

Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Penjualan Usaha Minuman Teh Tarik Jelly Oishii Kota Jambi

Siti Nurhaliza¹, Rafidah², Achyat Budianto³

¹²³Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

e-mail: sitinurhalizasi2020@gmail.com¹, rafidah_era@uinjambi.ac.id²,
achyat.ultra@uinjambi.co.id³,

Abstrak

Etika bisnis merupakan aturan *etika* terapan yang ingin mencoba untuk membenahi dan melihat pengaturan moral dan etika di dalam sebuah badan usaha. Penelitian ini berjudul Analisis Penerapan *Etika Bisnis Islam* Pada penjualan Usaha Minuman oishii Kota Jambi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Metode dan jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian kualitatif yaitu suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial. usaha minuman minuman teh tarik jelly OISHII telah menerapkan etika bisnis islam seperti memberikan waktu ibadah namun masih ada yang belum di terapkan dengan baik karena reseller yang tidak bertanggung jawab atas kecurangan yang di lakukan dan dalam pengecekan produk kurang teliti pada minuman tersebut.

Kata Kunci : *Etika Bisnis Islam, Pada Penjualan*

Abstract

Business ethics are applied ethical rules that try to improve and review moral and ethical regulations within a business entity. This research is entitled Analysis of the Application of Islamic Business Ethics in the sales of Oishii Drink Businesses in Jambi City. This research aims to determine the application of Islamic business ethics in accordance with the principles of Islamic business ethics. The method and type of research used in this research is qualitative research, namely a research process to understand human or social phenomena. OISHII's pulled jelly tea beverage business has implemented Islamic business ethics such as providing time for worship, but there are still things that have not been implemented properly because resellers are not responsible for fraud committed and the product checks are not thorough enough on these drinks.

Keywords: *slamic Business Ethics, On Sales*

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi di lingkungan hidup manusia merupakan hal yang wajib dilakukan untuk memenuhi segala kebutuhan pokok manusia. Kegiatan ekonomi dalam kehidupan manusia merupakan hal yang wajib dilakukan untuk menunjang dan memenuhi segala kebutuhan pokok manusia. Bisnis adalah suatu kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan. Kegiatan bisnis mencakup berbagai kegiatan seperti kegiatan produksi, kegiatan pembelian, kegiatan penjualan dan kegiatan pertukaran komoditas dengan partisipasi perusahaan dan individu lain (Rukmansari, 2017).

Bisnis adalah segala kegiatan ekonomi manusia yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan, Bisnis juga dapat di artikan sebagai suatu kegiatan

menukarkan barang atau jasa dengan uang yang akan mendatangkan keuntungan bagi produsen dan konsumen. Pelaku usaha juga dapat memperoleh keuntungan, selain itu ia juga dapat menerima resiko ketika memasuki pasar baru dan harus siap melawan persaingan dengan pelaku usaha lain. Kegagalan bisnis dapat disebabkan oleh kesalahan manusia, kemajuan teknologi, dan sumber bahan mentah, dan modal. Sedangkan ukuran industri, ukuran perusahaan, dan lokasi perusahaan dapat mempengaruhi laba suatu perusahaan(Nurmadianysah, 2021).

Bisnis yang mendasari syariah akan memunculkan semangat usaha Umat Islam untuk kesejahteraan dunia dan akhirat, sering mematuhi metode etika dalam aktivitas bisnis, yang khususnya: kesalehan, kebaikan, keramahan dan dapat dipercaya. Seorang pengusaha muslim hendaklah selalu mengingat Allah di dalam aktivitas bisnisnya, oleh sebab itu di dalam menjalankan kegiatan bisnis yang akan dihindari oleh seorang pengusaha sifat-sifat buruk seperti penipuan, kebohongan dan menipu pembeli. Orang yang saleh akan selalu menjalankan bisnis dengan keyakinan bahwa Allah SWT selalu ada untuk membantu bisnisnya jika dia melakukannya dengan baik dan konsisten dengan ajaran Islam. Dedikasinya diukur dengan derajat keimanan, intensitas dan kualitas amalnya saleh. Ketika Anda bekerja dan menghabiskan kekayaan Anda diperoleh dengan cara yang halal dan berdasarkan beriman dan hanya mencari keridhaan Allah (Malahayatie, 2022).

Dalam melaksanakan dan melakukan sebuah bisnis tentunya tidak boleh jauh-jauh dari etika, karena menerapkan sebuah etika dalam berbisnis akan memandu kehidupan manusia untuk meraih kebahagiaan dunia dalam bentuk mendapatkan keuntungan materil dan kebahagiaan di akhirat dengan mendapatkan ridha Allah (Ihwanudin, 2022). Etika bisnis merupakan aturan etika terapan yang ingin mencoba untuk membenahi dan melihat pengaturan moral dan etika di dalam sebuah badan usaha. Ia juga dapat mempelajari seberapa baik atau buruk sebuah badan usaha yang mengkaji tentang suatu masalah-masalah moral dan etika dan melihat apa yang salah dalam proses yang mereka alami. Ini juga dapat mencakup semua aspek bisnis dari produksi untuk administrasi, keuangan dan pemasaran. Hal ini juga berlaku untuk berbagai industri dan dapat deskriptif atau normatif dalam disiplin (Hasoloan, 2018). Penerapan etika bisnis yang bagus akan mendapatkan keuntungan bagi para pelaku pembisnis, ada yang dapat di anggap pantas secara etis dalam etika bisnis islam semua tergantung pada niatnya. Semua niat dan perilaku baik akan di nilai ibadah, dan dengan demikian jika menerapkan etika bisnis islam semua pengusaha tidak akan menghalalkan segala cara yang mereka lakukan untuk mencapai apa pun dalam melaksanakan bisnisnya (Yuliani, 2018).

Etika bisnis merupakan aturan etika terapan yang ingin mencoba untuk membenahi dan melihat pengaturan moral dan etika di dalam sebuah badan usaha. Ia juga dapat mempelajari seberapa baik atau buruk sebuah badan usaha yang mengkaji tentang suatu masalah-masalah moral dan etika dan melihat apa yang salah dalam proses yang mereka alami. Ini juga dapat mencakup semua aspek bisnis dari produksi untuk administrasi, keuangan dan pemasaran. Hal ini juga berlaku untuk berbagai industri dan dapat deskriptif atau normatif dalam disiplin (Hasoloan, 2018).

Penerapan etika bisnis yang bagus akan mendapatkan keuntungan bagi para pelaku pembisnis, ada yang dapat di anggap pantas secara etis dalam etika bisnis islam semua tergantung pada niatnya. Semua niat dan perilaku baik akan di nilai ibadah, dan dengan demikian jika menerapkan etika bisnis islam semua pengusaha tidak akan menghalalkan segala cara yang mereka lakukan untuk mencapai apa pun dalam melaksanakan bisnisnya (Yuliani, 2018).

Menurut mahmud, etika bisnis Islam yaitu merupakan suatu nilai yang berasal dari al-Qur'an dan Hadits yang dapat dijadikan sebagai pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta dapat membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dan dengan demikian dapat di simpulkan bahwag antara etika dan bisnis merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Di dalam ekonomi Islam visi dan misi

bisnis bukan hanya berorientasi pada maksimalisasi laba seperti halnya pada kaum kapitalis yang berpegang teguh pada biaya rendah mendapatkan penghasilan dan keuntungan yang besar, melainkan visi misi bisnis Islami lebih menjelaskan manfaat dari sebuah produk dan keberkahan dalam mendapatkan keuntungan.

Dengan kemajuan zaman yang di tandai dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat menimbulkan daya saing yang sangat tinggi. Akibat persaingan tersebut, para pelaku bisnis terkadang menghalalkan segala cara untuk meningkatkan keuntungan, bahkan terkadang mengabaikan etika bisnis.

Berdasar kan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan secara langsung di usaha Teh tarik OISHII secara umum sudah melaksanakan etika bisnis islam yakni memberikan waktu sholat serta membuat ruangan khusus untuk karyawan melakukan ibadah sholat, selain itu pada produk yang di jual sudah memiliki label halal sehingga konsumen tidak perlu ragu dengan kualitas dan kehalalan produk. Namun secara khusus penerapan etika bisnis masih ada yang belum di terapkan dengan baik seperti terdapat beberapa reseller yang curang dalam menetapkan harga dan mencampurkan produk oishii dengan produk lain sehingga akan mempengaruhi rasa terhadap produk , karena permintaan banyak tapi di cek nya hanya 1 kali dalam seminggu sehingga tidak terpantaunya kualitas produk pada penjualan, dan kesalahan pada harga yang sudah di tetapkan pemilik di naikan oleh reseller yang tidak bertanggung jawab. Berdasarkan penjabaran di atas dapat terlihat ada beberapa permasalahan yang berkaitan dalam menjalankan transaksi jual beli yang di laksanakan. Ada beberapa factor yang menurut penulis menjadi penyebab tidak terlaksananya etika bisnis islam pada penjualan. Berdasarkan hukum islam , adapun indikator-indikator yang di terapkan pada penelitian ini adalah prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran. Sedangkan yang mempengaruhi penjualan yaitu: kondisi pasar, kondisi dan kemampuan penjual, modal, kondisi organisasi perusahaan.oleh karena itu pentingnya mengkaji lebih dalam mengenai penerapan etika bisnis islam penjualan usaha minuman Teh tarik OISHII di kota jambi.

Selain alasan di atas, temuan beberapa literatur sebelumnya juga membahas masalah yang sama memotivasi peneliti untuk melakukan penelitian ini juga. Seperti yang di lakukan oleh Syaeful Bakhari yang berjudul tinjauan etika bisnis islam dalam strategi pemasaran home industry tahu sari rasa hasil penelitiannya yaitu home industry tahu sari rasa memahami tentang keseimbangan antara dunia dan akhirat Tidak hanya mengejar kebutuhan dunia tetapi juga akhirat. Namun kurang memperhatikan soal rasa tahu yang asam pada saat penjualannya (Purnama, 2018).

Dalam penelitian Nini Haryanti berjudul "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya", hasilnya ialah pedagang tradisional belum terlalu menerapkan etika bisnis islam seperti pedagang yang menetapkan harga barangnya lebih mahal dari harga pasar memiliki risiko dagangannya tidak laku, yang menyebabkan kiosnya sepi dan tidak bertahan lama. Namun dalam Islam terdapat larangan membanting harga sehingga bisa menjatuhkan harga pasar (Haryanti, 2019). Dengan adanya penelitian ini dan melihat dari hasil wawancara, hasil pengamatan observasi serta kajian-kajian terdahulu, lebih dan kurangnya tentu mempunyai pengaruh terhadap ekonomi. Maka dari itu akan menjadi alasan bagi peneliti untuk meneliti lebih dalam lagi dengan judul "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Penjualan Usaha Minuman OISHII Kota Jambi".

METODE

Metode dan jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian kualitatif yaitu suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang

diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti melakukan wawancara atau dialog dengan informan untuk mengumpulkan data, yang kemudian akan memberikan jawaban atas permasalahan penelitian. Berdasarkan hal tersebut peneliti menjelaskan etika bisnis Islam pada minuman Teh Tarik Jelly Oishii dan bagaimana penerapan etika bisnis Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Penjualan Minuman Teh Tarik Jelly OISHII Kota Jambi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti diusaha minuman teh tarik jelly OISHII Kota Jambi dilihat dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam adalah:

a. Prinsip Kesatuan (*Unity*)

Bisnis minuman OISHII telah menerapkan prinsip keutuhan dalam usahanya, ditandai dengan adanya jam khusus bagi karyawan untuk beribadah dan juga melaksanakan kegiatan keagamaan, dengan selalu menjaga silaturahmi dengan sang pencipta Allah SWT. Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh alda fadillah tentang, *bahwah Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Kedai Martabak Ulama India (MUI) Telanai Pura DI Kota Jambi*, hasilnya menunjukkan bahwa martabak ulam india telah meberikan waktu untuk menjalankan ibadah wajib sebagai umat muslim seperti sholat 5 waktu.

b. Prinsip Keseimbangan (*Equibilirium*)

Minuman teh tarik jelly OSSHI belum menerapkan prinsip keseimbangan pada bisnisnya, berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan usaha minuman OSHII dalam membayarkan gaji kepada karyawannya selalu tepat waktu tidak pernah terlambat dan juga untuk gaji yang diberikan kepada karyawannya tidak pernah dikomplain. Sementara dalam memberikan pelayanan minuman OISHII belum diterapkan karena masih terdapat kendala dalam penerapannya disebabkan oleh kesalahan pada kecurangan reseller terhadap menerapkan harga yang sudah di tetapkan dan tidak memperhatikan ketahanan pada produk.

Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nine Haryanti ,Trisna Wijaya yang berjudul *Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di pd Pasar Tradisional Pancasila Tasaikmalaya*, hasil dari penelitian nya yaitu tidak menerapkan semua prinsip etika bisnis islam seperti menaikan harga pasaran (Haryanti, 2019).

c. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Usaha minuman OISHII telah menerapkan prinsip kehendak bebas pada usahanya dapat dilihat usaha minuman OISHII sangat memperhatikan produk yang akan dijualnya, minuman OISHII menjaga kehalalan produknya dengan adanya sertifikasi halal dari MUI dan juga dicantumkan pada kemasan produk sehingga konsumen tidak perlu khawatir lagi dengan kehalalan produk yang akan membelinya di Minuman OISHII Kota Jambi.

Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nila Astuti berjudul *analisis penerapan dan dampak etika bisnis Islam pada supermarket De' Halal Mart Yogyakarta* menunjukkan bahwa De' Halal Mart menerapkan prinsip kehendak bebas pada perusahaannya. Dilihat dari dalam menjalankan perusahaannya De' Halal Mart memiliki standar produk tersendiri dibanding dengan perusahaan lain. Serta dilihat juga dari pemilihan kualitas barang yang akan diperjualbelikan pada perusahaan. Produk yang akan diperjualbelikan adalah produk yang telah jelas kehalalannya (Harahap, 2018).

d. Prinsip Tanggungjawab (*Responsibility*)

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa usaha Minuman OISHII telah menerapkan prinsip tanggungjawab dengan baik ditandai dengan selalu menerima dan mencari solusi apabila terdapat dari pelanggannya. Sehingga menciptakan kenyamanan antara pebisnis dan konsumen.

Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Destiya Wati, Suyud Arif dan Abridadevi yang berjudul analisis penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online di Humairo shop menunjukkan bahwa dalam penerapan prinsip tanggung jawab selaku penjual Humairo Shop akan bertanggung jawab bila terjadi kerusakan atau kecacatan pada barang yang diterima oleh konsumennya (Wati, 2021).

e. Prinsip Kebenaran (*Benevolence*)

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, usaha Minuman OISHII telah menerapkan prinsip kebenaran dalam usahanya dibuktikan dengan menjelaskan mengenai produk apabila konsumen bertanya dan melayani konsumen dengan ramah.

Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurmeiny Putri Ramadhany, Havis Aravik dan Choirunnisak yang berjudul analisis penerapan prinsip etika bisnis Islam terhadap usaha mikro kecil dan menengah pada Rozza Bakery Palembang, hasil penelitiannya menunjukkan Rozza Bakery menerapkan prinsip kebenaran dengan melayani konsumen seperti halnya raja yakni dengan sabar melayani dan telaten menghadapi konsumen serta jujur dalam setiap transaksi tidak berlaku dzakim ke konsumen (Ramadhany, 2023).

f. Kondisi pasar

Penerapan etika bisnis islam pada penjualan dapat dilihat dari kondisi pasar, apabila produk yang di hasilkan banyak maka permintaan pelanggan terpenuhi dan pendapatan perusahaan tentu saja semakin meningkat. pada penjualan minuman ini dapat memproduksi minuman OISHII sebanyak 800 cup perhari .

g. Kondisi dan kemampuan penjualan

Salah satu indicator untuk melihat penjualan dari penerapan etika bisnis islam adalah kondisi dan kemampuan penjualan, apabila dapat meyakinkan pembelinya untuk melakukan transaksi pembelian, dengan demikian penjual dapat berhasil mencapai sasaran penjualan. minuman OISHII mengalami peningkatan tiap bulannya.

h. Modal

Penerapan etika bisnis Islam dalam penjualan usaha dapat dilihat dari modal usaha, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, modal awal yang dibutuhkan untuk membangun usaha Minuman OISHII adalah Rp. 1.000.000 dan setiap bulannya modalnya selalu bertambah karena menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam usahanya sehingga membangun kepercayaan konsumen untuk berlangganan di Minuman OISHII, ini menunjukkan bahwa seiring berjalannya waktu dalam menjalankan usaha, semakin bertambah pula modal yang dibutuhkan, maka kemungkinan besar akan berpengaruh pada penghasilan yang lebih besar pula. Karena keberhasilan usaha dapat dicapai maka akan Menjadikan Minuman OISHII akan berkembang dan lebih maju.

i. Kondisi Organisasi

Pada penerapan etika bisnis Islam pada penjualan usaha, kondisi organisasi menjadi salah satu faktor yang berpengaruh besar dalam menjalankan bisnis Sebab apabila tenaga kerja tidak ada atau kurang tentu perusahaan tidak dapat berjalan dengan maksimal. Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan saat ini jumlah karyawan Minuman OISHII

berjumlah 3 orang dari yang awalnya hanya 1 orang karyawan kini karyawannya bertambah lebih banyak, dan karyawan yang direkrut juga berasal dari masyarakat sekitar Minuman Oishii.

Dapat disimpulkan bahwa usaha Minuman OISHII telah menerapkan sebagian prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam usahanya yakni prinsip kesatuan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran. Sedangkan untuk prinsip keseimbangan (equilibrium) belum diterapkan dengan sempurna karena terdapat kendala dalam penerapannya. Dan penerapan etika bisnis Islam dalam pada penjualan berdampak positif ditandai dengan indikator modal, pendapatan, volume penjualan, output produksi dan tenaga kerja yang selalu meningkat.

2. Hambatan Dalam Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Minuman Oishii Kota Jambi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yang menjadi kendala dalam penerapan etika bisnis Islam, yaitu:

a. Tidak melakukan pengawasan yang rutin

Untuk mengatasi hambatan ini, penting untuk memilih reseller dengan hati-hati dan mempertimbangkan untuk menjalin hubungan dengan mereka yang memiliki reputasi baik dan mematuhi standar yang ditetapkan. Selain itu, memperkuat kontrak, melakukan audit berkala, dan menggunakan teknologi untuk melacak dan mengawasi pergerakan produk dapat membantu mengurangi risiko kerugian dan memastikan kepatuhan terhadap standar kualitas dan komersial yang ditetapkan.

Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abu Lubaba yang berjudul Etika Bisnis Islam: implementasi pada umkm wirausahawan kerupuk tayamum di desa sarirejo kec. Kaliwungu kab.kendal, hasil penelitiannya yaitu ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam yaitu reseller yang tidak jujur terhadap asal usul produk, tidak menepati janji, mencampurkan produk kualitas baik dengan kualitas buruk hal ini terjadi dikarenakan kurangnya melakukan pengawasan yang rutin terhadap para reseller (Lubaba, 2019).

b. Tidak melakukan riset pasar

Riset pasar sangatlah penting pada penjualan yaitu untuk mengetahui kelayakan pemasaran suatu produk dan menyelesaikan dari masalah-masalah yang terjadi pada pemasaran. Riset pasar yang akan sangat menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha.

Menurut Yanneri Elfa Kiswara Rhmayanty, riset pasar adalah kegiatan sistematis yang dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah untuk mencari informasi atau memahami fenomena tertentu guna memecahkan masalah atau memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan, riset dapat dilakukan dalam berbagai bidang (Rhmayanty, 2019).

3. Solusi Dalam Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Minuman OISHII Kota Jambi pada Penjualan

Berdasarkan kendala yang telah dijabarkan sebelumnya, maka solusi yang dapat diberikan kepada usaha Minuman OISHII adalah:

a. Melakukan Pengawasan yang rutin

Melakukan pengawasan yang rutin terhadap proses penyimpanan dan penanganan produk oleh reseller. Pastikan mereka mematuhi prosedur yang telah ditetapkan untuk menjaga integritas produk. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yaitu yang dilakukan oleh Abu Lubaba yaitu pentingnya melakukan pengawasan yang rutin terhadap penjualan agar menghindari terhadap reseller yang curang terhadap harga maupun dalam mencampurkan produk (Lubaba, 2019).

b. Melakukan riset pasar

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa reseller yang curang dalam menetapkan harga pasarannya menyebabkan menetapkan harga barangnya lebih mahal dari harga pasar memiliki risiko dagangannya tidak laku, dengan melakukan riset pasar maka akan bisa menyelesaikan masalah-masalah pada penjualan minuman Oishii ini sehingga lebih mudah untuk mencapai tujuan perusahaan dan usaha minuman teh tarik Jelly oishii ini.

Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari kata Yunani ethos yang berarti kebiasaan atau watak. Etika adalah ilmu mengetahui tentang apa yang benar dan salah untuk dilakukan (etika adalah ilmu tentang benar dan salah). Etika merupakan suatu norma yang beroperasi dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai norma yang ada. Istilah definisi etika adalah kajian sistematis tentang hakikat konsep nilai, baik, buruk, benar, salah, dan sebagainya serta prinsip-prinsip umum yang membenarkan penerapannya. Di sini etika dapat dipahami sebagai landasan moralitas manusia dan sekaligus sebagai filsuf perilaku. Menurut Eko Purwanto Bisnis merupakan aktivitas untuk mendatangkan sesuatu, baik barang ataupun sarana atau jasa. Bisnis juga merupakan usaha perbisnisan dengan menjual barang atau layanan kepada pembeli, baik pribadi atau perusahaan untuk mencapai keuntungan. Perusahaan, pasar swalayan, rumah sakit, konsultan, pasar tradisional, dan lainnya, seluruhnya merupakan organisasi bisnis.

Etika bisnis islam merupakan seperangkat nilai tentang apa saja yang baik dan buruk, betul dan salah pada dunia bisnis, menurut konsep moralitas. Dengan pengertian lain, etika bisnis yaitu sebuah prinsip dan standar, menurut prinsip dan standar tersebut, para pembisnis wajib berjanji pada dirinya sendiri dalam proses transaksi jual beli, perilaku yang baik dan hubungan yang baik untuk mencapai tujuan bisnis dengan aman. Pada saat yang sama hakikat etika Islam adalah menentukan kebebasan bertindak dan tanggung jawab manusia karena beriman kepada kemahakuasaan Tuhan. Dalam hal ini kebebasan manusia harus bersifat mutlak. Berkat kebebasan ini, masyarakat dapat memilih antara yang baik dan yang jahat, benar dan salah, halal dan haram (Panguik, 2022).

Kesuksesan dalam bisnis yaitu terletak dalam etika Islam yang dijalankan dalam bisnis tersebut. Di dalam normatif bisa dikatakan bahwa dalam aspek-aspek ekonomi dan bisnis mempunyai 9 prinsip etika bisnis yang bisa mempengaruhi suatu bisnis yaitu, antara lain :

1. Kesatuan (Unity)

Prinsip tauhid yang berkaitan dengan etika bisnis mengarahkan pada kegiatan keimanan dan kehormatan terhadap keyakinan pada agama terhadap dunia bisnis. Dalam islam konsep ini mencakup pada:

- a. Tawakal (Bertawakal kepada Allah): Menggambarkan tentang kepercayaan bahwa semua sesuatu tergantung pada Allah, sehingga sebuah bisnis harus dijalankan dengan integritas, kejujuran, dan ketulusan.
- b. Adil : Menerapkan prinsip keadilan dalam transaksi bisnis, termasuk dalam penentuan harga, kontrak, dan pembagian keuntungan.
- c. Zakat dan Sadaqah: Memperhatikan kewajiban membayar zakat dan melakukan sedekah (sadaqah) sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan.
- d. Larangan Riba (Bunga): Menghindari transaksi yang melibatkan riba (bunga) dalam bisnis, sesuai dengan ajaran agama Islam.
- e. Transparansi dan Rasa Hormat: Menekankan pentingnya transparansi dalam bisnis, serta menghormati keyakinan agama dan prinsip etika dalam semua aspek bisnis.
- f. Prinsip-prinsip ini mewakili bagaimana ajaran tauhid, atau kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa dalam Islam, dapat mempengaruhi praktik bisnis agar selaras dengan etika dan nilai-nilai agama (Astuti, 2022).

2. Equilibrium (keseimbangan atau keadilan)

Interaksi antarmanusia dapat dikatakan tepat apabila interaksi tersebut mampu mewujudkan ciri-ciri Kemuliaan Allah SWT dalam kehidupan seseorang, dalam konteks ini seseorang mempunyai kemampuan untuk berlaku adil terhadap dirinya sendiri dan juga memperlakukan orang lain secara adil dalam berinteraksi. Kesempurnaan Dalam berbisnis bukan sekedar mencari dan memperkaya keuntungan sehingga mengabaikan kepentingan orang lain, misalnya konsumen. Namun bagaimana menjaga keseimbangan bagi setiap pemangku kepentingan agar merasa dilibatkan dan dianggap penting (Abdullah, 2011).

3. Free will (kehendak bebas)

Kebebasan memang penting dalam etika bisnis umat Islam, namun jangan sampai hal itu menjadi kebebasan. Hal ini mengganggu dan merugikan kebaikan bersama atau orang lain. Islam memperbolehkan warganya untuk berinovasi dalam muamalah khususnya dalam kegiatan komersial, namun Islam melarang umatnya melakukan hal-hal yang dilarang oleh hukum syariah. Konsep Islam mempunyai arti bahwa lembaga ekonomi seperti pasar mampu mencapai tujuan dalam kegiatan perekonomian. Hal ini berlaku jika tidak ada intervensi dari pihak manapun dan dimanapun. Dalam Islam, prinsip kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri, karena kemungkinan-kemungkinan kebebasan sudah ada sejak manusia dilahirkan ke dunia ini. Namun sekali lagi perlu ditegaskan bahwa kebebasan yang melekat pada diri manusia adalah sesuatu yang istimewa, sedangkan kebebasan terhadap sesuatu yang istimewa hanya milik Allah SWT. Maka umat Islam harus menyadari bahwa apapun keadaan yang dihadapinya harus berdasarkan ketetapan Allah, berpedoman pada kaidah hukum Islam sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasul-Nya (Keraf, 1998).

4. Responsibility (tanggung jawab)

Dalam Islam, tanggung jawab memiliki banyak dimensi penting. Tanggung jawab kepada Allah SWT, tanggung jawab terhadap diri sendiri, dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan orang di sekitar kita. Dalam dunia bisnis, akuntabilitas sangatlah penting. Setelah melakukan segala kegiatan komersial dalam berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti berakhir ketika tujuan yang diinginkan tercapai atau keuntungan tercapai.

5. Benevolence (kebenaran)

Kebenaran artinya melakukan perbuatan terpuji yang bermanfaat bagi orang lain tanpa perlu adanya kewajiban yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seolah-olah telah melihat Allah. Jika Anda tidak bisa melakukan itu maka percayalah kepada Allah. Beberapa tindakan yang dapat membantu penerapan aksioma Ihsan dalam bisnis, yaitu:

- a. Kedermawanan (toleransi)
- b. Layanan Mewujudkan keberadaan Tuhan dan
- c. aturan-aturan-Nya dalam melaksanakannya menjadi prioritas

Rasulullah Saw banyak memberikan arahan antara lain mengenai etika bisnis dan cara Rasulullah Saw berdagang (Panguik,2022).

1. Prinsip Kejujuran

Kejujuran sangat penting dalam kegiatan berbisnis, jujur dalam berkata dan berbuat baik serta menjaga kebenaran, ketentuan atau sesuai janji dengan isi, waktu dan tempat. Rasulullah Muhammad SAW mengajarkan kejujuran sebagai salah satu nilai utama dalam ajaran Islam (Zubbir,1995).

2. Jangan memberikan kesaksian palsu

Rasulullah Muhammad SAW mengajarkan bahwa memberikan kesaksian palsu merupakan perbuatan yang sangat tercela dalam Islam. Dalam hadis dan ajaran agama Islam dianjurkan untuk selalu berbicara jujur dan tidak memberikan kesaksian palsu, baik di pengadilan maupun dalam kehidupan sehari-hari. Kesaksian palsu dapat merusak keadilan dan integritas sistem hukum. Oleh karena

itu, Islam menganjurkan umatnya untuk bersikap jujur dan adil dalam segala aspek kehidupannya.

3. Ramah

Rasulullah SAW mengajarkan prinsip ramah tamah dalam berinteraksi dengan orang lain. Meski tidak ada definisi yang jelas dalam hadis-hadis tersebut, namun berikut beberapa prinsip yang beliau ajarkan mengenai ramah tamah:

Salam dan senyuman: *Rasulullah mengajarkan untuk memberi salam (mengucapkan "Assalamu'alaikum") dan tersenyum kepada orang lain sebagai tanda keramahan.*

4. Jangan mendiskreditkan bisnis orang lain agar orang bisa membeli darinya

Islam mengajarkan untuk tidak mendiskreditkan atau merendahkan usaha orang lain. Nabi mengajarkan etika yang baik dalam berdagang dan berbisnis, seperti kejujuran, keadilan dan tidak curang. Oleh karena itu, kita harus mendukung dan memberikan kesempatan kepada orang lain untuk menjalankan bisnisnya dengan integritas dan kebaikan.

5. Tidak melakukan ikhtihar

Iktikhar adalah istilah Arab yang mengacu pada meremehkan atau merendahkan usaha atau usaha seseorang. Rasulullah SAW mengajarkan kita untuk tidak meremehkan atau merendahkan usaha orang lain.

Penjualan

Penjualan adalah kegiatan yang berkaitan dengan pembelian, dimana terjadi transaksi jual beli barang atau jasa, oleh karena itu penjualan berkaitan dengan pembelian yaitu menghasilkan permintaan konsumen, mencari calon konsumen, menentukan harga, dan memerlukan pembayaran. Menciptakan minat pasar terhadap suatu produk merupakan tahap awal untuk menampilkan produk baru dan membuat pembeli tertarik dengan produk yang sudah ada. Dalam menjual barang atau jasa ada beberapa factor yang harus di perhatikan yaitu:

1. Kondisi Pasar

Kondisi pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli, atau dengan kata lain tempat transaksi antara pihak penjual dan pihak pembeli, sebagai tempat tujuan utama pihak penjual untuk menawarkan produknya terhadap pihak pembeli, maka pihak penjual perlu memperhatikan kondisi pasa.

2. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Pada prinsipnya transaksi jual beli melibatkan dua pihak, yaitu pihak penjual dan pihak pembeli. Tujuan utama dari penjualan adalah dapat meyakinkan pembelinya untuk melakukan transaksi pembelian, dengan demikian penjual dapat berhasil mencapai sasaran penjualan, untuk mencapai tujuan tersebut pihak penjual harus memahami beberapa masalah yaitu : 1) Lokasi. 2) Suasana toko. 3) Cara Pembayaran 4) Promosi.

3. Modal

Pada awalnya pihak pembeli belum mengenal produk yang akan ditawarkan oleh penjual, oleh karena itu pihak penjual perlu melakukan usaha untuk memperkenalkan produknya. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan sarana usaha, seperti alat transportasi, tempat peragaan, biaya promosi dan sebagainya. Semua usaha ini dapat berjalan, jika pihak penjual memiliki modal yang diperlukan itu.

4. Kondisi Organisasi

Perusahaan Pada dasarnya perusahaan besar besar akan melakukan pembagian fungsifungsi tersendiri dalam operasional usaha yang dilakukan, dengan kata lain setiap bagian akan ditangani oleh pihak yang ahli dibidang penjualan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pengawasan operasional usahanya. Lain halnya dengan perusahaan kecil di mana masalah penjualan ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan oleh

jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasi lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya juga tidak selengkap perusahaan besar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dari bab-bab sebelumnya, maka dapat di ambil kesimpulan dari penelitian ini tentang penerapan etika bisnis Islam pada penjualan usaha adalah sebagai berikut: Usaha Minuman Oishii kota Jambi sudah melaksanakan beberapa prinsip etika bisnis Islam yang benar yaitu sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, memberikan izin waktu untuk beribadah sholat dan melakukan kegiatan keagamaan, prinsip keseimbangan yaitu membayar gaji karyawan tepat waktu, prinsip kehendak bebas yaitu menjual produk yang terbuat dari bahan-bahan yang halal, prinsip tanggung jawab yaitu menerima semua tanggapan konsumen apabila konsumen complain terhadap produk dan prinsip kebenaran yaitu menjawab dan menjelaskan tentang produk yang mereka produksi. Namun, masih ada beberapa penerapan etika bisnis Islam yang belum maksimal dalam penerapannya yakni penerapan prinsip keseimbangan karena masih terdapat kesalahan reseller menaikkan harga dari harga yang sudah ditetapkan tidak memperhatikan ketahanan rasa pada produk. Tidak memperhatikan etika bisnis Islam di usaha Minuman Oishii kota berdampak positif pada penjualan. Kendala dalam penerapan etika bisnis Islam pada usaha Minuman Oishii Jambi adalah tidak melakukan pengawasan dan riset pasar sehingga beberapa reseller curang terhadap harga yang sudah di tetapkan. Solusi dalam penerapan etika bisnis Islam pada usaha Minuman Oishii kota Jambi adalah melakukan riset pasar dan pengawasan yang lebih teliti lagi agar semua masalah pada usaha minuman Oishii Terselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. R. (2011). Wirausaha Berbasis Syariah.
- Arfiansyah, A. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Corporate Social Responsibility PT. Garudafood Kabupaten Pati. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 654-664.
- Arif , Wawancara Selaku Konsumen Minuman Teh Tarik Jelly Oishi jambi, "interview", 25 maret, 2024
- Arifin, Johan. Etika Bisnis Islam
- Astuti, A. R. T. (2022). Etika bisnis Islam (Kasus-kasus kontemporer).
- Astuti, A. R. T. (2022). Etika bisnis Islam (Kasus-kasus kontemporer).
- Asuari Sofjann, Manajeen Pemasaran (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2021), 40.
- Bakhri, S., & Purnama, L. (2018). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 284-299.
- Bapak hidayat, Wawancara Selaku Pemilik Minuman Teh Tarik Jelly Oishi jambi, "interview", 20 maret, 2024.
- Departemen Agama RI, TIKRAR: *Al-Qur'an Hafalan & Terjemah* (Bandung PT.Syigma Examedia Arkanleema), 47.
- Djakfar, M. (2007). Etika bisnis dalam perspektif Islam.
- Eka , Wawancara Selaku Konsumen Minuman Teh Tarik Jelly Oishi jambi, "interview", 25 maret, 2024
- Fadli, Muhammad Rijal. Metode Penelitian Kualitatif, Yogyakarta: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, 2021.
- Fajar , Wawancara Selaku Karyawan Minuman Teh Tarik Jelly Oishi jambi, "interview", 21 maret, 2024.
- Harahap, N. A. (2018). Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Pada Supermarket De'Halal Mart Yogyakarta.

- HareastomaKurniadi, D., & Yusuf, M. (2023). Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Entrepreneurship Pada Galeri Muslim Mahabatullah Kota Jambi. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(3), 175-189.
- Hartuti, P. T., & Dona, F. (2024). *Dampak Usaha Peternakan Itik Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Blimbing Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo)* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Haryanti, N., & Wijaya, T. (2019). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2).
- Hasoloan, A. (2018). Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (57).
- Ibu Nurhayati , Wawancara Selaku Konsumen Minuman Teh Tarik Jelly Oishi jambi, "interview", 25 maret, 2024
- Ihwanudin, N., Nurbaeti, B. R., Kasmanto, H., Ramadhani, D., Wibisono, Y., Yatin, Y., ... & Widyawan, C. U. (2022). *Etika Bisnis dalam Islam (teori dan aplikasi)*. Penerbit Widina.
- Iswanto, Bambang. Pengantar Ekonomi Islam depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2022. 66 Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, Ekonomi islam,
- Jurnal**
- K. Lubis Suhwardi, *Etika Profesi Hukum* (jakarta: sinar grafika, 2008), 01.
- Keraf , Soony. Etika Bisnis Tutunan Dan Revolusinya, Yogyakarta: kanisius, 1998.
- Lubaba, A., & Kristin, A. (2019). Etika Bisnis Islam: Implementasi pada UMKM Wirausahawan Krupuk Tayamum diDesa Sarirejo Kec. Kaliwungu Kab. Kendal, 22.
- Malahayatie, M. (2022). Konsep Etika Bisnis Islam (Suatu Pengantar).
- Maskuroh, N. (2020). Etika Bisnis Islam.
- Mubasit, Manajemen Pemasaran,(Lampung: Penerbit Buku Daras, 2012) 98.
- Muh Fitrah, and Luthfiyah. Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus, Jawa Barat: CV Jejak, 2017.
- Muhamad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kualitatif Yogyakarta: UPFEUMY,2003.
- Panguik, Ambok , Etik Bisnis Islam Kontemporer, malang: CV Maknawi. 2022.
- Purwanto, Eko. Pengantar Bisnis Era Revolusi Industri, purwokerto : Sasanti Institute 2020.
- Rahma, S Fadilla, A., & Anita, E., (2024). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Kedai Martabak Ulama India (MUI) Telanaipura Di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 01-16.
- Ramadhany, N. P., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2023). Analisis penerapan prinsip etika bisnis islam terhadap usaha mikro kecil dan menengah (umkm) pada rozza bakery palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 13-26.
- Raswan, Wawancara Selaku Karyawan Minuman Teh Tarik Jelly Oishi jambi, "interview", 21 maret, 2024.
- Rosyid, M., & Pratiwi, E. (2020). Pendampingan Etika Bisnis Syariah dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kabupaten Tangerang. *Islamonomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 10(2), 99-103.
- Rosyidi ,Suherman. Pengantar Teori Ekonomi Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Rukin, Metode Penelitian Kulitatif, Surabaya: CV . Jakarta Media Publish, 2021.
- S.R. Soemarsoo, Akutansi Suatu Pengantar, Edisi Kelima(Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2009) 34.
- Saebani Beni Ahmad,"Metode Penelitian",Bandung: CV. Pustaka Setia, 2008.
- Supardi, Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis, Yogyakarta : Ull Press, 2005

- Umrati, and Hengki Wijaya. Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan, Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020.
- Uni Peni, Wawancara Selaku Karyawan Minuman Teh Tarik Jelly Oishi jambi, "interview", 21 maret, 2024.
- Uni Peni, Wawancara Selaku Karyawan Minuman Teh Tarik Jelly Oishi jambi, "interview", 21 maret, 2024
- Wardani, Y. M., & Ridlwan, A. A. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(1), 37-52.
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141-154.

Wawancara

- Wijaya Helaluddin and Hengki, Analisis Data Kualitatif : Sebuah Tinjauan Teori & Praktik, Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.
- Zubbir , Achmad Charris. Kuliah Etika, jakarta:Rajawali Press,1997.