



Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelaksanaan Penjualan Sapi pada CV Limusin Group Bondowoso

Darul Istiqomah¹, Airlangga Bramayudha²

¹²Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya
Darulitqomah1506@gmail.com

Sections Info	ABSTRACT
Article history: Received: May, 22, 2024 Revised: June, 23, 2024 Accepted: June, 28, 2024 Published online: June, 30, 2024 Keywords: business ethics, business, Islamic business ethics	<i>This research aims to analyze the Application of Islamic Business Ethics in the Implementation of Cattle Sales at the Cv Limusin Group Bondowoso in knowing Islamic business ethics and the principles of Islamic business ethics. This research uses qualitative research methods to collect data through interviews with various stakeholders, including managers, marketing staff, finance, production, personnel and company customers. The data analysis technique begins with the results of interview and interview data, then documentation in the form of evidence that matches the data regarding the matter in the form of transcripts. The data validation technique uses data triangulation. The results of the research explain several obstacles faced, such as the need for halal certification, monitoring production processes, and customer education. However, various strategies have been proposed to overcome these obstacles, such as employee training, cooperation with religious authorities, and close monitoring during the production process. Although there are still challenges that need to be overcome, implementing Islamic business ethics has provided benefits for companies, including customer trust and improved reputation. Therefore, the conclusion is that with the right commitment and appropriate strategy businesses can successfully implement Islamic business ethics in their operations.</i>
Kata Kunci : <i>Etika bisnis; etika bisnis Islam.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pelaksanaan Penjualan Sapi Pada Cv Limusin Group Bondowoso dalam mengetahui etika bisnis Islam dan prinsip-prinsip etika bisnis Islam Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data melalui wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk manajer, staf pemasaran, keuangan, produksi, personalia, dan pelanggan perusahaan. Teknik analisis data dimulai dengan hasil data wawancara, dan wawancara, kemudian dokumentasi berupa bukti yang sesuai dengan data mengenai hal yang berupa transkrip. Teknik validasi data menggunakan triangulasi data. Hasil dari penelitian menjelaskan beberapa kendala yang dihadapi, seperti kebutuhan akan sertifikasi halal, pemantauan proses produksi, dan edukasi pelanggan. Namun, berbagai strategi telah diusulkan untuk mengatasi kendala ini, seperti pelatihan karyawan, kerjasama dengan otoritas keagamaan, dan pemantauan ketat selama proses produksi. Meskipun masih ada tantangan yang perlu diatasi, menerapkan etika bisnis Islam telah memberikan keuntungan bagi perusahaan, termasuk kepercayaan pelanggan dan peningkatan reputasi. Oleh karena itu, kesimpulannya adalah bahwa dengan komitmen yang tepat dan strategi yang sesuai bisnis dapat berhasil menerapkan etika bisnis Islam dalam operasinya.

A. PENDAHULUAN

Etika Bisnis Islami mendefinisikan lebih khusus tentang bisnis Islami yaitu serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayaguna hartanya karena aturan halal dan haram.¹ Tujuan dari etika itu sendiri yaitu menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupan. Kedua, etika sebagai refleksi kritis dan rasional. Etika membantu manusia bertindak secara bebas tetapi dapat dipertanggung jawabkan.²

Etika bisnis Islam sangat diperlukan dalam menjalankan kegiatan bisnis mengingat fakta yang terjadi pada saat ini adalah bisnis telah kian terpuruk oleh tangan-tangan orang yang tidak memiliki etika dan moral. Bisnis tidak lagi dijalankan dengan semangat kejujuran dan keadilan. Skandal tersebut menyebutkan betapa para pebisnis semakin membabi buta menghalalkan segala cara untuk mengeruk keuntungan pribadi tanpa peduli hal itu merugikan pihak lain. Seperti yang terjadi dalam perdagangan atau jual beli, tidak sedikit para pedagang yang mengelabui pembeli, bahkan terkadang ada pedagang yang mengambil keuntungan di luar batas. Hal tersebut terjadi karena dalam berdagang mereka tidak menerapkan etika bisnis Islam.³

Etika bisnis itu sendiri memiliki manfaat untuk membantu manusia bertindak secara bebas tetapi dapat dipertanggung jawabkan.⁴ Etika ini sangat erat hubungannya dengan perilaku manusia, khususnya perilaku para pelaku bisnis, apakah berperilaku etis ataukah berperilaku tidak etis. Secara spesifik, tentang hubungan etika dengan etika bisnis, Vincent Barry dalam bukunya *Moral issue in business*, menyatakan: "*Business ethics is the study of what constitutes and human conduct, including related action and values, in a business contact*" (etika bisnis adalah studi tentang baik buruknya mengenai sikap manusia, termasuk tindakantindakan relasi dan nilai-nilai dalam kontrak bisnis). Dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis merupakan perilaku bisnis dalam mengembangkan tugas dan tanggung jawabnya, apakah benar-benar sesuai dengan norma yang ada.⁵

Perkembangan agama Islam memberikan pandangan positif terhadap perdagangan dan kegiatan bisnis. Hal ini dibuktikan dengan profesi nabi Muhammad SAW sebagai seorang pedagang, Islam juga sangat menganjurkan penganutnya agar mencari rizki melalui jalan perdagangan, bahkan dalam sebuah hadits nabi bersabda: "Hendaklah kalian berdagang karena berdagang merupakan sembilan dari sepuluh pintu rizki". (HR Al Mughni 'an Hamliil Asfar)

Dari hadits di atas dijelaskan bahwa bisnis merupakan profesi yang paling mulia asalkan dalam prosesnya mengikuti rambu-rambu yang telah ditetapkan. Rambu-rambu tersebut diantaranya: carilah yang halal lagi baik, tidak menggunakan cara

¹Supandi Rahman, "Bisnis Dalam Islam," *Jurnal Ekonomi Syariah, Pascasarjana, Iain Sultan Amai Gorontalo Vol. 1, Nomor 1, April (2020):h.56*

²Biki Zulfikri Rahmat, "Social Responsibility Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah vol.1 No. 1 Januari (2017):h. 100*

³Muhammad Farid, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi Di Pasar Hewan Pasirian," *Iqtishodunavol. 4No. 2 Oktober (2015):h.130-131*

⁴Dahruji and Arif Rachman Eka Permata, 'Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Tinjauan Teoritik Dan Empiris Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 4,1 (2017), 1–11.

⁵Dahruji and Arif Rachman Eka Permata, 'Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Tinjauan Teoritik Dan Empiris Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 4,1 (2017), 1–11.

batil, tidak berlebih-lebihan atau melampaui batas, tidak di dzalimi, menjauhkan diri dari unsur riba, gharar (ketidak jelasan dan manipulatif), serta tidak melupakan tanggung jawab sosial berupa zakat, infaq dan sedekah.⁶

Perdagangan hewan termasuk perdagangan yang dilakukan di tempat-tempat warga sekitar. Para pelakunya sebagian besar terdiri dari masyarakat pedesaan, baik itu pedagang maupun pembeli. Hal ini disebabkan, masyarakat pedesaan menjadikan sapi dapat di pelihara dan di ternak serta di perjual belikan kembali. CV limusin group merupakan salah satu tempat perdagangan sapi yang ada di desa wringin Bondowoso. Keberadaan pasar tersebut menjadikan kegiatan perdagangan sapi di daerah sekitar desa wringin Bondowoso menjadi lebih dimudahkan dari pada harus bertransaksi di lain tempat yang lebih jauh. CV limusin group juga merupakan tempat yang populasi pedagangnya cukup baik. Ketika sudah mendapatkan hasil untung yang banyak dan mencapai target semua karyawan akan mendapatkan reward seperti jalan-jalan bersama. Meskipun demikian, penting untuk dicatat bahwa CV Limusin Group tetap memastikan bahwa proses tersebut bertujuan untuk menciptakan semangat kerja untuk pencapaian target serta kesuksesan perusahaan.

Bisnis dalam dunia modern merupakan realitas aktivitas yang sangat kompleks. Dalam kegiatannya, bisnis dipengaruhi oleh tiga faktor penting antara lain organisatoris-manajerial, ilmiah-teknologis, dan politiksosial-budaya. Bisnis sebagai kegiatan sosial dapat dilihat dari tiga sudut pandang, ekonomi, hukum dan etika. Bisnis dalam pandangan ekonomi berarti kegiatan ekonomi yang berbentuk tukar-menukar, jual-beli, memproduksi, memasarkan, bekerja-mempekerjakan dan aktifitas lainnya, dengan maksud mencari keuntungan.⁷ Hal ini lah yang nantinya berkenaan dengan etika pembisnis itu sendiri. Selain itu perlu adanya nilai moral dalam bisnis, karena bisnis yang baik bukan hanya bisnis yang menguntungkan akan tetapi juga harus baik secara moral.

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penulisan tugas akhir ini penulis memilih judul **"Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pelaksanaan Penjualan Sapi Pada CV Limusin Group Bondowoso"**

B. LANDASAN TEORI

Menurut Magnis Suseno, etika adalah sebuah ilmu dan bukan ajaran, yang menurutnya adalah etika dalam pengertian kedua. Sebagai ilmu yang terutama menitik beratkan refleksi kritis dan rasional, etika dalam kedua ini mempersoalkan apakah nilai dan norma moral tertentu harus dilaksanakan dalam situasi konkret tertentu yang dihadapi seseorang.⁸

Secara umum etika dapat didefinisikan sebagai satu usaha sistematis, dengan menggunakan akal untuk memaknai individu atau sosial kita, pengalaman moral, di mana dengan cara itu dapat menentukan peran yang akan mengatur tindakan manusia dan nilai yang bermanfaat dalam kehidupan.⁹

Etika Bisnis Dalam Islam Etika bisnis yang Islami merupakan suatu proses dan

⁶Muhammad Farid ,” Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi Di Pasar Hewan Pasirian ,”*Iqtishodunavol*. 4No. 2 Oktober (2015):h. 126-127

⁷ Mabarroh Azizah,” Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Konsep Green Economics,” :*Jurnal Kajian Ilmu Hukum*, ISSN: 2548-4729(e) |2302-1128(p):h. 238

⁸Ahmad Syafiq, ‘Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam’, *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5.1 (2019), 96–113 <<https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>>.

⁹*Ibid* 109.

upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya melakukan hal yang benar berkenaan dengan aktivitas bisnisnya. Konsep umum dan standar yang dilakukan menyangkut perilaku moral, tanggungjawab dan bermoral. Intinya etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu kegiatan usaha/perusahaan. Etika bisnis Islami merupakan studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kegiatan bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.¹⁰

Menurut Yusanto dan Wijaya Kusuma mendefinisikan lebih khusus tentang bisnis Islami yaitu serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya termasuk profit, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.¹¹

Dalam Islam, etika bisnis Islam menuntut dan mengarahkan kaum muslimin untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dibolehkan dan dilarang oleh Allah SWT termasuk dalam melaksanakan aktivitas ekonomi. Manusia bebas melakukan kegiatan ekonomi untuk meningkatkan taraf hidupnya. Etika dalam bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan moral dalam praktek bisnis yang mereka hadapi. Etika bisnis Islam harus dipahami secara benar sehingga kemungkinan kehancuran bisnis akan kecil dan dengan etika yang benar tidak akan merasa dirugikan dan mungkin masyarakat dapat menerima manfaat yang banyak dari kegiatan jual dan beli yang dilakukan.¹²

Hal ini dapat dilihat dari lima konsep etika bisnis Islam yaitu:

- 1) Bekerjasama dengan mencari keuntungan yang baik dan halal.

Mendapatkan keuntungan adalah prioritas utama dalam berdagang, keuntungan yang halal adalah kewajiban bagi umat muslim, manusia bisa menyimpulkan bahwa halal-haramnya rezeki yang diperoleh dan kita konsumsi akan mempengaruhi kualitas hubungan manusia dengan Allah Swt. Dari sini pula bisa melakukan introspeksi. Menurut Afuah Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dana menjual barang ataupun jasa agar mendapatkan keuntungan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat dan ada di dalam industri. Bisnis menurut Haney adalah aktivitas manusia yang dihubungkan dengan produksi ataupun memperoleh kekayaan melalui pembelian dan penjualan barang. Lebih lanjut Peterson dan Plowman menjelaskan bahwa bisnis merupakan serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan penjualan ataupun pembelian barang dan jasa yang secara konsisten berulang.¹³

- 2) Menerapkan harga yang sesuai

Kotler dan Armstrong mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan Kotler dan Keller

¹⁰Angga Syahputra, 'Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam', *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1.1 (2019), 21–34 <<https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v1i1.707>>.

¹¹*Ibid* 95.

¹²¹²Ahmad Syafiq, 'Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam', *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5.1 (2019), 96–113 <<https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>>.

¹³M Rendi Aridhayandi, 'Kajian Tentang Penerapan Sanksi Pidana Terhadap Pelaku Yang Melakukan Perbuatan Curang Dalam Bisnis Dihubungkan Dengan Pasal 379a Kitab Undang-Undang Hukum Pidana', *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi*, 8.2 (2017), 80 <<https://doi.org/10.28932/di.v8i2.725>>.

mengartikan harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Berdasarkan definisi menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah nilai uang yang ditentukan oleh penjual barang/jasa dan dibayar oleh pembeli suatu produk barang/jasa guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli.¹⁴

3) Pelayanan yang baik

Menurut Suparlan Pelayanan ialah sebuah usaha pemberian bantuan ataupun pertolongan pada orang lain, baik dengan berupa materi atau juga non materi agar orang tersebut bisa mengatasi masalahnya itu sendiri. Pelayanan yang baik dengan demikian merupakan perwujudan serta pemenuhan kebutuhan teratas yakni aktualisasi diri. Aktualisasi diri tidak sama dengan menonjolkan diri, tetapi lebih berarti menghadirkan diri sebagaimana adanya.¹⁵

4) Bertanggung Jawab

Menurut Stevenson tanggung jawab berarti bahwa kita menjawab untuk apa yang kita lakukan. Jika kita akan melakukan sesuatu, ikuti janji kita. Jika kita mengikuti suatu kesalahan, kita harus jujur dengan kesalahan tersebut dan bertanggung jawab dengan menanggung akibatnya. Sementara tanggung jawab secara literal berarti kemampuan untuk merespon atau menjawab. Itu artinya tanggung jawab berorientasi kepada orang lain, memberikan perhatian, dan secara aktif memberikan respons terhadap apa yang mereka inginkan. Tanggungjawab menekankan pada kewajiban positif untuk saling melindungi satu sama lain. Tanggung jawab lebih bersifat meminta kita untuk mencoba, melalui cara apapun yang kita dapat, dari sekedar tahu sampai mendukung satu sama lain, meringankan beban sesama, dan membuat dunia ini sebagai tempat yang lebih baik dari semua orang. Tanggung jawab bukan sifat yang dibawa sejak lahir atau diwarisi dari orangtua. Tanggung jawab harus dipelajari melalui pengalaman.¹⁶

5) Amanah

Menurut Abdul Qodir Mahjubi, amanah adalah lawan dari khianat. Amanah terkait dengan perintah-perintah Allah berupa hak-hak yang Allah titipkan kepada para hamba-Nya yang mukallaf, Allah perintahkan mereka agar menjaganya dan menunaikannya dengan sesempurna mungkin. Sebagaimana amanah juga terkait dengan segala yang dipercayakan kepada seseorang, baik yang dipercayakan kepadanya bersifat materi maupun maknawi.¹⁷

prinsip-prinsip bisnis yang lebih manusiawi seperti yang diajarkan oleh ajaran Islam, yang dicontohkan oleh Rasulullah saw, yaitu:

1) *Customer Oriented*

Dalam bisnis, Rasulullah saw menerapkan prinsip *customer oriented*, yaitu

¹⁴Rizal Wahyu Kusuma, 'Rizal Wahyu Kusuma Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya', 4 (2015), 1–17 <<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3143/3159>>.

¹⁵Loren Goa, 'Pelayanan Pastoral Bagi Sesama Yang Membutuhkan', *SAPA Jurnal Kateketik Dan Pastoral*, 3 (2018), 107–25.

¹⁶Yoyo Zakaria Ansori, 'Menumbuhkan Karakter Hormat Dan Tanggung Jawab Pada Siswa Di Sekolah Dasar', *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 7.3 (2021), 599–605 <<https://doi.org/10.31949/educatio.v7i3.1120>>.

¹⁷Agung Wahyu Adhy, Abas Mansur Tamam, and Imas Kania Rahman, 'Amanah Orang Tua Terhadap Perkembangan Dan Pendidikan Anak Prenatal Dalam Perspektif Islam', *TARBAWI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 8.02 (2023), 36–55 <<https://doi.org/10.26618/jtw.v8i02.10057>>.

prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan. Untuk melakukan prinsip tersebut Rasulullah saw menerapkan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam melaksanakan kontrak bisnis. Jika terjadi perbedaan pandangan maka diselesaikan dengan damai dan adil tanpa ada unsur-unsur penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak. Dampak dari prinsip yang diterapkan, Para pelanggan Rasulullah saw tidak pernah merasa dirugikan. Tidak ada keluhan tentang janji-janji yang diucapkan, karena barang-barang yang disepakati dalam kontrak tidak ada yang dimanipulasi atau dikurangi. Untuk memuaskan pelanggan ada beberapa hal yang selalu Nabi perintahkan.¹⁸

Seorang pebisnis berlaku jujur yang dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana yang ia inginkan dengan cara menjelaskan kelemahan, kekurangan serta kelebihan barang yang ia ketahui kepada orang atau mitranya, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat oleh orang lain, pada zaman sekarang masyarakat umum sering tertipu oleh perlakuan para pebisnis yang tidak jujur atau suka menipu yaitu dengan menonjolkan keunggulan barang tetapi menyembunyikan cacatnya, Allah Swt berfirman dalam Q.S alMutaffifin/83:1-3 :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۚ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۖ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۚ

Terjemahnya:

Celakalah bagi orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang. Yakni orang-orang yang dimana menerima takaran dari orang lain dan minta di cukupkan. Dan apabila mereka manakar dan menimbang bagi orang lain mereka mengurangi". (Q.S alMutaffifin/83:1-3)¹⁹

2) Transparasi

Prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam bisnis merupakan kunci keberhasilan. Apapun bentuknya, kejujuran tetap menjadi prinsip utama sampai saat ini. Transparansi terhadap kosumen adalah ketika seorang produsen terbuka mengenai mutu, kuantitas, komposisi, unsur-unsur kimia dan lain-lain agar tidak membahayakan dan merugikan konsumen. Prinsip kejujuran dan keterbukaan ini juga berlaku terhadap mitra kerja. Seorang yang diberi amanat untuk mengerjakan sesuatu untuk membeberkan hasil kerjanya dan tidak menyembunyikannya.

Bencana terbesar didalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga, oleh karenanya salah satu karakter pedagang yang terpenting dan diridhai Allah Swt ialah kebenaran.

Islam menganjurkan agar umatnya menunaikan amanat dengan sebaik-baiknya sebagaimana firman Allah Swt Q.S an-Nisa/4:58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Terjemahannya :

Sungguh Allah Swt menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil". (Q.S an-Nisa/4:58)²⁰

3) Persaingan sehat

Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan

¹⁸Faisal Badroen, Dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2006), h. 4-5.

¹⁹ Al-Quran surat Al Mutaffifin ayat 1-3, *Al-Qur'an dan terjemah*, (Bandung : Mushaf Al-Azhar, 2014), h. 587

²⁰ Al-Quran surat An-nisa ayat 4, *Al-Qur'an dan terjemah*, (Bandung : Mushaf Al-Azhar, 2014), h. 77

tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya.

Rasulullah saw memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan jujur dengan kondisi barang dagangan serta melarang kolusi dalam persaingan bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus di jauhi.

C. METODE PENELITIAN

Metode adalah informasi yang cukup bagi pembaca untuk dapat mengikuti arus penelitian dengan baik sehingga pembaca yang akan meneliti / mengembangkan penelitian serupa memperoleh gambaran tentang langkah-langkah penelitian. Bagian ini menjelaskan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, data yang digunakan (jenis dan sumber), teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data (analisis model).

1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Pada penelitian yang berjudul “ Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pelaksanaan Penjualan Sapi Pada Cv Limusin Group Bondowoso.

Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi inquiri yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui aplikasi prosedur ilmiah secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada dalam penelitian kualitatif. Metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen.

2. Lokasi Dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan CV limusin group. Lokasi penelitian ini berada wringin bondowoso, jawa timur. Peneliti memilih CV limusin group untuk memperoleh informasi mengenai penerapan etika bisnis islam pada CV tersebut.

3. Jenis Dan Sumber Data

Data penelitian pada dasarnya adalah segala informasi atau bahan yang disediakan oleh alam (dalam arti luas) yang perlu dicari, dikumpulkan, dan diseleksi oleh peneliti. Menurut Edi Subroto Data penelitian adalah informasi tentang segala sesuatu yang menjadi topik dan pokok penelitian. Data penelitian dapat digali dan dikumpulkan dari berbagai sumber data, antara lain: Dokumen, informan, peristiwa atau kegiatan, tempat atau tempat dan benda.

Terdapat dua jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Menurut Yusof data primer adalah data yang mengandung informasi yang diperoleh langsung dari sumber alam untuk menjawab hasil penelitian. Peneliti mengumpulkan data ini melalui metode eksperimen atau penelitian lapangan, seperti survei, observasi, wawancara, dan lain-lain. Peneliti menggunakan data primer untuk mendapatkan informasi secara langsung dan mendalam mengenai penerapan rekrutmen dan seleksi anggota pada CV Limusin Group.

b. Data Sekunder

Menurut Marican data sekunder mengacu pada data yang dikumpulkan oleh peneliti lain. Misalnya, data yang dikumpulkan sebelumnya untuk tujuan penelitian tertentu. Materinya masih relevan dan dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau untuk mengembangkan informasi baru untuk penelitian saat ini. Dalam perjalanan penelitian ini, peneliti menggunakan catatan, laporan resmi, bukti yang ada atau arsip yang diterbitkan agar tersedia sebagai sumber informasi. Peneliti menggunakan data sekunder untuk memperluas pengetahuan tentang penerapan etika bisnis Islam. Informasi sekunder digunakan untuk mengkonfirmasi hasil yang diperoleh melalui wawancara langsung dan untuk mengisi kebutuhan akan informasi yang dikumpulkan sebelumnya.

c. Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh melalui sumber berikut:

1. Narasumber (*informant*)

Narasumber merupakan sumber informasi yang tidak hanya memberikan jawaban atas permasalahan yang disajikan. Tetapi juga orang yang memilih arah dan senang menyajikan informasi yang mereka terima. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah direktur atau pimpinan CV Limusin Group.

2. Observasi

Nasution (1988) menyatakan bahwa observasi adalah dasar dari semua ilmu pengetahuan. Ilmuwan hanya dapat bekerja atas dasar data, yaitu atas dasar fakta yang diperoleh melalui observasi. Observasi yang dilakukan peneliti, yaitu ketika dilakukan penerapan etika dalam bisnis pada CV Limusin Group.

3. Dokumentasi

Dokumen adalah rekaman peristiwa masa lalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar atau karya monumental seseorang. Penelitian dokumenter melengkapi penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi dalam penelitian ini bermanfaat untuk memperoleh atau mengetahui profil CV Limusin Group, mengetahui struktur organisasi CV Limusin Group. Dokumentasi tersebut dapat berupa dokumen tertulis, audio, video, dan foto dokumentasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penerapan Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan 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, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau usaha.²¹

Hasil dari penyajian data sebelumnya dengan informan di CV Limusin Group, terlihat bahwa CV Limusin Group ini tidak hanya menerapkan prinsip-prinsip Islam dengan sungguh-sungguh, tetapi juga memahami dan mengimplementasikan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam setiap aspek operasional. Fokus pada kejujuran, integritas, transparansi, dan pelayanan berkualitas menjadi landasan yang kuat

²¹M Iksan Purnama, 'Peran Etika Bisnis Islam Pada Industri Rumahan Sebagai Pedoman Usaha', *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law*, 4.1 (2019), 53–64 <<https://doi.org/10.24256/alw.v4i1.1588>>.

dalam menciptakan lingkungan bisnis yang beretika dan berkelanjutan. Selain itu, kesadaran akan tanggung jawab terhadap karyawan, pelanggan, dan keberlanjutan lingkungan bisnis terlihat dalam setiap pernyataan informan.

Dengan demikian CV Limusin Group memegang teguh nilai-nilai Islam dalam menjalankan bisnisnya, dan prinsip-prinsip bisnis yang diterapkan mencerminkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan. Hal ini berkaitan dengan firman Allah, yakni Q.S. Al-Hashr: 18 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.²²

Pada tafsir Ibnu Katsir di ayat tersebut menyatakan bahwa pentingnya ketakwaan, keberlanjutan, dan etika dalam kehidupan sehari-hari, sambil menegaskan perhatian terhadap akhirat sebagai tujuan utama. Dalam konteks CV Limusin Group, kesimpulan yang dapat diambil menekankan penerapan etika bisnis yang di dasarkan pada prinsip-prinsip Islam. Perusahaan diingatkan untuk menjalankan operasionalnya dengan jujur, adil, dan memperhatikan tanggung jawab sosial serta dampak jangka panjang. Kebajikan dalam bisnis seharusnya muncul dari iman, ilmu, dan hati yang ikhlas, memastikan bahwa nilai-nilai positif mendominasi kebijakan dan praktik perusahaan. Terpenting, CV Limusin Group diingatkan untuk menghindari praktik bisnis yang tidak etis, menjaga integritas, dan memastikan bahwa setiap keputusan bisnis diambil dengan mempertimbangkan norma dan moral yang sesuai dengan ajaran Islam.²³

Penerapan etika bisnis merupakan suatu keharusan dalam berbisnis, dan konsep-konsep berikut mencerminkan langkah-langkah konkret dalam menjalankan bisnis dengan integritas dan tanggung jawab. Adapun beberapa konsep penerapan etika bisnis sebagai berikut, 1) Bekerjasama dengan mencari keuntungan yang baik dan halal, 2) Menerapkan harga yang sesuai, 3) Pelayanan yang baik, 4) Bertanggung jawab, 5) Amanah.

1) Bekerjasama Dengan Mencari Keuntungan Yang Baik Dan Halal

Bekerjasama dengan mencari keuntungan yang baik dan halal merupakan pentingnya kolaborasi dan pencarian keuntungan yang sesuai dengan nilai-nilai etika dan prinsip kehalalan. Dalam konteks ini, konsep tersebut menggambarkan pendekatan bisnis yang tidak hanya mengutamakan aspek keuntungan finansial semata, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan, integritas, dan keadilan dalam mencapai keuntungan tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan beberapa narasumber, bahwa CV Limusin Group menerapkan konsep "Bekerjasama dengan mencari keuntungan yang baik dan halal" sebagai landasan utama dalam menjalankan bisnis mereka. Konsep ini menunjukkan komitmen perusahaan untuk berkolaborasi dengan semua pihak yang terlibat, termasuk mitra bisnis, pelanggan, dan karyawan, dengan tujuan mencapai keuntungan yang tidak hanya finansial, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai etika dan prinsip kehalalan.

2) Menerapkan Harga Yang Sesuai

Menerapkan harga yang sesuai merupakan suatu pendekatan dalam

²²Al-Quran surat Al-Hashr ayat 18, *Al-Qur'an dan terjemah*, (Bandung : Mushaf Al-Azhar, 2012), h. 548

penetapan harga di mana perusahaan atau bisnis menyesuaikan harga produk atau layanan mereka dengan berbagai factor, termasuk nilai pasar, biaya produksi, dan permintaan konsumen. Harga merupakan komponen penting dalam menentukan pendapatan suatu perusahaan, sebab menetapkan harga yang pas akan menciptakan permintaan yang optimal dari kedua belah pihak.

Menurut Swastha harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga memiliki persepsi yang berbeda-beda menurut pandangan setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian.²⁴

Dalam konteks ini, menerapkan harga yang sesuai dapat diartikan sebagai upaya CV Limusin Group untuk menjaga transparansi dan kejujuran dalam berbisnis. Harga yang adil menciptakan kepercayaan dari pelanggan dan mencerminkan komitmen perusahaan untuk memberikan nilai yang sepadan dengan layanan atau produk yang disediakan.

Pernyataan dari infroman menyiratkan bahwa perusahaan berkomitmen untuk memberikan penawaran harga yang adil dan sesuai dengan nilai barang atau layanan yang mereka tawarkan, sehingga menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan dan menjaga citra positif perusahaan.

3) Pelayanan Yang Baik

Pelayanan yang baik merupakan fondasi utama yang mendukung keberhasilan dan keberlanjutan suatu bisnis. Kualitas pelayanan yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler Kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Keberhasilan perusahaan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dan di mata pelanggan citra menjadi positif.²⁵

Penerapan pelayanan yang baik bukan hanya menjadi tanggung jawab karyawan CV Limusin Group, tetapi juga menjadi budaya perusahaan yang diterapkan secara konsisten. Hal ini tercermin dalam komitmen perusahaan untuk memberikan pengalaman positif kepada setiap pelanggan, menjadikan mereka merasa dihargai dan puas dengan layanan yang diberikan. Pelayanan yang baik di CV limusin group tidak hanya memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan secara individu, tetapi juga berperan dalam membangun reputasi perusahaan. Pelanggan yang merasa puas cenderung menjadi pelanggan setia dan dapat berpotensi menjadi pembawa pesan positif kepada orang lain, yang berkontribusi pada pertumbuhan bisnis dan kepercayaan masyarakat terhadap CV Limusin Group.

Oleh karena itu, pelayanan yang baik di CV Limusin Group bukan hanya sebagai upaya pemenuhan kewajiban, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang cerdas untuk mencapai keunggulan kompetitif, membangun hubungan jangka panjang, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan perusahaan itu

²⁴M. Amri Nasution, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan', *Jurnal Warta Edisi* : 59, 59, 2019, 290572
<<http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php>>.

²⁵Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, and Andriani Kusumawati, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6.2 (2013), 1–9.

sendiri.

Temuan ini menegaskan bahwa pelayanan yang baik bukan hanya sekedar kewajiban, tetapi juga menjadi strategi penting dalam menciptakan hubungan positif dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan memperkuat citra positif CV Limusin Group di pasar. Dengan demikian, penerapan pelayanan yang baik menjadi factor kunci dalam mencapai keberhasilan operasional dan keberlanjutan bisnis CV Limusin Group.

4) Bertanggung jawab

Menurut Narwanti dalam Fitriast tanggung jawab adalah sikap dan perilaku seseorang untuk melaksanakan tugas dan kewajibannya, yang seharusnya dia lakukan, terhadap diri sendiri, masyarakat, lingkungan (alam, sosial, dan budaya), Negara dan Tuhan Yang Maha Esa.²⁶

Bertanggung jawab merupakan nilai inti yang dijunjung tinggi oleh CV Limusin Group dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Tanggung jawab ini mencakup berbagai aspek, mulai dari tanggung jawab terhadap pelanggan hingga tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar. Hal ini berkaitan dengan firman Allah Dalam Q.S. al-Baqarah/2: 286, yang berbunyi :

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِن نَّسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا
إِصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا
عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

Artinya : Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): “Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami bersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang yang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tidak sanggup kami memikulnya. Beri maaflah kami, ampunilah kami dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir.”²⁷

Pada tafsir di atas yakni, ayat tersebut mengandung prinsip dasar dalam Islam tentang keadilan dan pertimbangan Allah terhadap hambanya. Allah menegaskan bahwa dia tidak membebani seseorang melebihi batas kemampuannya. Artinya, setiap individu diberi ujian dan tanggung jawab sesuai dengan kapasitasnya. Oleh karena itu CV Limusin Group diarahkan untuk menjalankan bisnis dengan penuh tanggung jawab, memberikan pelayanan yang adil dan sesuai, serta memohon perlindungan serta bantuan Allah dalam mengelola sumber daya dan mengatasi bisnis, sejalan dengan prinsip-prinsip agama Islam.²⁸

Berdasarkan hasil temuan dari wawancara dengan informan-informan terkait CV Limusin Group, dapat di disimpulkan bahwa perusahaan ini menjunjung tinggi nilai-nilai seperti etika bisnis Islam, kejujuran, keamanan, kenyamanan pelanggan, dan tanggung jawab social. Para informan menekankan

²⁶Risma Mila Ardila, Nurhasanah, and Moh Salimi, ‘Pendidikan Karakter Tanggung Jawab Dan Pembelajarannya Di Sekolah’, *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Pendidikan*, 2017, 79–85.

²⁷Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 286, *Al-Qur’an dan terjemah*, (Bandung : Mushaf Al-Azhar, 2012), h. 49

²⁸Azizah Hanum OK, ‘Problem Solving Dalam Konseling Islam’, *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 1.2 (2020), 133–42 <<https://doi.org/10.51849/j-p3k.v1i2.32>>.

penerapan nilai-nilai keislaman dalam segala aspek bisnis, termasuk transaksi keuangan pelayanan pelanggan, dan hubungan dengan karyawan.

5) Amanah

Amanah merupakan salah satu konsep kunci dalam Islam. Sebab amanah merupakan tolak ukur dari keimanan seseorang. Amanah sebanding dengan keimanan seseorang secara umum. Dengan demikian, jika ingin melihat keimanan seseorang, dapat dilihat dengan amanah seseorang terhadap Allah, orang lain dan dirinya sendiri.²⁹ Amanah merupakan nilai atau prinsip dalam Islam yang mengacu pada kejujuran, kepercayaan, dan tanggung jawab dalam melaksanakan tugas atau amanah yang diberikan. Dalam konteks bisnis, amanah mengandung makna bahwa seorang pengusaha atau pelaku bisnis bertanggung jawab untuk menjalankan usahanya dengan itikad baik, kejujuran, dan keadilan. Amanah merupakan dasar utama dalam segala aktifitas ibadah maupun muamalah dalam penghambaan diri kepada Allah, karena dengan amanah itulah manusia melakukan aktifitas darisemua perintah dan larangan dari Allah sebagaimana tercantum dalam Q.S. Adh-Zariyat: 56.

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ٥٦

Artinya: Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.³⁰

Maksud yang terkandung dalam ayat ini menurut Wahbah Al-Zuhaili adalah "Aku tidak menginginkan dari penciptaan mereka untuk menarik manfaat untuk-Ku dan tidak pula untuk menghalau mudharat dari-Ku seperti apa yang biasanya diinginkan oleh para majikan dari parabudak mereka. Karena sesungguhnya Allah SWT adalah Dzat Yang Mahakaya Yang senantiasa memberi, Dzat Yang Maha Pemberi rezeki Yang memberi rezeki kepada semua makhluk-Nya dan menegakkan apa yang baik dan maslahat bagi mereka. Allah SWT adalah Dzat Yang mempunyai kekuasaan dan kekuatan, Dzat Yang Mahakukuh kekuatan-Nya. Allah SWT tidak menciptakan mereka untuk suatu manfaat yang mereka persembahkan kepada-Nya. Oleh karena itu, mereka haruslah melaksanakan apa yang menjadi maksud dan tujuan diciptakannya mereka, yaitu beribadah" (Az-Zuhaili, 2013, p. 77). Penegasan Allah dalam ayat ini adalah perintah beribadah yang merupakan amanah untuk dikerjakan. Karena tujuan jin dan manusia diciptakan adalah untuk beribadah, maka apapun yang dilakukan harus bernilai ibadah.³¹

Dalam wawancara dengan informan dari CV Limusin Group, nilai amanah muncul sebagai aspek penting dalam menjalankan bisnis. Para informan menegaskan bahwa kejujuran dan amanah menjadi kunci untuk membangun kepercayaan pelanggan. Dengan adanya amanah, diharapkan pelanggan dapat merasa yakin dan nyaman dalam bertransaksi dengan perusahaan.

Dalam bisnis sapi, informan menyatakan bahwa harga sapi sudah ditentukan sesuai dengan besar kecilnya dan kualitas hewan. Kesepakatan harga ini merupakan amanah antara penjual dan pembeli, dan pihak CV Limusin Group berkomitmen untuk menjaga kejujuran dalam transaksi tersebut.

²⁹Rahmad Hakim and Adib Susilo, 'Makna Dan Klasifikasi Amanah Qur'ani Serta Relevansinya Dengan Pengembangan Budaya Organisasi', *AL QUDS : Jurnal Studi Alquran Dan Hadis*, 4.1 (2020), 119 <<https://doi.org/10.29240/alquds.v4i1.1400>>.

³⁰Al-Quran surat Adh-Zariyat ayat 56, *Al-Qur'an dan terjemah*, (Bandung : Mushaf Al-Azhar, 2012), h. 523

³¹Iwan Hermawan and Nurwadjah Ahmad, 'Konsep Amanah Dalam Perspektif Pendidikan Islam', *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama*, 12.2 (2020), 141–52 <<https://doi.org/10.37680/qalamuna.v12i2.389>>.

2. Prinsip-Prinsip Bisnis Dalam Islam

Prinsip adalah turunan dari nilai yang bersifat implementatif, konkrit, dan spesifik bahkan terkadang sebagian bersifat umum prinsip bisa dijadikan landasan berpikir dan menentukan arah dalam mencapai sebuah tujuan. Menurut Atang Abd. Hakim prinsip memiliki Prinsip merupakan asas atau fondasi kebenaran yang menjadi pokok dasar pijakan bagi seseorang untuk berfikir dan bertindak.³² Menurut Muhammad Saifullah etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis. Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma yang mana para pelaku bisnis harus menjunjungnya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat.³³ Islam sebagai agama peradaban pada hakikatnya telah meletakkan prinsip-prinsip profesionalitas dalam manajemen, khususnya yang berkaitan dengan bagaimana seorang pemimpin manage atau memberdayakan manusia dalam suatu organisasi atau suatu pekerjaan, untuk mencapai kesuksesan yang optimal. Adapun prinsip-prinsip Bisnis dalam Islam yang sering digunakan yaitu seperti *Customer Oriented*, Transparansi, Persaingan sehat, dan lain sebagainya.

1) *Customer Oriented*

Menurut Avlonitis *customer oriented* atau orientasi pelanggan adalah sikap konsumen dalam memberikan penjelasan atau pengertian terhadap pelanggan dalam mendahulukan kebutuhan pelanggan, menjadi problem solver bagi pelanggan, hanya merekomendasikan produk yang benar-benar dibutuhkan pelanggan, dan mencari produk yang membantu pelanggan.³⁴ Bagi perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer oriented*), kepuasan pelanggan menjadi sasaran kiat pemasaran. Pelanggan yang dapat tingkat kepuasan tinggi akan memberi ikatan pada merek produk, bukan hanya preferensi nasional dan akhirnya semua ini membangun loyalitas pelanggan.

2) Transparansi

Menurut Lalolo transparansi adalah prinsip yang menjamin akses atau kebebasan bagi setiap orang untuk memperoleh informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan, yakni informasi tentang kebijakan, proses pembuatan serta hasil yang dicapai.³⁵ Transparansi merupakan prinsip atau kondisi dimana informasi, kebijakan keputusan, dan proses dalam suatu organisasi atau system bisnis diungkapkan secara jelas dan dapat diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam konteks bisnis, transparansi mencakup keterbukaan dalam mengenai keuangan, operasional, dan praktek bisnis suatu entitas.

Prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam bisnis merupakan kunci

³²Kholid Musyaddad, 'Kholid Musyaddad PRINSIP PRINSIP MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PERSPEKTIF ISLAM', *Prinsip Prinsip Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Islam*, 2014, 1–29.

³³Muhammad Saifullah, 'Mal Bisnis Muhammad', November, 2010, 27–46.

³⁴Verawaty, Imam Islah, and Abigail Jaya Pakkang, 'Analisis Customer Oriented Terhadap Kepuasan Pelanggan Del Manggo Makassar', *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 4.2 (2021), 56–61
<<https://doi.org/10.56858/jmpkn.v4i2.40>>.

³⁵Adianto Asdi Sangki, Ronny Gosai, and Josef Kairupan, 'PENERAPAN PRINSIP TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS DALAM PENGELOLAAN ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA DESA (Suatu Studi Di Desa Tandu Kecamatan Lolak Kabupaten Bolaang Mongondow)', *Jurnal Eksekutif*, 1.1 (2017), 12.

keberhasilan. Apapun bentuknya, kejujuran tetap menjadi prinsip utama sampai saat ini. Transparansi terhadap kosumen adalah ketika seorang produsen terbuka mengenai mutu, kuantitas, komposisi, unsur-unsur kimia dan lain-lain agar tidak membahayakan dan merugikan konsumen. Prinsip kejujuran dan keterbukaan ini juga berlaku terhadap mitra kerja. Seorang yang diberi amanat untuk mengerjakan sesuatu untuk membeberkan hasil kerjanya dan tidak menyembunyikannya.

Dari penelitian melalui observasi dan wawancara di CV Limusin Group, terlihat bahwa prinsip transparansi menjadi landasan dalam penyelenggaraan bisnis. CV Limusin Group berkomitmen untuk memberikan akses dan informasi yang jelas kepada pihak-pihak yang berkelanjutan, seperti pelanggan, mitra kerja, dan pihak yang terkait lainnya. Keterbukaan mengenai keuangan, operasional, dan praktek bisnis menjadi bagian integral dari prinsip kejujuran dan keterbukaan yang dipegang teguh oleh CV Limusin Group. Dengan demikian, prinsip-prinsip transparansi ini diaplikasikan dalam konteks bisnis merea untuk membangun kepercayaan dan menghindari risiko yang dapat merugikan pihak-pihak yang terlibat.

3) Persaingan Sehat

Persaingan sehat terdiri atas dua kata, yaitu persaingan dan sehat. Persaingan (competition) dalam bahasa Inggris didefinisikan sebagai "*rivalry between two or more businessse striving for the same customer or market*" ada dua usaha atau lebih yang terlibat dalam upaya saling mengungguli. Pengertian "persaingan" tersebut merupakan definisi "persaingan" di bidang ekonomi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti persaingan adalah perihal bersaing, usaha memperlihatkan keunggulan masing masing yang dilakukan oleh perseorangan, perusahaan, dan negara pada bidang perdagangan, produksi, persenjataan, dan sebagainya. Sehat berarti berjalan dengan baik atau sebagaimana mestinya (tentang keadaan keuangan, ekonomi dan sebagainya). Jadi Persaingan Sehat adalah usaha memperlihatkan keunggulan masing masing secara baik atau sebagaimana mestinya yang dilakukan oleh perseorangan, perusahaan, dan negara pada bidang perdagangan, produksi, persenjataan, dan sebagainya.³⁶

Persaingan sehat diyakini sebagai cara yang paling baik untuk mencapai pendayagunaan sumberdaya secara optimal guna memenuhi masyarakat. Adanya rivalitas dalam dunia usaha cenderung menekan ongkos ongkos sehingga harga menjadi rendah serta kualitasnya semakin menguat. Hal ini dapat terjadi karena adanya rivalitas mendorong inovasi para pelaku usaha atas pemasok untuk menghasilkan produk secara efisien dalam basis biaya serta produk produk yang memiliki keunikan dalam sejumlah dimensi tertentu yang secara umum dihargai oleh konsumen.³⁷

Dalam konteks persaingan, CV Limusin Group mengadopsi konsep persaingan sehat, yang mengartikan persaingan sebagai upaya untuk saling mengungguli dengan memberikan yang terbaik secara adil dan baik. Mereka menilai bahwa persaingan sehat mencakup usaha yang memperlihatkan keunggulan masing-masing dengan menjalankan bisnis secara transparan, memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, dan menciptakan inovasi. CV

³⁶Dadang Iskandar, 'Persaingan Sehat Dunia Usaha Di Indonesia Dalam Hubungannya Dengan Sistem Ekonomi Syariah', *Jurnal YUSTISI*, 3.1 (2016), 8.

³⁷Dadang Iskandar, 'Persaingan Sehat Dunia Usaha Di Indonesia Dalam Hubungannya Dengan Sistem Ekonomi Syariah', *Jurnal YUSTISI*, 3.1 (2016), 8.

Limusin Group juga mencermati nilai-nilai Islam yang mengajarkan persaingan dalam kebaikan dan melarang praktik persaingan bebas yang menghalalkan segala cara. Kesimpulannya, CV Limusin Group berkomitmen menjalankan bisnisnya dengan integritas dan etika, memprioritaskan kebaikan, dan menghindari praktik-praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai agama Islam.

E. KESIMPULAN

CV Limusin Group mengedepankan prinsip-prinsip bisnis Islam dalam operasionalnya. Analisis data menunjukkan Penerapan Etika Bisnis Islam dengan sungguh-sungguh, memfokuskan pada Kejujuran, Integritas, Transparansi, Dan Pelayanan Berkualitas. Selain itu, nilai-nilai seperti tanggung jawab terhadap karyawan, pelanggan, dan lingkungan bisnis juga dipegang teguh. Secara konkret, prinsip-prinsip tersebut tercermin dalam konsep Bekerjasama Dengan Mencari Keuntungan Yang Baik Dan Halal, Menerapkan Harga Yang Sesuai, Pelayanan Yang Baik, Bertanggung Jawab, Dan Amanah. CV Limusin Group mengakui pentingnya bekerjasama mencari keuntungan yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika dan kehalalan. Penetapan harga yang adil, pelayanan yang baik, tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan, dan amanah dalam transaksi bisnis juga menjadi fokus utama perusahaan.

Lebih lanjut, prinsip-prinsip bisnis dalam Islam seperti *Customer Oriented*, Transparansi, dan Persaingan Sehat Diimplementasikan Dengan Orientasi Pada Kebutuhan Pelanggan, Keterbukaan Dalam Informasi Bisnis, Dan Persaingan Sehat. CV Limusin Group berusaha menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui pelayanan baik, menjaga kejujuran dalam transaksi dan menghindari praktik bisnis yang tidak etis. CV Limusin Group mengambil inspirasi dari prinsip-prinsip agama Islam untuk membimbing keputusan bisnisnya. Dalam konteks ini, perusahaan bukan hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga berkomitmen untuk berkontribusi positif dalam lingkungan bisnisnya dan menciptakan fondasi yang berkelanjutan serta bermoral. Dengan demikian, CV Limusin Group menjadi contoh nyata bahwa etika bisnis Islam dapat diimplementasikan dalam setiap aspek operasional perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrevinna, Mause. "Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Bidang Kecantikan." *Jurnal Tata Rias dan Kecantikan* 155, no. 1 (2020): 58–66.
- Ardianti, Febry Erfin, Nurul Qomariah, and Yohanes Gunawan Wibowo. "Pengaruh Motivasi Kerja, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT. Sumber Alam Santoso Pratama Karangasari Banyuwangi)." *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 8, no. 1 (2018).
- Arifudin, Opan. "ANALISIS BUDAYA ORGANISASI DAN KOMITMEN" 4, no. 2 (2020): 1–15.
- Bhastary, Manda Dwipayani. "Pengaruh Etika Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3, no. 2 (2020): 160–170.
- Dwianto, Agung Surya, Pupung Purnamasari, and Tukini Tukini. "Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. JAEIL INDONESIA." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 2, no. 2 (2019): 209–223.
- Fadlan, Fadlan. "Konsep Kesejahteraan Dalam Ekonomi Islam: Perspektif Maqashid Al-Syariah." *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 01 (2019).

- Fariana, Andi, and Krishna Ihza Mahendra. "Antara Industri Kreatif Dan Pariwisata Halal Dalam Perspektif Hukum (Studi Kasus Kota Semarang)." *Tahkim (Jurnal Peradaban dan Hukum Islam)* 4, no. 2 (2021): 47-64.
- Farid Ardiansyah. "PEMETAAN BUDAYA ORGANISASI DI PT SIDOMUNCUL, TBK. DENGAN METODE OCAI." *UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG* (2018).
- Harjawati, Tri. "Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah Di Provinsi Banten." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 1, no. 2 (2020): 187.
- Hermingsih, Anik, and Desti Purwanti. "Pengaruh Kompensasi Dan Beban Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Pemoderasi." *Jurnal Dimensi* 9, no. 3 (2020): 574-597.
- Hiondardjo, Anton, and Ririn Adi Utami. "Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan." *Malia (Terakreditasi)* 11, no. 1 (2019): 151-168.
- Kamaruzaman, Aulia Rahman, Muhammad Alfian Sidik, Firdaus, Sudanto, Andru Lumintang, Winanda Vathul Jannah, and Devira Aulia Bidari. "Peningkatan Minat Bakat Dan Kemampuan Berwirausaha Komunitas Pebisnis Muda Melalui Pelatihan Kewirausahaan." *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 4 (2022): 978-986.
- Karyawan, Kinerja, Studi Kasus, P T Ie, Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja Dan, Ahmad Badawi Saluy, and Yuwinta Treshia. "(Studi Kasus Di Perusahaan PT IE)," no. March (2018).
- Kerja, Peranan Motivasi, Komitmen Organisasi, and D A N Budaya. "Peranan Motivasi Kerja, Komitmen Organisasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja" 2, no. 3 (2016): 109-118.
- Kritis, Telaah, Terhadap Tafsir, Ayat-ayat Tentang, and Pendekatan Asbabun Nuzul. "LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam Vol : 1 , No . 1 , Desember 2017," no. 1 (2017): 74-88.
- Latifah, Luluk, and Iskandar Ritonga. "Systematic Literature Review (SLR): Kompetensi Sumber Daya Insani Bagi Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 63.
- Mahmudah, Husnatul. "Implementasi Prinsip Ekonomi Islam Dalam Menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asean)." *Jurnal Esa I*, no. 1 (2018): 43-54.
- Makhrus, Putri Dwi Cahyani. "KONSEP ISLAMICPRENEURSHIP DALAM UPAYA MENDORONG PRAKTIK BISNIS ISLAMI Makhrus 1 , Putri Dwi Cahyani 2 1." *Jurnal Pemikiran Islam XVIII* (2017): 1-20.
- Muhammad, Faronsyah Iqbal, and Trisninawati. "Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT Jasa Raharja Putera Palembang." *Ilmiah Bina Manajemen* 3, no. 2 (2020): 113-121.
- Nabawi, Rizal. "Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 2, no. 2 (2019): 170-183.
- Nugraha, Alvi, and Sri Surjani Tjahjawati. "Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 3, no. 3 (2017): 24-32.
- Nurhidayanti, Nurhidayanti, Azhari Akmal Tarigan, and Syukri Albani Nasution. "Pengaruh Kompensasi, Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Variabel Intervening Kepuasan Kerja Dan Perspektif Maqashid Syariah Pada RSUD Dr. Pirngadi Kota Medan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 2995.

-
- Pascasarjana, Program, Universitas Mercu, Buana Jakarta, Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja, and Beban Kerja. "Kata Kunci : " 9, no. 3 (2020): 574-597.
- Sari, Abu, Fakhry Zamzam, and Harun Syamsudin. "Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 1, no. 2 (2020): 1-18.
- Studi, Program, Magister Manajemen, Program Pascasarjana, and Universitas Diponegoro. "PEMETAAN BUDAYA ORGANISASI DI PT" (2018).
- Wibowo, Wahyu, Harini Dwi, DW Akbar Nuur Purnama. "Pengaruh Kreatifitas Dan Motivasi Terhadap Peluang Mahasiswa Memasuki Dunia Usaha." *Syntax Idea* 2, no. 4 (2020): 158-165.