatkan seluruh karyawan sebagai responden dalam riset ini. Oleh karena itu, dalam upaya untuk mempersempit fokus penelitian, peneliti memutuskan untuk hanya melibatkan sebagian kecil dari potensi informan yang ada, yaitu staf-staf di berbagai unit. Pendekatan ini diambil dengan tujuan menjaga kualitas riset tanpa mengabaikan tujuan utamanya.

Sesuai dengan panduan Arikunto, pendekatan ini masih dapat dikategorikan sebagai penelitian populasi jika jumlah subjek yang diteliti kurang dari 100. Ketika jumlah objek yang diteliti cukup besar, pendekatan umum adalah mengambil sampel sekitar 10%–15%, atau bahkan 20%–25% dari populasi. Dalam hal ini, peneliti memilih untuk melibatkan 26 orang responden, yang setara dengan 20% dari total 105 informan yang ada. Meskipun jumlahnya terbatas, namun responden yang terlibat sudah mampu mewakili beragam unit bisnis di bawah Wahdah Islamiyah secara memadai.

Tabel 3. Daftar Informan Unit Usaha Wahdah Islamiyah

No	Nama	Pekerjaan	Jenis Kelamin
1	Satrio Herlambang	Direktur Wahana Islam Media	Laki-Laki
2	Denny Dwiyanto Rosidy	Staf Wahana Islam Media	Laki-Laki
3	Andi Agusniawan	Staf Wahana Islam Media	Laki-Laki
4	Zubair Abdillah	Staf Wahana Islam Media	Laki-Laki
5	Andi Riska Wulandari	Staf Malika Bakery	Perempuan
6	Nurmuliana S	Staf Malika Bakery	Perempuan
7	Andini	Staf Malika Bakery	Perempuan
8	Nirwana Muin, S.Pt, M. P	Direktur Malika Bakery	Perempuan
9	Rahma B	HDR PT Mitra Berkah Farmasi	Perempuan
10	St. Salmiati	Staf PT Mitra Berkah Farmasi	Perempuan
11	Muslim	Staf PT Mitra Berkah Farmasi	Laki-Laki
12	Nasrah	Staf PT Mitra Berkah Farmasi	Perempuan
13	Raodatul Jannah Tahur, S. Farm.	HRD Manajer PT Berkah Cahaya Farmasi	Perempuan
14	Widyawati	Sekretaris PT Berkah Cahaya Farmasi	Perempuan
15	Ibnu Muklis	Marketing Manager PT Berkah Cahaya Farmasi	Laki-Laki
16	Afifa Azzahrah	Manager Operasional PT Berkah Cahaya Farmasi	Perempuan
17	Hafsah Salim	Wakil Direktur RSIA Wahdah Medical Center	Perempuan
18	Nurul Fitri	Kabid SDM Pendidikan dan Penelitian RSIA Wahdah Medical Center	Perempuan
19	Mutia Utami Saddang	Sekretaris RSIA Wahdah Medical Center	Perempuan
20	Meilani	Ketua Bidang dua RSIA Wahdah Medical Center	Perempuan
21	Irfan Mas'ud	Komisaris PT Wahdah Inspirasi Niaga	Laki-Laki

22	Jalaluddin	Direktu PT Wahdah Inspirasi Niaga	Laki-Laki
23	Saifullah	Direktur PT Wahdah Nusa Media	Laki-Laki
24	Muhammad Sayuti	Manager Operasional PT Wahdah Nusa Media	Laki-Laki
25	Muhammad Satya Adzani Trinanda	Staf Operasional PT Wahdah Nusa Media	Laki-Laki
26	Irfan Mas'ud	Komisaris PT Wahdah Nusa Media	Laki-Laki

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Dilihat dari unit usaha yang menjadi informan pada riset ini, rincian unit usaha dan jumlah informan yang mewakilinya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Identitas Berdasarkan Unit Usaha

No	Unit Usaha	Jumlah Informan
1	Wahana Islam Media	4
2	Malika Bakery	4
3	PT Mitra Berkah Farmasi	4
4	PT Berkah Cahaya Farmasi	4
5	RSIA Wahdah Medical Center	4
6	Wahana Nusa Media	4
7	PT Wahdah Inspirasi Niaga	2
Total		26

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa keadaan informan dilihat dari unit usaha terdiri dari semua unit usaha yang ada di Wahdah Islamiyah yaitu sebanyak 26 orang informan, yang terdiri dari 4 orang staf Wahana Islam Media, 4 orang staf malika bakery, 4 orang PT Mitra Berkah Farmasi, 4 orang staf PT Berkah Cahaya Farmasi, 4 orang staf RSIA Wahdah Medical Center, 4 orang staf Wahana Nusa Media, dan 2 orang staf PT Wahdah Inspirasi Niaga. Dengan adanya perwakilan informan dari setiap unit usaha, peneliti menganggap bahwa hasilnya sudah cukup memberikan informasi kepada peneliti.

Tabel 5. Identitas Informan Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Informan
1	Laki-Laki	12
2	Perempuan	14
Total		26

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Tabel 5 tersebut di atas menunjukkan bahwa keadaan informan dilihat dari jenis kelamin terdiri atas laki-laki dan perempuan. Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak

12 orang informan berjenis kelamin laki-laki dan 14 orang informan yang berjenis kelamin perempuan.

Sebanyak 14 orang dari 26 informan tertinggi menurut jenis kelamin ialah perempuan, karena dari hasil survei peneliti unit usaha yang ada di Wahdah Islamiyah lebih cenderung membutuhkan perempuan, contohnya Malika Bakery dan RSIA Wahdah Medical Center.

Hasil Penelitian

Peranan unit usaha yang ada di Wahdah Islamiyah sangatlah penting untuk membiayai kegiatan-kegiatan dakwah yang ada di Wahdah Islamiyah. Seperti yang diketahui, setiap kegiatan tentu membutuhkan dana. Dalam menopang kebutuhan anggaran dalam membiayai operasional dan pengembangan organisasi yang cukup besar serta secara potensial terus bertambah seiring dengan pertumbuhan lembaga, maka lembaga harus memperkuat unit-unit usaha yang menjadi milik lembaga atau kepemilikan saham pada unit usaha yang produktif dan sehat secara kelembagaan, manajemen, dan finansial. Selain itu, perlu dilakukan pembukaan usaha-usaha baru baik untuk pengembangan maupun jenis usaha baru dengan berpedoman pada studi kelayakan bisnis. Strategi pembentukan dan pengembangan unit usaha dimiliki secara kelembagaan dengan sistem pengelolaan dilakukan secara mandiri dan profesional oleh tenaga profesional sesuai bidangnya dengan mendapatkan kompensasi secara profesional serta adanya jenjang karier. Pembentukan dan pengembangan unit usaha dapat dilakukan pada tingkat Pusat, Wilayah dan Daerah secara mandiri serta bisa bersinergi dan berkolaborasi dalam aktivitas bisnis. Akan tetapi, terlepas dari itu, Wahdah Islamiyah juga tidak lupa memperhatikan etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam.

Peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada informan untuk mempelajari bagaimana mengamalkan dan menerapkan etika bisnis Islami dalam kegiatan bisnis unit usaha Wahdah Islamiyah. Empat prinsip etika bisnis Islam: tauhid, keadilan, kehandalan, dan etika atau kejujuran merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur pengadopsian atau praktik etika bisnis Islam. Setiap indikator digunakan untuk mengukur sejauh mana etika bisnis Islam diadopsi atau dipraktikkan berdasarkan persepsi informan. Setiap pertanyaan terdiri dari dua hingga empat pertanyaan yang membahas setiap prinsip. Semua pertanyaan ini diajukan kepada setiap peserta untuk mengalami secara langsung bagaimana prinsip dan etika bisnis Islami diterapkan dalam operasi bisnis mereka. Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan masing-masing partisipan menunjukkan kesesuaian etika bisnis Islam dengan masing-masing lima kategori prinsip: Sangat sesuai, sesuai, sesuai dan sesuai.

Berikut adalah rincian hasil observasi dan wawancara pada masing-masing prinsip etika bisnis Islam.

Implementasi Etika dan Prinsip/Etika Ketauhidan

Dalam menganalisis implementasi etika dan prinsip ketauhidan, aspek yang diukur, yaitu:

1. Pengusaha melaksanakan bisnis dengan ketundukan kepada Allah Swt. dan memiliki motivasi ibadah kepada-Nya.

2. Pengusaha menyadari dan merealisasikan bahwa semua aktivitas bisnis yang dilakukan harus senantiasa sejalan dengan apa yang telah ditetapkan oleh (hukum) Allah Swt. termasuk dalam masalah ekonomi dan bisnis.

Hasil dari observasi dan wawancara terhadap responden mengenai penerapan/pengamalan prinsip tauhid ini ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 6. Implementasi Prinsip/Etika Ketauhidan

Aspek yang di Observasi	Jawaban	N	Persentase (%)
Prinsip/Etika Ketauhidan	Sangat Sesuai	26	100
	Sesuai	-	-
	Cukup Sesuai	-	-
	Kurang Sesuai	-	-
	Tidak Sesuai	-	-
	Total	26	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan data dalam tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari total 26 informan, seluruhnya memberikan jawaban “sangat sesuai” dengan persentase 100%. Ini mengindikasikan bahwa prinsip/etika ketauhidan telah diterapkan/diamalkan dalam unit-unit usaha yang ada di Wahdah Islamiyah, di mana semua informan mengungkapkan bahwa pengelolaan dan pelayanan di unit-unit usaha tersebut sangat konsisten dengan prinsip atau etika ketauhidan kepada Allah Swt.

Penerapan/praktik prinsip tauhid ini dinilai dari beberapa perspektif, termasuk ketundukan kepada Allah Swt, motivasi dalam menjalankan ibadah kepada-Nya, dan konsistensi dalam mengikuti apa yang telah ditetapkan oleh hukum Allah Swt. Seluruh informan menyatakan bahwa unit-unit usaha di Wahdah Islamiyah telah menjalankan bisnis dengan sangat sesuai dengan nilai, prinsip, atau etika ketundukan kepada Allah Swt., memiliki motivasi ibadah kepada Allah Swt., dan menyadari serta mewujudkan bahwa setiap aktivitas bisnis harus selaras dengan hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Swt., termasuk dalam hal ekonomi dan bisnis.

Saifullah, Direktur PT. Wahdah Nusa Media, dalam wawancara, mengungkapkan pandangan bahwa perusahaan secara konsisten menjalankan bisnis berdasarkan prinsip syariat Islam. Ia menyatakan bahwa hal ini sangat sesuai, mengingat aturan internal dan prosedur operasional perusahaan didasarkan pada prinsip-prinsip syariat.

Irfan Mas'ud, Komisararis PT. Wahdah Inspirasi Niaga, juga berpendapat bahwa dalam pandangan mereka, keuntungan bukanlah yang utama, melainkan keberkahan dari bisnis itu sendiri. Mereka mengedepankan nilai-nilai keberkahan dalam berbisnis, dan mengacu pada hadis Rasulullah yang menyatakan bahwa pedagang yang jujur akan bersanding dengan Rasulullah di surga. Irfan juga menegaskan bahwa dalam semua aspek kehidupan, termasuk aktivitas bisnis, mereka memegang prinsip-prinsip syariat Allah sebagai pedoman.

Ini menunjukkan bahwa prinsip ketauhidan telah menjadi landasan kuat dalam pengelolaan bisnis di unit-unit usaha Wahdah Islamiyah, dan pengusaha di dalamnya memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya mengikuti prinsip-prinsip etika Islam dalam setiap tindakan bisnis yang mereka lakukan.

Implementasi Etika dan Prinsip/Etika Keadilan

Dalam menganalisis implementasi etika dan prinsip keadilan, aspek yang diukur, yaitu:

1. Pengusaha bersikap adil dan bijak dalam setiap interaksi dan transaksi dengan pihak lainnya.
2. Pengusaha memenuhi hak-hak pihak-pihak yang berinteraksi dalam kegiatan bisnis.

Hasil dari observasi dan wawancara terhadap responden mengenai penerapan/pengamalan prinsip keadilan ini ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 7. Berdasarkan Prinsip/Etika Keadilan

Aspek yang di Observasi	Jawaban	N	Persentase (%)
Prinsip/Etika Keadilan	Sangat Sesuai	9	34,6
	Sesuai	16	61,5
	Cukup Sesuai	1	3,8
	Kurang Sesuai	-	-
	Tidak Sesuai	-	-
	Total	26	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Tabel di atas mengilustrasikan bahwa sejumlah 9 individu atau 34,6% dari informan memilih opsi “sangat sesuai” terkait penerapan/praktik prinsip/etika keadilan. Sementara itu, 16 individu atau 61,5% memilih opsi “sesuai”. Terdapat 1 individu atau 3,8% yang memilih opsi “cukup sesuai”, sedangkan tidak ada yang memilih opsi “kurang sesuai”. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa prinsip/etika keadilan telah diterapkan/diamalkan dalam unit-unit usaha di Wahdah Islamiyah. Mayoritas informan (61,5%) mengindikasikan bahwa pengelolaan dan layanan unit-unit usaha tersebut sesuai dengan prinsip atau etika keadilan sejalan dengan etika bisnis Islam.

Penerapan/praktik prinsip keadilan ini dinilai dari beberapa perspektif, termasuk sikap adil, bijaksana, dan pemenuhan hak-hak pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis. Sebagian besar informan menyatakan bahwa unit-unit usaha di Wahdah Islamiyah telah menjalankan bisnis sesuai dengan nilai, prinsip, atau etika keadilan. Pengusaha di unit-unit ini secara konsisten berusaha untuk bersikap adil dan bijaksana dalam setiap interaksi dan transaksi dengan pihak lain. Selain itu, mayoritas informan juga menyatakan bahwa pengusaha telah memenuhi hak-hak pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis dengan baik.

Jalaluddin, Direktur PT. Wahdah Inspirasi Niaga, dalam wawancara, ketika ditanya tentang sikap adil dan bijaksana dalam interaksi dan transaksi dengan pihak lain, mengatakan bahwa,

“Dalam usaha kami, kami berusaha untuk selalu bersikap adil dan bijaksana, meskipun belum sempurna. Kami juga berusaha untuk memenuhi hak-hak pihak yang berinteraksi dalam bisnis, meskipun belum semuanya terpenuhi.”

Hal yang serupa diungkapkan oleh Saifullah, Direktur PT. Wahdah Nusa Media, dalam hasil wawancara:

“Kami senantiasa berupaya untuk bersikap adil dan bijaksana dalam berurusan dengan pelanggan dan pihak lain yang terkait dengan perusahaan. Hingga saat ini, kami telah melakukannya sesuai, dan kami berkomitmen untuk terus menjaga konsistensi dalam penerapannya.”

Dalam konteks penerapan etika dan prinsip keadilan dalam bisnis, terutama dalam kebijakan yang berkaitan dengan upah dan kesejahteraan karyawan, unit usaha Wahdah Islamiyah selalu berupaya memberikan upah yang adil. Nirwana dari Unit Usaha Malika Bakery, dalam wawancara, menjelaskan bahwa mereka peduli dengan kesejahteraan karyawan. Selain memberikan upah yang adil sesuai posisi, mereka juga menyediakan fasilitas dan manfaat lainnya untuk karyawan, termasuk asuransi ketenagakerjaan, pelatihan, dan pengembangan karir.

Nirwana juga berpendapat bahwa memperlakukan karyawan dengan adil dan mengikuti prinsip keadilan bukan hanya tanggung jawab sosial, tetapi juga investasi jangka panjang bagi kesuksesan bisnis. Karyawan yang bahagia dan puas akan memberikan kontribusi lebih baik terhadap bisnis dan pelayanan kepada pelanggan.

Dalam hal aksesibilitas layanan kesehatan, Hafsah, Wakil Direktur RSIA Wihdatul Ummah, menjelaskan bahwa unit usaha WMC memastikan akses yang adil dan merata terhadap layanan kesehatan. Mereka berusaha untuk memberikan layanan kesehatan berkualitas tanpa memandang status sosial, ekonomi, atau latar belakang agama. Upaya ini termasuk menawarkan tarif terjangkau dan potongan harga untuk pasien yang membutuhkan.

Satrio Herlambang, Direktur Utama Unit Usaha Wahdah TV, menjelaskan bahwa Wahdah TV menerapkan prinsip keadilan dengan menyiarkan konten Islami dan edukatif. Mereka memastikan bahwa program-program yang ditayangkan sesuai dengan nilai-nilai Islam, memberikan informasi akurat, dan mendukung pendidikan yang bermanfaat.

Lebih lanjut, adanya satu informan yang menyatakan bahwa pengelolaan dan layanan keuangan di unit-unit usaha Wahdah Islamiyah masih belum sepenuhnya sesuai atau cukup sesuai dengan prinsip atau etika keadilan dalam konteks etika bisnis Islam, menunjukkan bahwa ada ruang untuk perbaikan dalam implementasi prinsip/etika tersebut dalam praktik bisnis. Hal ini menegaskan bahwa prinsip/etika ini belum sepenuhnya diintegrasikan dalam praktik bisnis dan menunjukkan pentingnya pengembangan lebih lanjut. Dalam hal ini, Muslim dari PT. Mitra Berkah Farmasi, dalam wawancara, mengungkapkan bahwa pengelolaan keuangan perlu dievaluasi dan direncanakan dengan lebih baik untuk menghindari pengeluaran yang tidak terencana.

Implementasi Etika dan Prinsip/Etika Amanah

Dalam menganalisis implementasi etika dan prinsip amanah, aspek yang diukur, yaitu:

1. Pengusaha senantiasa menjunjung tinggi nilai amanah, dan kepercayaan dari sikap khianat dalam setiap interaksi dan transaksi dengan pihak lainnya.
2. Pengusaha senantiasa bertanggungjawab terhadap seluruh kewajiban kepada pihak-pihak terkait dalam interaksi dan transaksi.
3. Pengusaha senantiasa menepati janji dalam bisnis.

Hasil dari observasi dan wawancara terhadap responden mengenai penerapan/pengamalan prinsip amanah ini ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 8. Berdasarkan Prinsip/Etika Amanah

Aspek yang di Observasi	Jawaban	N	Persentase (%)
Prinsip/Etika Amanah	Sangat Sesuai	11	42,3
	Sesuai	11	42,3
	Cukup Sesuai	2	7,7
	Kurang Sesuai	2	7,7
	Tidak Sesuai	-	-
	Total	26	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Tabel di atas menggambarkan bahwa sebanyak 11 individu atau 42,3% dari para informan memilih opsi “sangat sesuai” terkait dengan penerapan dan pelaksanaan prinsip/etika amanah. Sementara itu, jumlah yang sama, yaitu 11 individu atau 42,3%, memilih opsi “sesuai”. Terdapat 2 individu atau 7,7% yang memilih opsi “cukup sesuai”, dan jumlah yang sama, yaitu 2 individu atau 7,7%, memilih opsi “kurang sesuai”. Tidak ada informan yang memilih opsi “tidak sesuai”, dengan persentase 0%. Berdasarkan analisis persentase ini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengelolaan dan pelayanan di unit-unit usaha Wahdah Islamiyah telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika amanah seperti diuraikan dalam etika bisnis Islam. Hal ini dapat dilihat dari dominasi opsi “sangat sesuai” dan “sesuai” dibandingkan opsi lainnya.

Penerapan dan pelaksanaan prinsip amanah diukur melalui beberapa aspek, seperti menghargai nilai amanah, memikul tanggung jawab terhadap kewajiban kepada pihak terkait, dan mematuhi janji. Mayoritas informan menyatakan bahwa unit-unit usaha di Wahdah Islamiyah telah menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai, prinsip-prinsip, atau etika amanah. Pengusaha di unit-unit tersebut secara konsisten berusaha menghargai nilai amanah dan kepercayaan, serta menghindari tindakan khianat dalam setiap interaksi dan transaksi dengan pihak lainnya. Selain itu, pengusaha juga secara bertanggung jawab memenuhi kewajiban terhadap pihak-pihak terkait dalam interaksi dan transaksi, dan berusaha untuk mematuhi janji-janji bisnis sesuai dengan ajaran etika bisnis Islam.

Irfan Mas'ud, Komisaris PT. Wahdah Inspirasi Niaga, dalam wawancara, menjelaskan tentang pentingnya menjunjung tinggi nilai amanah dan menjauhi perilaku khianat dalam setiap transaksi bisnis:

“Ya, dalam ajaran syariat kita, penting untuk menjalankan amanah dan menghindari khianat. Ini berlaku juga dalam aktivitas bisnis, di mana hal ini penting untuk memelihara kepercayaan pelanggan dan pihak lainnya.” Selain itu, dalam konteks tanggung jawab terhadap kewajiban kepada pihak terkait dalam transaksi dan usaha untuk memenuhi janji, Irfan Mas'ud juga menekankan:

“Kami selalu berusaha untuk bertanggung jawab. Jika ada kritik atau masalah dalam transaksi di aplikasi WI Niaga, kami berusaha menyelesaikannya dengan baik. Kami juga berusaha untuk memenuhi janji, meskipun kadang-kadang ada hal-hal yang di luar kendali kami yang menyebabkan ketidakmampuan untuk melakukannya.”

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, transaksi bisnis harus dilakukan dengan penuh amanah dan menghindari khianat, termasuk melibatkan pencatatan yang akurat dan tepat mengenai transaksi tersebut. Dalam konteks ini, Jalaludin, dalam wawancara yang dilakukan, menyampaikan bahwa,

“Sudah kami jalankan sesuai, karena ini adalah salah satu langkah dalam menjaga kepercayaan pelanggan dan mitra bisnis lainnya. Kami sudah cukup sesuai dalam memenuhi tanggung jawab terhadap kesepakatan perusahaan dengan mitra. Meskipun ada beberapa situasi di luar kendali perusahaan, kami tetap berkomitmen untuk melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap aspek-aspek yang mungkin menjadi kelemahan selama ini.”

Selain itu, adanya beberapa informan yang merasa bahwa pengelolaan dan pelayanan keuangan di unit-unit usaha Wahdah Islamiyah belum sepenuhnya sesuai atau hanya cukup sesuai dengan prinsip atau etika amanah dalam konteks etika bisnis Islam, mengindikasikan bahwa ada ruang untuk perbaikan dalam penerapan prinsip-prinsip/etika tersebut dalam praktik bisnis. Dengan kata lain, perbedaan pandangan di antara informan mengenai prinsip/etika ini menunjukkan bahwa prinsip/etika ini masih belum sepenuhnya diimplementasikan dalam praktik bisnis. Faktor ini mungkin disebabkan oleh beragamnya pendapat di masyarakat mengenai hal ini dan juga kompleksitas dalam menerapkan prinsip/etika tersebut dalam konteks bisnis.

Jalaludin, dalam keterangannya hasil wawancara, juga menyatakan bahwa,

“Masih ada kekurangan dalam hal menepati janji dalam bisnis. Terkadang, ada situasi di mana waktu penyelesaian suatu pesanan tidak sesuai dengan kesepakatan awal. Namun, perlu dicatat bahwa hal tersebut bukanlah disengaja. Kami berkomitmen untuk terus mengevaluasi dan memperbaiki aspek ini.” Pendapat yang serupa juga diungkapkan oleh Saifullah, yang dalam hasil wawancara menyampaikan bahwa,

“Secara umum, prinsip-prinsip bisnis Islam sudah diterapkan dengan baik. Namun, terkait dengan prinsip amanah, khususnya dalam hal tanggung jawab terhadap pelanggan dan memenuhi janji penyelesaian pesanan sesuai waktu, masih memerlukan evaluasi lebih lanjut.” Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kesadaran akan pentingnya mengembangkan dan meningkatkan implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam, terutama dalam hal menjaga amanah dan mematuhi janji dalam setiap aspek bisnis.

Implementasi Etika dan Prinsip/Etika Kebajikan dan Kejujuran

Dalam menganalisis implementasi etika dan prinsip kebajikan dan kejujuran, aspek yang diukur, yaitu:

1. Pengusaha melakukan kebajikan dan kejujuran dalam setiap interaksi dan transaksi dengan pihak lainnya, seperti memberikan pelayanan yang optimal, jujur terhadap kualitas produk, berkomunikasi dengan ramah, dan lainnya.
2. Pengusaha memperlakukan setiap orang dalam setiap interaksi dan transaksi dengan pihak lainnya secara baik sesuai dengan aturan yang jelas, adil, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan.
3. Pengusaha tidak melakukan praktik riba.
4. Pengusaha tidak mengurangi takaran timbangan dan senantiasa menyempurnakan takaran.

Hasil dari observasi dan wawancara terhadap responden mengenai penerapan/pengamalan prinsip kebajikan dan kejujuran ini ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 9. Berdasarkan Prinsip/Etika Kebijakan dan Kejujuran

Aspek yang di Observasi	Jawaban	N	Persentase (%)
Prinsip/Etika Kebajikan dan Kejujuran	Sangat Sesuai	19	73,1
	Sesuai	7	26,9
	Cukup Sesuai	-	-
	Kurang Sesuai	-	-
	Tidak Sesuai	-	-
	Total	26	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Tabel di atas mengindikasikan bahwa sebanyak 19 individu atau 73,1% dari para responden memilih opsi “sangat sesuai” terkait dengan implementasi dan praktik prinsip-prinsip dan etika kebajikan serta kejujuran. Sementara itu, 7 individu atau 26,9% memilih opsi “sesuai”. Tidak ada individu yang memilih opsi “cukup sesuai”, “kurang sesuai”, atau “tidak sesuai”, dengan persentase 0%. Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip dan etika kebajikan serta kejujuran di unit-unit usaha Wahdah Islamiyah sangat sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Hal ini terlihat dari dominasinya hasil persentase pada kategori “sangat sesuai” dibanding kategori lainnya.

Penerapan dan pelaksanaan prinsip amanah diukur dari beberapa aspek, termasuk kebajikan dan kejujuran dalam setiap interaksi dan transaksi, perlakuan baik terhadap setiap individu, larangan terhadap praktik riba, dan mematuhi prinsip tidak mengurangi takaran. Mayoritas responden menyatakan bahwa unit-unit usaha di Wahdah Islamiyah telah menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai, prinsip-prinsip, atau etika kebajikan dan kejujuran. Para pengusaha berusaha untuk menerapkan kebajikan dan kejujuran dalam setiap interaksi dan transaksi dengan pihak lain, seperti memberikan layanan optimal, menjaga kualitas produk dengan jujur, berkomunikasi dengan sopan, dan sebagainya. Dalam konteks ini, Saifullah, dalam wawancaranya, menyatakan bahwa,

“Sudah diterapkan dan dijalankan dengan baik, sebagai bentuk pelayanan utama kepada semua pihak. Sudah sesuai diterapkan dan telah menjadi panduan layanan

perusahaan, sesuai dengan SOP dan peraturan yang telah disepakati. Sangat sesuai dijalankan, karena modal perusahaan berasal dari investor, mitra kerja, dan sumber daya lain yang tidak melibatkan riba. Selain itu, kami berkomitmen untuk menghindari praktik riba. Kami sangat konsisten dalam menghindari kecurangan.”

Mayoritas responden juga mengakui bahwa unit-unit usaha di Wahdah Islamiyah telah memperlakukan setiap individu dalam interaksi dan transaksi dengan baik, sesuai dengan aturan yang jelas, adil, obyektif, dan dapat dipertanggungjawabkan. Irfan Mas'ud, dalam wawancaranya, mengungkapkan bahwa, “Tentu, kami terus berupaya menerapkan amanah dan menjalankan kegiatan bisnis dengan mengikuti aturan yang telah disetujui, termasuk berupaya untuk selalu adil dan obyektif dalam semua aktivitas perusahaan. Kami sama sekali tidak terlibat dalam praktik riba karena itu diharamkan.”

Selain itu, sebagian besar responden juga setuju bahwa unit usaha Wahdah Islamiyah tidak terlibat dalam praktik riba dan tidak melakukan manipulasi takaran dalam transaksi, yang keduanya merupakan implementasi prinsip-prinsip dan etika kebajikan serta kejujuran. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, keadilan merupakan perintah Allah yang wajib diterapkan oleh seluruh individu beragama Islam. Setiap Muslim diwajibkan untuk bersikap adil dalam segala hal. Tidak ada tempat bagi perilaku zalim atau penindasan; ini adalah prinsip adil. Seperti yang ditegaskan dalam surah Al-Isrā'/17: 35, memastikan hak-hak semua pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis, termasuk dengan menjaga ketepatan timbangan, merupakan contoh nyata dari keadilan dalam konteks bisnis.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Terjemahnya:

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”

Dalam hal ini, Irfan, dalam keterangan hasil wawancara juga menyatakan bahwa, “Ya, juga tidak sama sekali mengurangi takaran dan timbangan karena ini termasuk perbuatan curang dalam berbisnis. Selain itu, peringatan untuk tidak berbuat curang juga dijelaskan dalam Q.S. al Muṭaffifin/83: 1-6.”

KESIMPULAN

Pertama, dengan menggunakan indikator empat prinsip etika bisnis Islam, yaitu prinsip tauhid, keadilan, amanah, dan kebajikan atau kejujuran, disimpulkan bahwa: (1) seluruh informan (100%) menjawab bahwa prinsip/etika ketauhidan telah diterapkan/diamalkan pada unit-unit usaha yang ada di Wahdah Islamiyah; (2) mayoritas informan (61,5%) menjawab bahwa pengelolaan dan pelayanan unit-unit usaha tersebut sesuai dengan prinsip atau etika keadilan yang sejalan dengan etika bisnis Islam; (3) sebanyak 42,3% informan memilih sangat sesuai dan 42,3% informan memilih sesuai terkait penerapan/pengamalan prinsip/etika amanah pada unit-unit usaha yang ada di Wahdah Islamiyah; dan (4) sebanyak 19 orang atau 73,1% informan memilih sangat sesuai tentang penerapan/pengamalan prinsip/etika kebajikan dan kejujuran pada unit-unit usaha Wahdah Islamiyah dalam pengelolaan dan pelayanan keuangannya.

Kedua, berdasarkan hasil wawancara dan pembahasan, disimpulkan bahwa prinsip/etika bisnis Islam yang telah diterapkan memberikan manfaat dan kegunaan yang besar terhadap pengelolaan dan pelayanan unit-unit bisnis di lingkungan Wahdah Islamiyah, dengan rincian sebagai berikut:

- a. Tauhid. Implementasi prinsip/etika ini diyakini oleh pelaksana unit bisnis sebagai faktor yang dapat membawa keberkahan, yang pada gilirannya akan memberikan keuntungan bagi perusahaan atau unit-unit bisnis yang ada. Hal ini didasari oleh keyakinan pada hadis Rasulullah yang bermakna “pedagang yang jujur kelak di surga akan bersanding bersama dengan Rasulullah”.
- b. Keadilan. Implementasi prinsip/etika ini diyakini oleh pelaksana unit bisnis sebagai faktor yang dapat menciptakan lingkungan kerja yang adil, inklusif, bermartabat, dan sesuai dengan syariat Islam. Dengan implementasi prinsip/etika ini, karyawan akan merasa bahagia dan nyaman sehingga dapat bekerja dengan lebih baik dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.
- c. Amanah. Implementasi prinsip/etika ini diyakini oleh pelaksana unit bisnis sebagai faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan *costumer* dan pihak lainnya sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan.
- d. Kebajikan atau kejujuran. Implementasi prinsip/etika ini diyakini oleh pelaksana unit bisnis sebagai faktor yang dapat meningkatkan dan memberikan pelayanan prima kepada semua pihak karena prinsip/etika ini menunjang pengelolaan bisnis yang sesuai dengan pedoman pelayanan perusahaan, SOP, dan aturan yang telah disepakati. Selain itu, implementasi prinsip/etika juga mendasari para pelaku usaha di unit-unit bisnis yang ada untuk selalu berlaku jujur, objektif, dan menjauhi praktik-praktik haram dalam setiap aktivitas perusahaan sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Beberapa informan menganggap bahwa manajemen dan layanan keuangan di unit-unit usaha Wahdah Islamiyah belum sepenuhnya sesuai atau cukup sesuai dengan prinsip-prinsip dan etika amanah dalam konteks bisnis Islam. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk meningkatkan penerapan prinsip-prinsip dan etika tersebut dalam praktik bisnis. Oleh karena itu, dianjurkan agar unit-unit usaha di Wahdah Islamiyah melakukan perbaikan dengan merumuskan standar prosedur kerja yang mengikuti prinsip-prinsip dan etika bisnis Islam.

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi pelaku bisnis maupun pemerintah dalam menerapkan prinsip-prinsip dan etika bisnis Islam dalam operasi bisnis. Kami berharap bahwa temuan ini dapat menjadi sumber informasi dan referensi yang bermanfaat untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya etika bisnis Islam serta membantu meningkatkan kualitas praktik bisnis dalam kerangka Islam. Terakhir, kami mengucapkan terima kasih kepada para informan yang telah berpartisipasi dalam wawancara ini dan berkontribusi dengan pandangan mereka mengenai topik yang kompleks ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Qanitha An Nabila, Nafisah Maulidia Chusma, Cindy Nurul Aulia Putri, and Fitri Nur Latifah. “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia.” *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* 1, no. 2 (2021): 166–81.
- al-Rahmān Al-Sa'dī, 'Abd. *Taysīr Al-Karīm Al-Rahmān Fī Tafsīr Al-Kalām Al-Mannān*. Riyadh, KSA: Dar al-Salam, 2002.
- Amalia, Fitri. “Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil,” 2014.

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. XIV. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Azizah, Eri Nur, Suryati Suryati, and Candra Darmawan. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Makarti Jaya Kabupaten Banyuasin)." *Social Science and Contemporary Issues Journal* 1, no. 1 (2023): 58–68.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Djaali, H, and Pudji Muljono. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan Gramedia Indonesia*. Jakarta: Gramedia Indonesia, 2007.
- Durin, Ramzi. "Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis." *VALUTA* 6, no. 1 (2020): 32–40.
- Hamid, Abdul, and Muhammad Kamal Zubair. "Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah." *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2019): 16–34.
- Ibn Mūsā, Ḥisām al-Dīn. *Fiqhu Al-Tajir Al-Muslim*. al-Quds: al-Maktabah al-'Imiyah wa Dār al-Ṭayyib liṭṭibā'ah wa al-Nasyr, 2005.
- Irawan, Heri. "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai." Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017.
- Irma. "Implementasi Nilai Pemasaran Syariah Pada Produk Syariah Bumiputra 1912 Cabang Palopo." IAIN Palopo., 2015.
- Ismawati. "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Sistem Operasional Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Kota Palopo." Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2019.
- Jubaedi, Jubaedi. "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor)." *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan* 1, no. 1 (2018): 11–20.
- Khotimah, Khusnul. "Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Di Aflah Bakery Yogyakarta." *Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2017.
- Khudzaefah. "Implementasi Etika Bisnis Islam Dan Promosi Dalam Peningkatan Komunikasi Kinerja Pada Bank Muamalat Jatibarang." IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2017.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya, 2021.
- Nawatmi, Sri. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Fokus Ekonomi* 9, no. 1 (2010): 24402.
- Nawawi, Hadari, and Martini Hadari. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. II. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1995.
- Sampurno, Wahyu Mijil. "Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Home Industri Di Era Global." *Universitas Islam Indonesia Yogyakarta: Skripsi*, 2016.
- Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 25th ed. Bandung: Alfabeta, 2017.
<https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/206060/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d.html>.
- Sugiyono, P D. "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,



- Kombinasi, Dan R&D.” Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 2017.
<https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/206060/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d.html>.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Susanti, Evi. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mebel Di Cv. Jati Karya Palembang.[Skripsi].” Uin Raden Fatah Palembang, 2017.
- Umar, Husein. “Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, Ed. 2, Cet. 13.” Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Yani, Erly Juli. “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Ummul Qura* 7, no. 1 (2016): 66.
- Zein, A. “Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Perbankan.” IAIN Bone, 2020.