

**ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENCEGAH PRAKTIK
GRATIFIKASI PADA TRANSAKSI PENGADAAN BARANG
DAN JASA DI CV LANCAR SUKSES BAROKAH**

SKRIPSI



Oleh:

Rani Aprillianti
NIM 401200274

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2024**

**ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENCEGAH PRAKTIK
GRATIFIKASI PADA TRANSAKSI PENGADAAN BARANG
DAN JASA DI CV LANCAR SUKSES BAROKAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

Rani Aprillianti
NIM 401200274

Pembimbing:

Ratna Yunita, M.A
NIP. 199306072019032031

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2024**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa proposal skripsi atas nama :

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Rani Aprillianti	401200274	Ekonomi Syariah	Etika Bisnis Islam Dalam Mengurangi Praktik Gratifikasi Dalam Transaksi Pengadaan Barang dan Jasa di Cv Lancar Sukses Barokah

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 29 Oktober 2024

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Ratna Yunita, M.A.
NIP. 199306072019032031



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rani Aprillianti

NIM : 401200274

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENGURANGI PRAKTIK GRATIFIKASI
PADA TRANSAKSI PENGADAAN BARANG DAN JASA DI CV LANCAR
SUKSES BAROKAH.

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 5 November 2024

Pembuat Pernyataan,

The image shows an official stamp of Universitas Ponorogo. The stamp is rectangular with a yellow border and contains the university's logo (a red and white Garuda) and the text 'UNIVERSITAS PONOROGO'. Below the logo, the text 'BF 1AOK14291182' is visible. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Rani Aprillianti

NIM 401200274



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Etika Bisnis Islam Dalam Mencegah Praktik Gratifikasi Pada
Transaksi Pengadaan Barang dan Jasa di CV Lancar Sukses
Barokah

Nama : Rani Aprillianti
NIM : 401200274
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang

Iza Hanifuddin, Ph.D
NIP 196906241998031002

Penguji I

Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
NIP 197506022002121003

Penguji II

Ratna Yunita, M.A
NIP 199306072019032031

(.....)

(.....)

(.....)

Ponorogo, 25 november 2024

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.

NIP 197207142000031005

PONOROGO

ABSTRAK

Aprillianti. Rani. Etika Bisnis Islam Dalam Mencegah Praktik Gratifikasi Pada Transaksi Pengadaan Barang dan Jasa di CV Lancar Sukses Barokah. Skripsi. 2024. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ratna Yunita, M.A.

Kata kunci: Etika bisnis Islam, Gratifikasi, Pengadaan Barang dan Jasa.

Penerapan etika bisnis Islam di sektor pengadaan barang dan jasa masih menghadapi tantangan, terutama dalam melawan praktik gratifikasi dan persaingan tidak sehat. Meskipun etika Islam menekankan kejujuran dan transparansi, vendor yang menolak gratifikasi sering kali kalah bersaing. Minimnya penelitian tentang etika bisnis Islam mengakibatkan kurangnya perhatian terhadap pentingnya dalam menciptakan persaingan yang adil dan bertanggung jawab.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis implementasi etika bisnis Islam dalam mencegah praktik gratifikasi, faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam dan dampak etika bisnis Islam dalam mengurangi praktik gratifikasi di CV Lancar Sukses Barokah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sedangkan langkah yang digunakan dalam teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam dalam mencegah praktik gratifikasi mendapatkan hasil yang positif, pemilik usaha menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam menjadi landasan yang kuat dalam membentuk hubungan yang positif antara inovatif yang dipegang teguh oleh pemilik menciptakan lingkungan kerja yang baik serta lingkungan bisnis yang transparan dan terhindar dari praktik yang tidak etis.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Etika dan bisnis merupakan dua hal yang berjalan beriringan dan tidak dapat dipisahkan. Menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah SWT.¹ Etika bisnis Islam adalah norma yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadis, yang menjadi acuan untuk berperilaku, bersikap, dan bertindak, serta menjadi panduan dalam membedakan antara tindakan yang baik dan yang buruk dalam menjalankan kegiatan bisnis.² Visi dan misi bisnis dalam ekonomi Islam tidak hanya fokus pada pencapaian laba maksimal, sebagaimana yang dipegang oleh kapitalis yang mengedepankan prinsip biaya rendah untuk memperoleh keuntungan besar.³ Sebaliknya, visi dan misi bisnis Islam lebih menekankan pada manfaat produk serta mencari keberkahan dalam mendapatkan keuntungan.

Hal ini berlaku pada semua bisnis dan khususnya bisnis di sektor pengadaan barang dan jasa. Mengingat pengadaan barang dan jasa merupakan transaksi yang mudah untuk dimanipulasi serta mudah untuk melakukan kecurangan didalamnya demi keuntungan semata. Adanya etika bisnis Islam memberikan pengaruh positif pada percepatan proses transaksi yang adil di Indonesia, terkhusus menyasar pada sektor pelaku

¹ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, 1 ed. (Malang: UIN-Malang Press, 2007), https://books.google.co.id/books/about/Agama_etika_dan_ekonomi.html?id=kjklvgEACAAJ&redir_esc=y.

² Muhammad Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004).

³ Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi* (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=rhJIRzJvwpG&oi=fnd&pg=PA1&dq=ekonomi&ots=wp-9CYFXhk&sig=Qsv6ttwOF3uKzncCCqj-BQxICd8>.

usaha mikro dan kecil.⁴ Dalam konteks ini, penerapan etika bisnis Islam yang belum optimal, terutama dalam menangani praktik gratifikasi yang sering terjadi di sektor pengadaan barang dan jasa. Prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam sebenarnya dapat memberikan panduan jelas dalam menghadapi godaan gratifikasi dan praktik-praktik tidak etis lainnya. Namun, kurangnya pemahaman dan penerapan nilai-nilai ini menjadikan penerapan etika bisnis Islam di sektor pengadaan barang dan jasa sebagai sebuah tantangan tersendiri. Tantangan ini juga mencakup minimnya literatur dan studi kasus yang mengeksplorasi bagaimana etika bisnis Islam dapat diimplementasikan secara sistematis dalam mencegah praktik gratifikasi. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas gratifikasi dalam konteks hukum dan regulasi, tetapi belum secara mendalam menyoroti peran nilai-nilai Islam sebagai fondasi utama pencegahan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut, dengan mengangkat bagaimana etika bisnis Islam yang diterapkan di CV Lancar Sukses Barokah dapat menjadi model untuk mencegah praktik gratifikasi di sector pengadaan barang dan jasa.

Selain itu, vendor yang mematuhi etika bisnis sering kali harus menghadapi tantangan persaingan yang tidak sehat. Dalam praktik pengadaan, perusahaan yang menolak untuk terlibat dalam gratifikasi sering kali kalah bersaing dengan perusahaan yang bersedia memberikan imbalan kepada pihak terkait untuk memenangkan kontrak. Situasi ini menciptakan ketidakadilan, di mana persaingan bukan lagi berdasarkan kualitas dan manfaat produk, melainkan pada kemampuan untuk memberikan keuntungan pribadi kepada pihak-pihak tertentu. Fenomena ini tidak hanya merugikan perusahaan yang berpegang pada prinsip etika bisnis, tetapi juga memperburuk citra sector pengadaan barang dan jasa secara keseluruhan. Dalam jangka panjang, praktik semacam ini berpotensi menurunkan

⁴ Mohamad Nur Efendi dkk., "Omnibus Law Sentiment and Its Impact on the Halal Certification Program in Indonesia," *Justicia Islamica* 20, no. 1 (2023): 37–58, <https://doi.org/10.21154/justicia.v20i1.5829>.

kepercayaan masyarakat terhadap transparansi dan integritas sistem pengadaan barang. Oleh karena itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menggali lebih dalam mekanisme yang dapat memastikan keadilan persaingan, terutama melalui penerapan nilai-nilai kejujuran (*sidq*), tanggung jawab (*Amanah*), dan transparansi dalam kegiatan pengadaan. Fenomena ini menyebabkan perusahaan yang menerapkan etika bisnis Islam kesulitan dalam memenangkan kontrak kerja karena dianggap tidak memberikan keuntungan bagi pihak-pihak tertentu di dalam instansi tersebut.

Minimnya penelitian yang berfokus pada pengaruh etika bisnis Islam dalam menciptakan persaingan yang sehat menunjukkan bahwa topik ini belum menjadi perhatian utama. Padahal, dengan penerapan etika bisnis Islam yang baik, dapat tercipta persaingan yang lebih adil dan sehat di antara para pengusaha. Penerapan etika syariah pada etika bisnis bank syariah di Indonesia sudah sesuai dengan kewajiban direksi bank syariah, dan tidak ada penanggung jawab khusus.⁵ Etika bisnis Islam menanamkan nilai-nilai kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi yang tidak hanya mendorong pengusaha untuk berkompetisi secara etis, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan lingkungan bisnis yang lebih positif. Pengusaha yang mematuhi etika bisnis Islam turut berperan dalam membangun sistem pengadaan barang dan jasa yang lebih transparan dan bertanggung jawab.

Dalam instansi pemerintah, praktik gratifikasi khususnya terkait dengan pengadaan barang dan jasa, telah lama menjadi sorotan. Gratifikasi merupakan suatu tindakan memberikan atau menerima hadiah, uang, atau manfaat lainnya sebagai imbalan untuk mempengaruhi keputusan atau tindakan seseorang dalam posisi kekuasaan.⁶ Praktik gratifikasi dalam proses pengadaan sering melibatkan pemberian hadiah atau uang kepada

⁵ Amin Wahyudi, Binti Nur Asiyah, dan Husnul Haq, "The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank," *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 7, no. 1 (2023): 82–94, <https://doi.org/10.26740/aluqud.v7n1.p82-94>.

⁶ "Pengertian Gratifikasi," DJPB Kemenkeu, 2022, <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/kotabumi/id/informasi/edukasi-gratifikasi/pengertian-gratifikasi.html>.

pejabat terkait sebagai upaya untuk memenangkan tender atau mendapatkan keuntungan dalam penetapan pemenang kontrak. Tingkat kerahasiaan yang tinggi dalam praktik semacam ini membuatnya sulit dideteksi. Selain tingkat kerahasiaan, praktik gratifikasi sering kali berlangsung secara sistemik, melibatkan beberapa pihak yang menguntungkan secara tidak sah. Dalam konteks ini, penerapan nilai-nilai Islam dapat menjadi alat yang kuat untuk membanfun budaya organisasi yang mencegah korupsi. Penanaman nilai ini tidak hanya dilakukan pada tingkat individu, tetapi juga harus diintegrasikan dalam kebijakan perusahaan dan mekanisme kerja, sehingga tercipta lingkungan kerja yang mendukung transparansi. Data KPK menunjukkan bahwa kasus gratifikasi pejabat di Indonesia dalam hal pengadaan barang terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020 kasus gratifikasi tercatat sebanyak 1.764 laporan, tahun 2021 sebanyak 2.127 laporan dan meningkat 12% dari tahun 2022 sebanyak 1.819 laporan menjadi 2.039 pada tahun 2023.⁷

Perusahaan kontraktor umum, atau lebih dikenal sebagai General Contractor, sering diidentikkan dengan perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan barang dan jasa. CV Lancar Sukses Barokah, merupakan salah satu perusahaan yang fokus utamanya ada pada sektor General Contractor, CV Lancar Suksek Barokah secara berkala menjalin kerja sama dengan berbagai instansi pemerintah maupun swasta. Dalam transaksinya tidak jarang CV Lancar Suksek Barokah menemui berbagai macam “modus” oleh beberapa oknum yang terindikasi akan mengarah pada gratifikasi. Dalam konteks ini, terdapat kecenderungan bahwa pihak yang memberikan kontrak pengadaan barang dan jasa meminta imbalan sebelum transaksi terjadi kepada CV Lancar Suksek Barokah.⁸ Penting untuk dicatat bahwa meminta imbalan di luar nilai transaksi atau gaji yang sudah ditetapkan merupakan indikasi dari praktik gratifikasi.

⁷ Putri Rosmalia dan Candra Yuri Nuralam, “Laporan Gratifikasi Pejabat Meningkat 12 Persen,” Media Indonesia, 2023, <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/604786/laporan-gratifikasi-pejabat-meningkat-12-persen>.

⁸ Fajar, “Wawancara, 23 Februari 2024,” (n.d.).

Ketika menghadapi situasi semacam itu, Direktur CV Lancar Sukses Barokah menolak tawaran tersebut karena sudah jelas bahwa tindakan tersebut melanggar hukum dan norma yang berlaku. Penolakan ini mencerminkan keberanian moral yang tinggi dari pemimpin perusahaan, yang memilih untuk memprioritaskan integritas daripada keuntungan jangka pendek. Hal ini sejalan dengan prinsip taqwa dalam Islam, di mana seseorang diajarkan untuk selalu takut kepada Allah SWT dalam setiap tindakan. Namin, sikap ini juga menyoroti kebutuhan untuk memperkuat sistem pencegahan, agar perusahaan seperti CV Lancar Sukses Barokah tidak merasa sendirian dalam menghadapi tekanan dari pihak eksternal. Namun, sebagai konsekuensinya, tidak jarang hal tersebut malah menyebabkan CV Lancar Sukses Barokah sebagai vendor pengadaan barang dan jasa tidak dapat memperoleh kontrak kerja di beberapa instansi karena dianggap tidak memberikan keuntungan bagi pihak-pihak tertentu di dalam instansi tersebut.⁹ Keadaan ini bertentangan dengan hukum yang berlaku di Indonesia dan norma-norma yang dijunjung tinggi oleh masyarakat. Jika situasi semacam ini dibiarkan, perusahaan pengadaan barang dan jasa seperti CV Lancar Sukses Barokah akan kesulitan berkembang dan bersaing secara adil.

CV Lancar Sukses Barokah, sebagai perusahaan yang bertransaksi secara reguler dengan instansi pemerintah, menciptakan kondisi di mana instansi pemerintah seharusnya menjadi teladan dalam bertransaksi. Hal ini diperlukan karena peran kunci instansi pemerintah dalam mendukung perekonomian. Jika instansi pemerintah terlibat dalam praktik gratifikasi dengan hanya beberapa vendor yang menguntungkan pihak-pihak tertentu, hal tersebut dapat merugikan vendor lain yang memiliki potensi untuk berkolaborasi dengan pemerintah. Praktik seperti ini tidak hanya melanggar etika bisnis tetapi juga merusak integritas, menciptakan ketidakadilan, dan

⁹ Fajar.

membahayakan keberlangsungan bisnis secara keseluruhan.¹⁰ Fenomena ini tidak hanya dianggap sebagai masalah serius, namun juga sebagai ancaman terhadap integritas sistem pengadaan yang seharusnya beroperasi dengan transparan dan adil. Dampaknya tidak hanya terbatas pada kerugian keuangan bagi negara, tetapi juga menciptakan memperluas kesenjangan dalam mendapatkan kontrak kerja yang seharusnya diperoleh dengan kesempatan yang sama.

Untuk mendorong individu dapat mengimplementasikan etika bisnis islam dengan baik maka penting untuk ditanamkan pendidikan dasar moral sedini mungkin. Pendidikan moral merupakan kunci penting agar norma sosial yang ada tetap terjaga dan ketentuan yang sudah diterapkan tidak terkompromisasikan, demi menjaga stabilitas suatu perusahaan maupun integritas suatu instansi negara. Hal ini dilakukan dengan harapan agar setiap individu memiliki kepribadian yang berintegritas tinggi, dan memahami dampak massif yang dapat terjadi apabila melanggar suatu norma, maupun ketentuan yang sudah berlaku. Selain dari pendidikan moral, peran para pendahulu dan pemimpin juga berpengaruh pada kasus seperti ini. Pemimpin pendahulu yang tidak tegas terlebih yang tidak memberikan contoh yang baik kepada penerus, ataupun bawahannya juga menjadi faktor yang krusial dalam penyerapan etika bisnis islam.

Oleh karena itu, melalui kasus yang dialami oleh CV Lancar Sukses Barokah, penting untuk mengkaji tentang penerapan etika bisnis Islam dalam konteks gratifikasi pada transaksi pengadaan barang dan jasa. Hal ini perlu dilakukan untuk mencegah kemungkinan perusahaan lain terjerumus dalam berkompromi dengan oknum dalam pengadaan barang dan jasa untuk praktik seperti ini. Penerapan etika bisnis Islam harus menjadi standar yang diadopsi secara luas, tidak hanya di tingkat perusahaan, tetapi juga di tingkat instansi pemerintah yang berperan sebagai regulator dan pemberi kontrak. Dengan memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam pengadaan

¹⁰ B Maali, P Casson, dan C Napier, *Social Reporting by Islamic Banks* (Abacus, 2006), <https://doi.org/10.1111/j.1467-6281.2006.00200.x>.

barang dan jasa mematuhi prinsip kejujuran dan transparansi, sistem yang lebih adil dapat terwujud. Penelitian ini bertujuan untuk menawarkan model pencegahan berbasis nilai-nilai Islam yang dapat diadopsi oleh perusahaan lain, sehingga tercipta budaya bisnis yang bebas dari gratifikasi. Dalam konteks ini, etika bisnis Islam dapat dijadikan sebagai salah satu kunci untuk mencegah kasus seperti gratifikasi dan menjadi dasar untuk persaingan bisnis yang sehat di antara pengusaha. Etika bisnis yang tertanam dengan baik menciptakan suasana di mana pengusaha merasa terdorong untuk berkompetisi secara adil tanpa mengandalkan praktik yang tidak etis seperti gratifikasi. Selain itu etika bisnis Islam memberikan dorongan kuat bagi pengusaha untuk menjalankan kompetisi dengan mematuhi norma-norma moral dan sosial yang ada. Dengan mematuhi etika bisnis Islam, pengusaha juga turut berperan dalam mencegah praktik gratifikasi yang merugikan. Lebih dari sekedar menghindari kasus tertentu, etika bisnis Islam membentuk landasan bagi budaya bisnis yang positif dan bertanggung jawab.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Etika Bisnis Islam Dalam Mencegah Praktik Gratifikasi Pada Transaksi Pengadaan Barang dan Jasa di CV Lancar Sukses Barokah”**.

B. Rumusan Masalah

Beberapa permasalahan yang dibahas adalah terkait penerapan etika bisnis Islam dalam mengurangi praktik gratifikasi pada transaksi pengadaan barang dan jasa pada CV Lancar Sukses Barokah yang ditungkan dalam konteks permasalahan berikut:

1. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah?
3. Bagaimana dampak etika bisnis Islam dalam mengurangi praktik gratifikasi di CV Lancar Sukses Barokah?

C. Tujuan Penelitian

Berikut tujuan penelitian ini yang sejalan dengan rumusan masalah diatas:

1. Untuk menganalisis etika bisnis Islam di terapkan di CV Lancar Sukses Barokah.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah.
3. Untuk memahami dampak etika bisnis Islam dalam mengurangi praktik gratifikasi di CV Lancar Sukses Barokah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Pengadaan Barang (Studi Kasus CV Lancar Sukses Barokah) memiliki beberapa manfaat penelitian antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai etika bisnis Islam bagi para pembaca, baik mahasiswa maupun masyarakat secara umum. Serta penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi jika tertarik dalam bidang yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan dan sumber pengetahuan bagi masyarakat serta membantu membangun budaya bisnis yang lebih etis dalam transaksi pengadaan barang dan jasa dengan mendorong pemahaman tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam mengambil keputusan.

b. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir dalam program strata satu (S1) di Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, serta diharapkan mampu memperluas wawasan peneliti, menambah pengalaman belajar, dan

menjadi sarana untuk membandingkan teori yang dipelajari selama perkuliahan dengan praktik yang terjadi di masyarakat.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Dalam sebuah penelitian, studi penelitian terdahulu sangat diperlukan. Penelitian terdahulu dijadikan sebuah sumber acuan dalam melakukan penelitian. Penelitian terdahulu diambil dari jurnal dan skripsi dan akan dibandingkan dengan penelitian selanjutnya. Studi penelitian terdahulu dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, Penelitian yang ditulis oleh Muyassarah dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang dalam Menjamin Kestabilan Harga dan Daya Beli Masyarakat di Masa New Normal”, tahun 2021. Dapat disimpulkan bahwa keberadaan pedagang dimasa new normal covid-19 menjalankan bisnis di uji karakternya tidak hanya mencari keuntungan belaka melainkan mencari keberlanjutan bisnisnya. Oleh karena itu pedagang menerapkan prinsip prinsip etika bisnis dan larangan-larangan bisnis yang dilarang juga ditetapkan oleh para pedagang agar tidak gulung tikar.¹¹ Terdapat persamaan pada penelitian ini yaitu meneliti tentang penyerapan atau implementasi etika bisnis Islam. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel pada etika bisnis yang diteliti yaitu penyerapan etika bisnis Islam pedagang sedangkan penelitian ini mengambil implementasi bisnis islam dalam praktik gratifikasi atau biasa dikenal dengan suap.

Kedua, Penelitian yang ditulis oleh Wiji Rahayu dengan judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Tanjung Kemuning Kecamatan Tanjung Kemuning Kabupaten Kaur Dalam Mempraktikkan Etika Bisnis Islam”, tahun 2021. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang di pasar

¹¹ Moh Fauzi Muyassarah, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang dalam Menjamin Kestabilan Harga dan Daya Beli Masyarakat di masa New Normal,” *Inovasi* 17, no. 2 (2021): 38.

tradisional tanjung kemuning dalam mempraktikkan Etika Bisnis Islam.¹² Berdasarkan penelitian tersebut terdapat persamaan dalam penelitian ini dengan peneliti terdahulu yaitu menjelaskan tentang perilaku dalam mempraktikkan etika bisnis Islam yang mana didalamnya sama-sama menggunakan prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada metode yang digunakan yaitu kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Ketiga, Penelitian yang tulis oleh Iyyana Naylil Munaa dengan judul “Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Pada UD. Kartini Tulungagung”, tahun 2020. Penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi produk, harga, dan tempat yang diterapkan oleh UD Kartini tidak mematuhi prinsip etika bisnis Islam yang menekankan keseimbangan dan keadilan. Namun, strategi promosi yang dilakukan oleh UD Kartini untuk meningkatkan penjualan dinilai sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Promosi dilakukan melalui media sosial dan metode mulut ke mulut, dengan penekanan pada kejujuran dalam menjelaskan produk mereka.¹³ Terdapat persamaan penelitian ini adalah menjelaskan mengenai etika bisnis Islam dan jenis penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian ini terletak pada pembahasan yang dilakukan oleh peneliti terdahulu adalah mengenai etika bisnis dalam bauran pemasaran, sedangkan penelitian ini mengenai etika bisnis dalam praktik gratifikasi.

Keempat, Penelitian yang ditulis oleh Mega Sri Novi Hoktimah dengan judul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus di Toko Sendal, Sepatu, di Pasar Sentral Kotabumi)”, tahun 2022. Hasil penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa

¹² Wiji Rahayu, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Tanjung Kemuning Kecamatan Tanjung Kemuning Kabupaten Kaur Dalam Mempraktikkan Etika Bisnis Islam,” 2021, 75.

¹³ Husein Umar, “Husein Umar, Strategic Management in Action, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm, 31.,” *Strategic Management in Action*, 2001, 31.

penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan jual beli sendal sepatu berhasil mencapai empat dari lima indikator evaluasi etika bisnis Islam. Dalam hal ini, kesuksesan dapat terlihat dari tindakan tidak melakukan seleksi pembeli, memberikan layanan yang adil selama proses pengiriman, memberikan informasi yang jujur tentang kualitas produk, dan berkomunikasi dengan pelanggan secara ramah.¹⁴ Terdapat persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada pendekatan yang dipakai yaitu kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek penelitian yang digunakan yaitu komunikasi pemasaran sedangkan penelitian ini menggunakan praktik gratifikasi pada pengadaan barang dan jasa.

Kelima, Penelitian yang ditulis oleh Fina Ulmisba Hati dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso”, tahun 2023. Berdasarkan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pemahaman pedagang di pasar Wringin terhadap etika bisnis Islam dapat diidentifikasi melalui praktik dagang mereka yang sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam. Meskipun demikian, dalam melihat lima prinsip etika bisnis Islam sebagai parameter penelitian, belum semua prinsip telah diimplementasikan oleh para pedagang. Mereka saat ini hanya menerapkan prinsip tauhid, keseimbangan, dan tanggung jawab.¹⁵ Terdapat persamaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini yang terletak pada metode pendekatan yang digunakan yaitu kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek penelitian yang diamati, peneliti terdahulu menggunakan perilaku pedagang di pasar sedangkan penelitian ini menggunakan objek praktik gratifikasi pada transaksi pengadaan barang dan jasa.

Keenam, Penelitian yang ditulis oleh Aprilia Tri Wulandari dengan judul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang

¹⁴ Mega Sri Novi Hoktimah, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus di Toko Sendal, Sepatu, di Pasar Sentral Kotabumi)” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022), <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/29515>.

¹⁵ Fina Ulmisba Hati, “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso” (Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023), <http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/28577>.

Sembako di Pasar Dolopo Madiun”, tahun 2021. Berdasarkan penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini menunjukkan para pedagang sembako di pasar Dolopo Madiun telah memiliki pemahaman menyeluruh terkait etika bisnis Islam. Meskipun demikian, sebagian dari mereka masih belum menyadari betapa pentingnya memegang prinsip jujur dan adil dalam menjalankan transaksi jual beli, karena terdapat kecenderungan bahwa kegiatan dagang mereka lebih ditujukan semata-mata untuk mencari keuntungan. Dalam menerapkan etika bisnis Islam melalui prinsip-prinsipnya, pedagang di Pasar Dolopo Madiun memiliki pemahaman yang baik terkait prinsip kehendak bebas. Akan tetapi, prinsip kesatuan, keseimbangan, dan tanggung jawab masih belum sepenuhnya terimplementasikan¹⁶ Terdapat persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu topik yang diangkat adalah tentang etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu terletak pada objek yang diteliti adalah perilaku pedagang sembako di pasar Dolopo Madiun, sedangkan penelitian ini meneliti tentang praktik gratifikasi pada transaksi pengadaan barang dan jasa.

Ketujuh, Penelitian yang ditulis oleh Rengga Agnes Wijaya dengan judul “Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Kamis Desa Nanjungan Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan”, tahun 2021. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini mengungkapkan dalam proses jual beli di pasar Kamis Desa Nanjungan, Kecamatan Pino Raya, Kabupaten Bengkulu Selatan, perilaku pedagang ikan masih menunjukkan kelemahan signifikan terkait akurasi timbangan yang digunakan selama transaksi. Ketidakakuratan ini mencerminkan adanya potensi praktik kecurangan yang merugikan konsumen. Dari sudut pandang etika bisnis Islam, tindakan semacam ini jelas melanggar prinsip-prinsip dasar yang harus ditegakkan

¹⁶ Aprilia Tri Wulandari, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sembako di Pasar Dolopo Madiun” (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/eprint/16495>.

dalam setiap transaksi, yaitu kepuasan pelanggan, transparansi, dan keadilan.¹⁷ Terdapat persamaan penelitian yang terletak pada metode yang digunakan yaitu kualitatif dan serta pembahasan penelitian yang menggunakan acuan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaan pada penelitian terdahulu terletak pada lokasi penelitian yaitu desa Nanjungan kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan sedangkan penelitian ini dilakukan di Kota Madiun.

Kedelapan, Penelitian yang ditulis oleh Imelda Oktavia dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada UMKM Distribusi Jagung Di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman”, tahun 2021. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam distribusi jagung di Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman telah mengimplementasikan nilai-nilai etika bisnis Islam. Implementasi ini tergambar dari penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kesatuan, keseimbangan atau keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kejujuran, dan keterpercayaan. Meskipun demikian, meski sudah mampu menerapkan sebagian besar prinsip etika bisnis Islam, prinsip kejujuran masih belum sepenuhnya terlaksana dengan baik dan benar, terutama terkait penetapan harga jagung yang dilakukan setelah jagung dikirim kepada konsumen.¹⁸ Terdapat persamaan dalam penelitian ini yang terletak pada acuan yang dipakai sebagai penelitian yaitu etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu terletak pada objek yang diteliti yaitu UMKM jagung, sedangkan penelitian ini mengangkat objek tentang praktik gratifikasi dalam transaksi pengadaan barang.

¹⁷ Rengga Agnes Wijaya, “Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar kamis Desa Nanjungan Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan” (Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2021), <http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/6696>.

¹⁸ Imelda Oktavia, “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman” (Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2021), <https://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/h/batusangkar/aDDdjL8g3Kvn6vshHlsBOKWtu00zNFNC.pdf>.

Kesembilan, Penelitian yang ditulis oleh Dewi Andika Agustini dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menarik Wisatawan Local Dan Asing (Studi Kasus Resto Apung Pulau Bungin, Kecamatan Alas, Kabupaten Sumbawa)”, tahun 2020. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan etika bisnis Islam di restoran Apung di Pulau Bungin secara umum telah diimplementasikan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari beberapa aspek penting, seperti kejujuran dalam penyajian makanan dan harga yang sesuai dengan apa yang ditawarkan, tanggung jawab dalam menjaga kebersihan serta kehalalan makanan, kecerdasan dalam mengelola restoran dan memenuhi kebutuhan pelanggan, keramahan staf dalam berinteraksi dengan tamu, serta kemampuan berkomunikasi yang baik dalam menyampaikan informasi terkait menu dan layanan. Namun, meskipun secara keseluruhan penerapan etika bisnis Islam sudah sejalan dengan prinsip-prinsip dasar yang diajarkan, penelitian ini juga menemukan beberapa area yang masih memerlukan peningkatan. Salah satu kekurangan yang teridentifikasi adalah dalam menjaga kualitas makanan, di mana terkadang konsistensi rasa dan penyajian masih belum sepenuhnya optimal.¹⁹ Berdasarkan penelitian tersebut terdapat persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu meneliti tentang etika bisnis Islam. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada lokasi peneliti terdahulu terletak di Kabupaten Sumbawa sedangkan penelitian ini terletak di Kota Madiun.

Kesepuluh, Penelitian yang ditulis oleh Yolanda Okta Mira Bella dengan judul “Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pedagang Di Pasar Tradisional Pelaju Ilir Kecamatan Pelaju”, tahun 2023. Berdasarkan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa proses jual beli yang dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisional Kecamatan Plaju secara keseluruhan berjalan dengan baik dan lancar. Meskipun pemahaman

¹⁹ Dewi Andika Agustini, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menarik Wisatawan Lokal Dan Asing (Studi Kasus Resto Apung Pulau Bungin, Kecamatan Alas, Kabupaten Sumbawa)” (Universitas Islam Negeri Mataram, 2020), <http://etheses.uinmataram.ac.id/id/eprint/46>.

mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli masih terbilang minim di kalangan pedagang, namun dalam praktiknya, mereka secara tidak langsung telah menerapkan prinsip-prinsip etika tersebut. Beberapa contoh nyata dari penerapan ini dapat dilihat dalam upaya para pedagang menjual produk yang halal dan berkualitas, menawarkan barang dagangan dengan sikap ramah, sopan, dan penuh kejujuran selama proses negosiasi dan transaksi berlangsung. Selain itu, para pedagang juga menunjukkan tanggung jawab terhadap produk yang mereka jual serta sikap murah hati dalam berinteraksi dengan pelanggan, yang pada akhirnya menciptakan suasana perdagangan yang harmonis dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.²⁰ Terdapat persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada acuan penelitian yang digunakan tentang etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu terletak pada objek yang diteliti merupakan transaksi jual beli pada pedagang di pasar tradisional sedangkan penelitian ini mengangkat objek tentang praktik gratifikasi pada transaksi pengadaan barang dan jasa.

Kesebelas, Penelitian yang ditulis oleh Hardianti Jenne dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pakaian Pusat Niaga Palopo”, tahun 2021. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa etika bisnis yang diterapkan oleh pedagang di pusat niaga Palopo belum sepenuhnya mengikuti prinsip-prinsip syariat Islam. Hal ini disebabkan oleh keberadaan beberapa pedagang yang tidak bersikap jujur dan tidak transparan dalam menetapkan harga. Langkah-langkah yang diambil untuk meningkatkan etika bisnis dalam perdagangan pakaian di Pusat Niaga Palopo melibatkan upaya untuk membangun loyalitas dan menunjukkan tata krama yang baik kepada calon pembeli.²¹ Terdapat persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu terletak pada penggunaan metode

²⁰ Yolanda Okta Mira Bella, “Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang di Pasar Tradisional Plaju Ilir Kecamatan Plaju” (Universitas Muhammadiyah Palembang, 2023), <http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/25325>.

²¹ Hardianti Jenne, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pakaian Pusat Niaga Palopo” (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021), <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/3792>.

penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada lokasi penelitian yaitu Palopo, sedangkan penelitian ini berlokasi di Kota Madiun.

Kedua belas, Penelitian yang ditulis oleh Galuh Larasati dengan judul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Makanan Tanpa Mencantumkan Harga (Studi Kasus Di Tempat Wisata Grojogan Sewu, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar)”, tahun 2020. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini menunjukkan dalam praktik jual beli makanan di tempat wisata Grojogan Sewu, Kecamatan Tawangmangu, secara keseluruhan sistem jual beli mirip dengan praktik jual beli pada umumnya. Pembeli dapat memilih langsung menu makanan yang tersedia dari penjual. Dalam konteks etika bisnis Islam, praktik ini sudah sesuai dengan prinsip-prinsip seperti orientasi pada pelanggan, transparansi, persaingan yang sehat, dan keadilan. Meskipun jual beli makanan dilakukan tanpa mencantumkan harga, yang dapat dianggap kurang transparan, namun perlu dicatat bahwa penjual tidak bermaksud menipu karena praktik jual beli tanpa mencantumkan harga sudah menjadi kebiasaan di Grojogan Sewu.²²

Ketiga belas, Penelitian yang ditulis oleh Reni Widya Ningsih dengan judul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Tokopedia”, tahun 2020. Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu mengindikasikan bahwa pelaksanaan etika bisnis dalam transaksi jual beli online di Tokopedia telah memenuhi syarat-syaratnya dan sudah sejalan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Namun, masih terdapat beberapa pelanggan yang merasa kecewa ketika menerima barang yang tidak sesuai dengan gambar atau memiliki sedikit perbedaan dengan aslinya, serta mengalami perbedaan kualitas. Implikasi dari penelitian ini memberikan masukan yang dapat digunakan dalam upaya meningkatkan implementasi etika bisnis Islam dalam konteks transaksi

²² Galuh Larasati, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Makanan Tanpa Mencantumkan Harga” (IAIN Surakarta, 2020).

online di Tokopedia.²³ Terdapat persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti ini terletak pada metode yang digunakan yaitu kualitatif. Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu terletak pada objek yang diteliti yaitu transaksi jual beli online di Tokopedia, penelitian ini mengangkat objek tentang praktik gratifikasi dalam transaksi pengadaan barang dan jasa.

Keempat belas, Penelitian yang ditulis oleh Duratun Nafis dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kecamatan Lueng Bata Kota Banda Aceh) “, tahun 2019. Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis di Rumah Makan Wong Solo cabang Batoh secara keseluruhan telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan standar yang diharapkan. Pada umumnya, prinsip-prinsip etika bisnis yang diterapkan oleh Rumah Makan Wong Solo Cabang Batoh telah sejalan dengan nilai-nilai etika bisnis yang diajarkan dalam Islam, meskipun belum mencapai tingkat kesempurnaan seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Dalam praktik sehari-harinya, rumah makan ini telah mengedepankan kejujuran dalam memberikan informasi mengenai produk, menjaga kualitas makanan yang disajikan dengan memastikan kehalalannya, serta melayani pelanggan dengan ramah dan penuh rasa tanggung jawab. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang bisa lebih ditingkatkan, seperti konsistensi dalam menjalankan setiap prinsip etika bisnis Islam secara lebih menyeluruh, sehingga diharapkan dapat mendekati contoh ideal yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam berdagang dan berbisnis. Dengan perbaikan ini, rumah makan tersebut dapat terus mempertahankan dan bahkan meningkatkan reputasi serta loyalitas pelanggan yang selama ini telah terbangun.²⁴ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang

²³ Reni Widya Ningsih, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Tokopedia” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020), <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/12805>.

²⁴ Duratun Nafis, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh)” (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019), <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/8598>.

etika bisnis Islam. Perbedaan peneliti terdahulu terletak pada metode yang digunakan yaitu deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian lapangan yang terjun langsung untuk mendapatkan data yang diperlukan.

Kelima belas, Penelitian yang ditulis oleh Indra Aditya Makassar dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro Di Kelurahan Rampoang Kota Palopo”, tahun 2019. Penelitian ini mengindikasikan bahwa pemilik usaha mikro di Kelurahan Rambong, Kota Palopo, telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Penerapan ini terlihat dalam aspek-aspek prinsip etika bisnis Islam, seperti tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, kebenaran, kebajikan, kejujuran, dan kepercayaan.²⁵ Terdapat persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada objek yang diteliti yaitu usaha mikro sedangkan penelitian ini mengangkat objek transaksi pengadaan barang.

Keenam belas, Penelitian yang ditulis oleh Hanifah Noor Setyawan, Amin Wahyudi yang berjudul “Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon Sukorejo Ponorogo”. Penelitian ini tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi bawang merah yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Malon mencakup beberapa aspek, yaitu tampilan produk (display), promosi dari mulut ke mulut (word of mouth), penargetan pelanggan, negosiasi, dan penetapan harga. Tampilan produk bertujuan untuk memudahkan pembeli menemukan barang yang mereka butuhkan, serta memberikan kesan menarik apabila etalase ditata dengan baik. Promosi dari mulut ke mulut digunakan sebagai salah satu metode untuk mempromosikan produk melalui rekomendasi orang lain. Negosiasi diperbolehkan selama tidak menyebabkan harga jatuh di bawah

²⁵ Indra Aditya Makassar, “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro di Kelurahan Rampoang Kota Palopo” (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019), [http://repository.iaipalopo.ac.id/1450/1/skripsi INDRA.pdf](http://repository.iaipalopo.ac.id/1450/1/skripsi%20INDRA.pdf).

biaya pokok yang telah disepakati. Penetapan harga dilakukan secara adil dengan menyesuaikan harga dengan penjual lain di pasar.²⁶ Terdapat persamaan dalam penelitian yaitu terletak pada jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kualitatif dan meneliti etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaan terletak pada lokasi penelitian terdahulu terletak pada pasar Malon Sukorejo Ponorogo sedangkan penelitian ini terletak di CV Lancar Sukses Barokah di Kota Madiun.

Ketujuh belas, Penelitian yang dilakukan oleh Vita Listiani, Fitra Rizal yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kegiatan Produksi Pentol Corah dan Otak-Otak Assegaf Jaya Ponorogo”. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa, 1) penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan produksi pada usaha pentol corah dan otak-otak Assegaf Jaya Ponorogo telah sesuai dengan prinsip-prinsip produksi dalam Islam. 2) faktor yang mendorong usaha Assegaf Jaya Ponorogo untuk menerapkan etika bisnis dalam kegiatan produksinya meliputi kecukupan modal dan penggunaan bahan baku yang halal. 3) penerapan etika bisnis ini memberikan dampak positif, baik bagi pemilik usaha maupun karyawan, serta membawa manfaat bagi pemilik, karyawan, dan para konsumen.²⁷ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yakni jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kualitatif, sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian terdahulu terletak di Ponorogo sedangkan penelitian ini terletak di Kota Madiun.

²⁶ Hanifah Noor Setyawan dan Amin Wahyudi, “Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon, Sukorejo, Ponorogo,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2022): 305–32, <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.989>.

²⁷ Vita Listiani dan Fitra Rizal, “Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kegiatan Produksi Pentol Corah dan Otak-Otak Assegaf Jaya Ponorogo,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 3, no. 2 (2023): 368–77, <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i2.2836>.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang memiliki sifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang didasari atas beberapa alasan.²⁸ Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan suatu gejala data – data dan informasi berdasarkan fakta yang diperoleh dilapangan. Memaparkan data–data yang didapatkan dilapangan kemudian menganalisisnya melalui kajian pustaka untuk memaparkan kesimpulan dan temuan.²⁹

Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dimana penelitian mendeskripsikan tentang objek dengan mencatat apa yang ada dalam objek penelitian kemudian memasukkannya dengan sumber data yang ada dalam objek penelitian.³⁰ Secara garis besar penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subyek penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara secara langsung, dan bertanya langsung kepada karyawan dan pemilik yang berkaitan dengan penelitian ini di CV Lancar Sukses Barokah mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam mengurangi praktik gratifikasi pada transaksi pengadaan barang dan jasa di CV Lancar Sukses Barokah.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Lancar Sukses Barokah, yang beralamat di Griya Gading Indah, Kota Madiun. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian karena merupakan wilayah yang relevan dengan tujuan penelitian, di mana peneliti dapat mengamati dan

²⁸ Unun Roudlotul Jannah dan Muchtim Humaidi, “Filantropi Pada Masyarakat Multikultural (Studi Kasus di Desa Klepu Kec. Sooko Kab. Ponorogo),” *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF* 7, no. 1 (2020): 46–67, <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v7i1.7472>.

²⁹ Feny Rita Fiantika et al., “Metodologi Penelitian Kualitatif” (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), 88, <https://doi.org/978-623-99749-1-6>.

³⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

memperoleh gambaran yang nyata terkait objek studi. Melalui penelitian ini, data dan informasi yang dibutuhkan dapat dikumpulkan secara langsung dari sumber yang sesuai, memastikan validitas dan relevansi hasil yang diperoleh. Pemilihan lokasi ini juga didasarkan pada aksesibilitas serta potensi kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian tujuan penelitian.

3. Data dan Sumber Data

a. Data

Data yang akan digunakan oleh peneliti diantaranya:

- 1) Pemahaman tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Mengurangi Praktik Gratifikasi Pada Transaksi Pengadaan Barang dan Jasa pada CV Lancar Sukses Barokah. Data ini bersumber dari hasil observasi, wawancara serta dokumentasi dari pihak seperti pimpinan dan karyawan dari CV Lancar Sukses Barokah.
- 2) Kesulitan yang dialami oleh CV Lancar Sukses Barokah pada transaksi pengadaan barang dan jasa dalam menerapkan etika bisnis Islam. Data tersebut diambil dari hasil observasi, wawancara serta dokumentasi dari pihak CV Lancar Sukses Barokah.
- 3) Dampak dari penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi pengadaan barang dan jasa pada CV Lancar Sukses Barokah. Data ini bersumber dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dari pimpinan dan karyawan CV Lancar Sukses Barokah.

b. Sumber Data

Data tersebut didapatkan peneliti dari pemilik serta karyawan CV Lancar Sukses Barokah yang ada di Kota Madiun. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan

sekunder.³¹ Data diatas merupakan sumber data primer dengan teknik pengambilan data yang dilakukan oleh peneliti melalui sebuah pengamatan atau observasi, wawancara secara langsung di lapangan.³² Data ini akan peneliti dapatkan dari hasil wawancara serta observasi di CV Lancar Sukses Barokah yang berada di Kota Madiun.

Sumber lain dari sekunder merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara menganalisis sumber data yang sudah ada. Data ini diperoleh dari orang lain sebagai data pelengkap penelitian yang akan peneliti dapatkan dari beberapa literatur atau buku.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada beberapa metode yang digunakan oleh peneliti dalam proses pengumpulan data. Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling penting dalam penelitian. Pengumpulan data adalah tujuan utama dari sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, untuk menjawab permasalahan yang sedang diteliti, diperlukan informasi yang terjadi langsung di lapangan. Adapun teknik yang digunakan oleh peneliti diantaranya:

a. Observasi

Observasi yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara peneliti terlibat secara langsung dalam situasi atau kejadian yang diteliti. Tujuan utama dari metode ini adalah mendapatkan data yang akurat dan sesuai dengan keadaan sebenarnya, serta untuk menghindari pemberian data yang bersifat fiktif oleh lembaga terkait. Dengan cara ini, peneliti berpartisipasi langsung di lokasi penelitian, memungkinkan mereka untuk melihat dan mengamati kondisi di lapangan secara langsung, sehingga data yang diperoleh

³¹ Miftahul Ulum dkk., "Islamic Education and Social Media Transformation in Pandemic Era: Challenges and Opportunities in Indonesia," *Cendekia: Jurnal Kependidikan Dan Kemasyarakatan* 19, no. 1 (2021): 185–96, <https://doi.org/10.21154/cendekia.v1i1.2662>.

³² Eko Mulyanto, "Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif," *EQUILIBRIUM* 5 (2020): 148.

mencerminkan keadaan yang sebenarnya pada saat penelitian dilakukan. Observasi akan dilakukan di CV Lancar Sukses Barokah Kota Madiun.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh informasi untuk keperluan penelitian dengan menggunakan pertanyaan dan jawaban melalui interaksi langsung antara penanya dan responden. Interaksi ini dilakukan secara tatap muka dan biasanya menggunakan panduan wawancara yang disebut sebagai *interview guide*. *Interview guide* berfungsi sebagai alat bantu yang berisi daftar pertanyaan atau topik-topik yang akan dibahas selama wawancara, membantu memastikan bahwa semua aspek yang relevan tercakup dan memandu alur percakapan.³³

Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan di CV. Lancar Sukses Barokah dan yang akan menjadi narasumber adalah manajer dan karyawan. Wawancara dilakukan berkisar mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam praktik gratifikasi pada transaksi pengadaan barang dan jasa menggunakan alat elektronik yaitu handphone untuk merekam hasil wawancara. Informan yang akan diwawancarai oleh peneliti adalah pemilik CV Lancar Sukses Barokah (Pak Toelus) serta karyawan (Pak Fajar).

5. Teknik Pengolahan Data

Dalam konteks ini, untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam dalam mengurangi gratifikasi dalam transaksi pengadaan barang dan jasa, peneliti berupaya mencari pemahaman mendalam mengenai suatu fenomena tertentu dan hasil penelitian tersebut memberi gambaran luas serta mendalam. Sesuai dengan teknik pengolahan data yang dipakai adalah pengolahan data lapangan dengan menggunakan model Miles dan Huberman meliputi sebagai berikut:

³³ Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam* (Banten: CV Media Karya Kreatif, 2020).

- a. Reduksi data, dalam tahap ini merupakan tahap pengumpulan data penelitian yang berlangsung dari observasi hingga selesai. Pada tahap ini, peneliti akan mengumpulkan catatan lapangan yang selanjutnya akan digunakan untuk melakukan interpretasi terhadap data yang telah diperoleh.
- b. Penyajian data, tahap ini merupakan tahap di mana data yang telah dikumpulkan tersebut dianalisis serta disusun secara sistematis agar dapat ditarik kesimpulan, sehingga dapat menjawab pertanyaan yang diajukan dalam penelitian.
- c. Verifikasi data, dalam tahap ini merupakan suatu proses lanjutan dari reduksi dan penyajian data sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang sudah dikumpulkan dengan mencari hubungan dan persamaan, atau perbedaan data dengan teori.³⁴

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses sistematis yang bertujuan untuk mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Dalam proses ini, peneliti mengorganisir atau mengelompokkan data ke dalam kategori-kategori tertentu, menjelaskan data dalam unit-unit yang relevan, melakukan sintesis untuk menghubungkan informasi, serta menyusun pola-pola yang muncul. Selain itu, peneliti juga memilih informasi yang signifikan untuk dianalisis lebih lanjut dan menarik kesimpulan yang memungkinkan pemahaman yang lebih jelas baik bagi peneliti sendiri maupun bagi pihak lain yang berkepentingan.³⁵ Dalam konteks penelitian ini, analisis data kualitatif yang diterapkan menggunakan metode analisis data induktif. Pendekatan ini melibatkan pemetaan data

³⁴ Mutiara Puspa Garini, "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam Tahun 2023 (Studi pada Home Industri Tapis Lampung Ethnica di Desa Sumber Gede Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)," *Skripsi* 2023, no. 15018 (20M): 1–117.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015).

atau realitas yang ada di lapangan, sehingga fakta-fakta yang terungkap dapat disandingkan dengan teori yang relevan. Proses analisis ini tidak hanya fokus pada pengolahan data, tetapi juga berupaya memahami konteks di balik data tersebut.

Dengan menganalisis data secara induktif, peneliti dapat mengembangkan penelitian secara organik berdasarkan data empiris yang terkumpul, yang pada gilirannya memungkinkan temuan yang muncul dari lapangan untuk membentuk landasan bagi interpretasi dan pemahaman yang lebih mendalam. Pendekatan ini memberikan fleksibilitas dalam menyusun argumen dan dapat membantu peneliti untuk menggali lebih jauh makna di balik data yang ada, sehingga menghasilkan wawasan yang lebih kaya dan komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Setelah data terkumpul dan sebelum penulis menulis hasil penelitian, peneliti mencocokkan kembali data – data yang diperoleh dengan data yang telah didapat dari hasil observasi dan wawancara. Dengan data yang didapat dapat diuji keabsahannya dan dipertanggungjawabkan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pengecekan keabsahan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data, sehingga dari teknik ini peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas dari data dengan teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan.³⁶

Dalam penelitian ini dilakukan pengecekan keabsahan data menggunakan wawancara dengan dua narasumber yang berdeda. Dari hasil wawancara tersebut kemudian akan dicek mengenai kesamaan jawaban dari dua narasumber tersebut. Selanjutnya data akan dicek

³⁶ Fiantika et al., “Metodologi Penelitian Kualitatif.”

keabsahannya menggunakan perbandingan dengan teori yang digunakan.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah urutan yang terdiri dari beberapa uraian tentang suatu topik, yang bertujuan untuk memastikan bahwa penelitian yang dilakukan berlangsung dengan terarah, sistematis, dan sesuai dengan bidang yang dikaji. Dalam penelitian ini, terdapat lima bab yang disusun secara jelas dan terstruktur. Berikut adalah penjelasan untuk setiap bab:

BAB I Pendahuluan

Berisi meliputi latar belakang masalah, penegasan istilah (jika dibutuhkan), rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Dalam hal ini merupakan gambaran umum dari keseluruhan penelitian.

BAB II Etika Bisnis Islam dan Gratifikasi

Pada bab ini, dibahas mengenai landasan teori yang mencakup pemahaman-pemahaman yang diperlukan sebagai acuan untuk menganalisis masalah dalam penelitian. Hal ini mencakup penjelasan tentang etika bisnis Islam, prinsip dan penerapan etika bisnis Islam, pengadaan barang dan jasa, serta gratifikasi. Landasan teori ini penting untuk memberikan kerangka berpikir yang solid dan mendukung analisis yang dilakukan dalam penelitian.

BAB III Etika Bisnis Islam Dalam Mengurangi Praktik Gratifikasi Pada Transaksi Pengadaan Barang dan Jasa CV Lancar Sukses Barokah

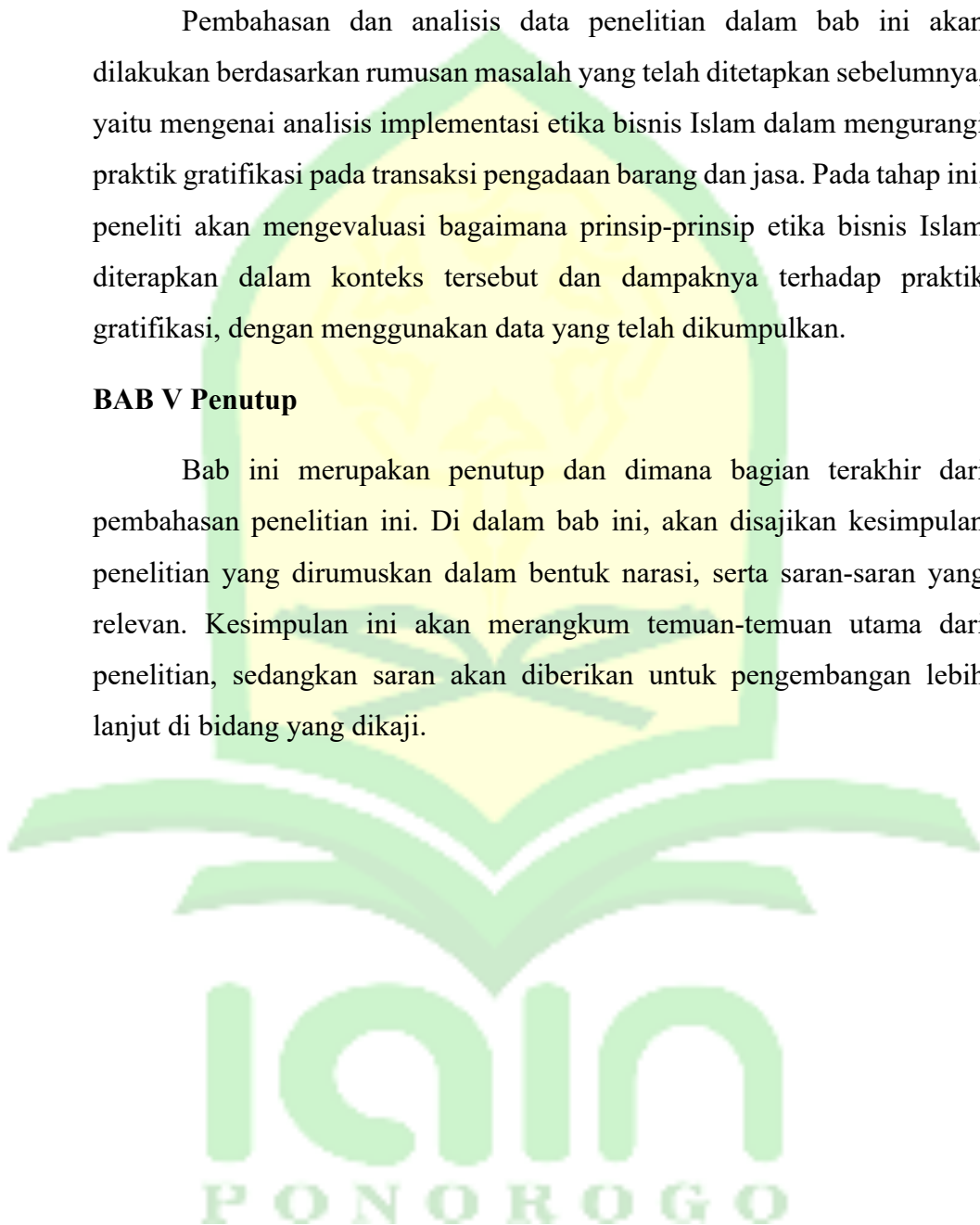
Pada bab ketiga ini dipaparkan data hasil penelitian berupa gambaran umum lokasi penelitian, paparan data yang menjawab rumusan masalah, serta temuan dalam penelitian.

BAB IV Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Mengurangi Praktik Gratifikasi Pada Transaksi Pengadaan Barang dan Jasa di CV Lancar Sukses Barokah

Pembahasan dan analisis data penelitian dalam bab ini akan dilakukan berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu mengenai analisis implementasi etika bisnis Islam dalam mengurangi praktik gratifikasi pada transaksi pengadaan barang dan jasa. Pada tahap ini, peneliti akan mengevaluasi bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan dalam konteks tersebut dan dampaknya terhadap praktik gratifikasi, dengan menggunakan data yang telah dikumpulkan.

BAB V Penutup

Bab ini merupakan penutup dan dimana bagian terakhir dari pembahasan penelitian ini. Di dalam bab ini, akan disajikan kesimpulan penelitian yang dirumuskan dalam bentuk narasi, serta saran-saran yang relevan. Kesimpulan ini akan merangkum temuan-temuan utama dari penelitian, sedangkan saran akan diberikan untuk pengembangan lebih lanjut di bidang yang dikaji.



BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM DAN GRATIFIKASI

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip etika yang membedakan antara baik dan buruk, keterpaksaan, benar, salah, dan sebagainya, serta prinsip umum yang membenarkan penerapannya dalam segala hal dalam kehidupan bisnis.³⁷ Menurut Faisal Badroen etika bisnis Islam merupakan pemikiran atau gagasan tentang moralitas ekonomi dan bisnis yang berpedoman pada Al-Quran dan Hadits.³⁸ Sedangkan Menurut Jusmaliani, esensi paling pokok dari etos perdagangan Islam terletak pada kesadaran bahwa setiap transaksi jual-beli tidak dapat dipisahkan dari niat dan semangat ibadah, dengan tujuan mencari keberkahan dari Allah SWT.³⁹ Berdasarkan penjelasan tersebut, etika bisnis Islam dapat diartikan sebagai kumpulan nilai, peraturan, dan prosedur yang menjadi pedoman dalam menjalankan kegiatan bisnis, dengan tujuan agar aktivitas bisnis tersebut selaras dengan regulasi maupun kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi Islam serta ajaran Islam.⁴⁰ Dalam konteks lain, etika bisnis Islam dapat dipandang sebagai suatu proses dan usaha untuk memahami prinsip-prinsip yang benar dan salah, yang kemudian diimplementasikan dengan melakukan tindakan yang benar terkait dengan produk dan layanan perusahaan, serta menjaga hubungan baik dengan pihak-pihak yang terlibat dengan perusahaan sesuai dengan tuntutan

³⁷ Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah," *Jurnal Walisongo* 19, no. 1 (2011).

³⁸ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006).

³⁹ Jusmaliani, Masyhuri, dan Mochammad Nadjib, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=10113>.

⁴⁰ Luhur Prasetyo dan Unun Roudlotul Janah, "CRYPTOCURRENCY AS MONEY: Islamic Monetary System Perspective," *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam* 22, no. 1 (24 Mei 2022): 71–94, <https://doi.org/10.21154/altahrir.v22i1.3617>.

perusahaan. Dengan demikian, hubungan antara etika dan bisnis menjadi saling terkait, menciptakan suatu kerangka bisnis yang saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.

2. Urgensi Etika Bisnis Islam

Menurut Muhammad, tugas utama Etika Bisnis adalah menemukan cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis sebuah bisnis atau perusahaan dengan tuntutan moralitas. Selain itu, Etika Bisnis juga bertugas mengubah kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan pemahaman atau perspektif baru, bahwa bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika.⁴¹

Selama perjalanan sejarah kegiatan perdagangan atau bisnis, etika selalu menjadi sorotan yang signifikan. Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini, etika bisnis mendapatkan perhatian yang cukup besar hingga menjadi suatu disiplin ilmu yang mandiri. Kehadiran etika dalam dunia bisnis menjadi harapan bersama, karena semua pihak menginginkan perlakuan yang etis dalam setiap transaksi perdagangan. Manipulasi dalam kegiatan bisnis dapat dicegah dengan mendasarkan praktek bisnis pada etika yang tinggi. Etika memiliki pengaruh internal yang kuat pada hati nurani individu. Para pelaku bisnis yang menjadikan nilai-nilai keagamaan sebagai landasan akan menyadari bahwa perilaku etis dalam bisnis tidak hanya memberikan kepuasan dalam kehidupan dunia, tetapi juga memiliki dampak positif di akhirat kelak.⁴² Dalam bisnis, etika bisnis Islam memiliki beberapa kepentingan antara lain:

- a. Etika bisnis Islam memiliki fokus utama sebagai upaya untuk mengharmonisasikan kepentingan suatu lembaga bisnis, yaitu menggabungkan pencapaian keuntungan dengan mematuhi standar moralitas.

⁴¹ Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*.

⁴² Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009).

- b. Etika bisnis Islam berperan dalam mengubah kesadaran masyarakat terhadap bisnis, dengan memberikan pemahaman bahwa bisnis tidak dapat dilepaskan dari etika.⁴³

3. Prinsip Etika Bisnis Islam

Pada prinsipnya, ajaran Islam mengenai etika bisnis memberikan panduan bagi para pelaku bisnis agar berbuat baik kepada diri sendiri, sesama manusia, dan lingkungan sekitar, serta selalu ingat untuk beribadah kepada Allah SWT. Kecintaan terhadap bisnis tidak boleh melebihi kecintaan kepada Allah SWT dan Rasulullah.⁴⁴ Hukum Islam telah menetapkan prinsip-prinsip etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, yaitu berlandaskan pada Al-Qur'an, hadits, dan hukum yang telah disepakati oleh para ahli fiqh. Menurut Rafik Issa Beekun, terdapat beberapa konsep utama yang membentuk sistem etika Islam, di antaranya sebagai berikut:⁴⁵

- a. Tauhid

Prinsip ini menempati urutan pertama dalam berwirausaha, yang dimaksudkan dengan prinsip ini yaitu setiap aktivitas para pelaku usaha syariah hendaknya mengedepankan aspek tauhid yaitu mengesakan Allah SWT. Sumber utama etika bisnis Islam berasal dari keimanan kepada Allah SWT. Dengan menggabungkan aspek religius dengan berbagai dimensi kehidupan manusia, individu dapat didorong menuju suatu kesatuan yang harmonis, konsisten, dan merasa selalu diawasi oleh Allah SWT, yang dikenal sebagai konsep (Ihsan). Konsep Ihsan ini membantu mengintegrasikan manusia dan menciptakan perasaan diawasi dalam setiap aktivitas kehidupannya. Dengan demikian, kesadaran ini akan muncul dari dalam diri individu, menjadi sumber kekuatan dan keikhlasan dalam semua aktivitas, terutama dalam bisnis. Penerapan prinsip ini

⁴³ Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam*.

⁴⁴ Veithzal Rivai Zainal, "Islamic Marketing" (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), 98.

⁴⁵ Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, Kamdani (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004).

akan semakin kuat jika disertai dengan keimanan kepada Allah SWT. Oleh karena itu, dalam menjalankan aktivitas bisnis, seseorang tidak akan mudah menyimpang dari prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah yang telah ditentukan oleh Allah SWT. Seperti yang tercermin dalam konsep tauhid yang berarti Allah SWT sebagai Tuhan Yang Maha Esa, telah menetapkan batasan-batasan tertentu terhadap perilaku manusia untuk dapat bermanfaat kepada individu tanpa merugikan pihak manapun. Dalam hal ini berarti pelaku usaha selain mencari keuntungan haruslah mengedepankan nilai-nilai Islam yang sudah sesuai dengan aturan yang berlaku.⁴⁶

b. Berkehendak Bebas (Free Will)

Prinsip ini menekankan bahwa setiap individu memiliki kebebasan untuk menjadi pelaku bisnis dan menjalankan aktivitas bisnis. Pada suatu tingkat tertentu, setiap individu diberikan kebebasan untuk mengatur hidupnya sendiri ketika Allah SWT menurunkannya ke bumi. Manusia diberi kemampuan untuk berpikir, mengambil keputusan, dan memilih jalannya sendiri, termasuk kesempatan untuk bertindak sesuai aturan yang diinginkan. Dalam pandangan Islam, meskipun kebebasan ini ada, tetap ada batasan yang ditetapkan.

Dalam Islam, anugerah dari Allah SWT tergantung pada pilihan awal manusia terhadap yang “benar,” yang merupakan dasar etika yang sangat dihargai dalam agama ini. Penting untuk menyadari bahwa dalam setiap situasi, manusia sebenarnya selalu dibimbing oleh aturan yang berlandaskan ketentuan Allah SWT dalam syariat-Nya, yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW.

Dalam konteks bisnis, individu memiliki kebebasan penuh untuk memilih jenis usaha yang akan dijalankan, tetapi pilihan tersebut harus tetap sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai syariat

⁴⁶ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), <https://muhammadiyah.or.id/etika-bisnis-dalam-islam/>.

yang telah ditetapkan. Dalam konsep kontemporer, etika bisnis yang berkaitan dengan kebebasan ini dikenal sebagai relativisme. Dalam sistem ini, tidak ada satu kriteria universal yang dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu tindakan dianggap etis atau tidak. Setiap individu dapat menggunakan kriterianya sendiri, yang dapat bervariasi antara satu budaya dengan budaya lainnya. Dengan demikian, etika relativisme menekankan bahwa keputusan diambil berdasarkan kepentingan dan kebutuhan pribadi masing-masing.

Dalam ekonomi, pelaku bisnis diberi kebebasan untuk berinovasi dan mengembangkan ide-ide mereka untuk kemajuan bisnis, akan tetapi harus sesuai dengan kaidah-kaidah Islam dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam, seperti menjauhi ketidakadilan dan riba. Kebebasan yang dimaksud dalam prinsip ini memiliki batasan sesuai dengan prinsip syariah diantaranya berdagang pada aspek yang halal saja, memasarkan dengan cara islami, bertutur kata dengan baik dan indah.⁴⁷

c. Tanggung Jawab (Responsibility)

Dalam ajaran Islam, prinsip tanggung jawab merupakan landasan yang mendasar yang perlu dipegang teguh oleh manusia. Seorang individu memiliki kebebasan namun perlu adanya tanggung jawab atas setiap perkataan serta tindakan yang dilakukan dalam kehidupannya. Oleh karena itu, guna memehuni prinsip keadilan dan keesaan dalam melakukan seluruh aktivitas bisnis diperlukan adanya pertanggungjawaban dari setiap individu maupun kelompok dalam suatu perusahaan. Adapun yang dimaksud dengan tanggung jawab disini adalah kemampuan untuk menanggung segala bentuk konsekuensi atas tindakan-tindakan maupun ucapan yang telah dilakukan.⁴⁸

⁴⁷ Beekun, *Etika Bisnis Islami*.

⁴⁸ Beekun.

Dalam konsep kontemporer, hubungan antara sistem etika tanggung jawab dan hak menjadi penting. Dalam pandangan ini, pendekatan hak berfokus pada nilai kebebasan. Suatu tindakan atau keputusan dianggap etis jika didasarkan pada hak-hak individu yang melindungi hak pribadi seseorang. Dalam pendekatan ini, diyakini bahwa setiap individu memiliki hak moral yang tidak dapat dipungkiri. Hak-hak tersebut kemudian menciptakan kewajiban saling menguntungkan di antara pemegang hak. Namun, sayangnya, pendekatan hak ini sering disalahgunakan. Beberapa individu mungkin menganggap hak mereka lebih penting daripada hak milik orang lain, yang akhirnya menyebabkan ketidakadilan dalam masyarakat. Ternyata, hak juga memerlukan batasan agar dapat berfungsi dengan baik dan tidak merugikan pemilik hak lainnya. Islam hadir dengan prinsip keseimbangan dan keadilan, menolak gagasan tentang kebebasan yang tidak diimbangi dengan tanggung jawab. Oleh karena itu, setiap individu harus bertanggung jawab atas tindakan yang diambilnya.

d. Prinsip Kebajikan (Ihsan)

Berbuat bijak dalam aspek kewirausahaan mencakup lingkup yang sangat luas. Bijak dalam berucap, bersikap, dan menentukan keputusan. Bijak berlaku kepada rekan usaha, konsumen, pesaing masyarakat, pemerintah, bahkan kepada hewan dan lingkungan. Kebajikan atau dapat disebut dengan ihsan, merupakan tindakan baik yang dilakukan seseorang yang memberikan keberuntungan atau keuntungan untuk orang lain tanpa adanya kewajiban yang harus dipenuhi. Keihsanan sama halnya dengan sikap saling tolong menolong yang mempunyai kedudukan terbaik disisi Allah SWT.

Selain itu, konsep kebajikan (Ihsan) merujuk pada tindakan yang memberikan manfaat lebih kepada orang lain, tanpa mengecewakan atau menimbulkan mudarat bagi mereka. Dalam

pengertian lain, Ihsan berarti melakukan perbuatan baik dan memberikan manfaat kepada orang lain tanpa adanya kewajiban khusus yang mengharuskan tindakan tersebut. Dengan kata lain, beribadah dan berbuat baik seolah-olah Allah SWT sedang melihat setiap tindakan kita.⁴⁹

4. Penerapan Etika Bisnis Islam

Beberapa penerapan prinsip dan landasan didalam etika bisnis dalam konteks Islam adalah sebagai berikut:

a. Penerapan Prinsip Tauhid

Prinsip Tauhid dalam etika bisnis Islam berarti keyakinan akan ke-Esa-an Allah SWT dan meyakini bahwa kegiatan bisnis harus dilandasi dengan niat untuk mencari ridha-Nya. Prinsip ini mengajari bahwa bisnis bukan sekedar kegiatan ekonomi, tetapi juga bagian dari ibadah dan harus dilakukan sesuai dengan perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya.

Penerapan yang dilakukan untuk menjalankan prinsip ini bisa diawali dengan niat yang ikhlas dalam membangun dan menjalankan usaha untuk mendapatkan ridha-Nya dan bermanfaat bagi orang lain, dan menghindari praktik yang dilarang.

b. Penerapan Prinsip Berkehendak Bebas

Penerapan prinsip kebebasan kehendak dalam etika bisnis Islam terlihat dalam kebebasan para pelaku bisnis untuk membuat perjanjian atau kontrak dengan mitra mereka. Mereka memiliki kebebasan untuk mematuhi atau bahkan melanggar perjanjian tersebut, namun seorang muslim yang baik akan selalu berusaha memenuhi setiap kontrak atau kesepakatan yang telah disepakati.

c. Penerapan Prinsip Tanggung Jawab

Penerapan prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam menuntut setiap pelaku bisnis untuk memiliki kesadaran penuh atas

⁴⁹ Beekun.

segala tindakan yang mereka lakukan. Prinsip ini mengharuskan mereka bertanggung jawab atas segala keputusan, tindakan, dan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnis, baik kepada rekan bisnis, pelanggan, maupun lingkungan sosial. Tanggung jawab ini tidak hanya sebatas memenuhi kewajiban sesuai dengan kontrak, tetapi juga mencakup pelaksanaan tugas dengan integritas, kejujuran, dan transparansi. Dalam setiap langkah bisnis, semua kewajiban harus dijalankan dengan baik, serta dipertanggungjawabkan sesuai dengan standar etika dan moral yang diajarkan dalam Islam. Seorang muslim yang menjalankan bisnis dengan prinsip ini akan senantiasa menjaga keadilan dan keseimbangan dalam aktivitasnya.

d. Penerapan Prinsip Kebajikan

Kebajikan (ihsan) atau kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai tindakan yang memberikan manfaat lebih kepada orang lain daripada diri sendiri, tidak saling menjatuhkan antara satu sama lain dalam persaingan bisnis. Selain itu, penerapan prinsip kebajikan dapat dilakukan dengan mendorong praktik bisnis yang etis, dengan cara ini para pelaku usaha tidak hanya menjalankan bisnis yang menguntungkan tetapi juga membantu menciptakan ekosistem bisnis yang lebih baik dan berkelanjutan.⁵⁰

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Implementasi Etika Bisnis

Implementasi etika bisnis dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan dan berperan penting dalam menentukan sejauh mana nilai-nilai Islam diterapkan dalam praktik bisnis. Faktor-faktor ini mencakup pemahaman dan komitmen individu terhadap prinsip-prinsip Islam, dukungan kelembagaan, budaya organisasi, serta tantangan eksternal seperti persaingan bisnis dan regulasi pemerintah. Berikut

⁵⁰ Muhammad Umaruddin, *Filsafat Etika Al-Ghazali*, ed. oleh Muhammad Ashraf Sh (Pakistan: Lahore Pakistan, 1991).

meerupakan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis⁵¹:

a. Faktor Lingkungan

Para pemimpin perusahaan seringkali dihadapkan pada suatu dilema yang menekan, diantara harus mengejar kuota penjualan, menekan pengeluaran dan biaya-biaya, peningkatan efisiensi dan bersaing. Di lain pihak, eksekutif perusahaan juga harus bertanggung jawab terhadap masyarakat agar kualitas barang terjaga, serta harga tetap terjangkau. Dalam hal ini pemimpin perusahaan harus pandai mengambil keputusan etis yang tidak merugikan perusahaan maupun masyarakat atau konsumen.

b. Faktor Organisasi

Secara umum, anggota organisasi saling mempengaruhi satu dengan lainnya (proses interaktif). Disisi lain, pihak organisasi terhadap individu harus tetap berperilaku etis, misalnya dalam masalah pengupahan, jam kerja, atau pengambilan keputusan bisnis yang harus di dasarkan pada nilai-nilai yang telah ada.

c. Faktor Individual

Seseorang yang memiliki filosofi moral, dalam bekerja dan berinteraksi dengan sesama akan berperilaku etis. Prinsip-prinsip yang diterima secara umum dapat dipelajari atau diperoleh dari hasil interaksi dengan teman, keluarga maupun kenalan.⁵²

B. Definisi Pengadaan Barang dan Jasa

Menurut ketentuan yang tercantum dalam Peraturan Presiden Pemerintah Nomor 12 Tahun 2021 mengenai Pengadaan Barang/Jasa, pengadaan barang atau jasa merujuk pada tindakan perolehan barang atau jasa yang dilaksanakan oleh instansi kementerian/lembaga/perangkat daerah/APBD yang didanai oleh APBN. Prosesnya mencakup berbagai

⁵¹ Sumarni, *Etika Bisnis* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1998).

⁵² Sumarni.

tahapan, mulai dari pemahaman akan kebutuhan hingga presentasi dan penerimaan hasil pekerjaan.⁵³ Pengadaan barang dan jasa merupakan usaha untuk memperoleh produk dan layanan yang diinginkan dengan menggunakan pendekatan berpikir logis dan sistematis. Seluruh proses ini dijalankan sesuai dengan norma dan prinsip etika yang berlaku, mengikuti metode dan prosedur pengadaan yang telah ditetapkan.⁵⁴ Pengadaan barang dan jasa adalah tindakan perusahaan untuk memperoleh barang, jasa, dan pekerjaan pada waktu dan dengan metode tertentu, dengan tujuan menghasilkan nilai terbaik bagi perusahaan.⁵⁵

Dengan merujuk kepada beberapa definisi sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengadaan barang dan jasa adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh atau mewujudkan barang dan jasa yang diinginkan. Kegiatan ini dilakukan sesuai dengan peraturan yang berlaku, dengan cara dan waktu tertentu, dan dijalankan oleh pihak-pihak yang memiliki keahlian khusus dalam melaksanakan proses pengadaan.

C. Pengertian Gratifikasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, gratifikasi diartikan sebagai uang hadiah yang diberikan kepada pegawai di luar gaji yang telah ditentukan. Definisi ini mencakup pemberian uang atau hadiah kepada pegawai atau pejabat yang tidak termasuk dalam pembayaran resmi atau gaji yang telah diatur dan ditentukan. Praktik semacam itu seringkali dianggap tidak etis dan dapat melibatkan potensi pelanggaran etika atau hukum, terutama dalam konteks korupsi atau pemberian suap.⁵⁶

Gratifikasi yang dijelaskan dalam Pasal 12B dan 12C Undang-undang No. 20 Tahun 2001 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 31 Tahun 1999 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi mencakup

⁵³ “Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 2 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah,” diakses 25 Februari 2024, <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161828/perpres-no-12-tahun-2021>.

⁵⁴ M. Fadli, *Manajemen Pengadaan Barang dan Jasa di Pemerintah* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2020).

⁵⁵ Indra Bastian, *Sistem Akuntansi Sektor Publik*, 2 ed. (Jakarta: Salemba Empat, 2012).

⁵⁶ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 1 ed. (Jakarta: Balai Pustaka, 2001).

berbagai jenis pemberian, tidak hanya terbatas pada uang, tetapi juga termasuk pemberian barang, diskon, komisi, pinjaman tanpa bunga, tiket perjalanan, fasilitas penginapan, perjalanan wisata, pengobatan cuma-cuma, dan berbagai fasilitas lainnya.⁵⁷

Dalam hadis Nabi Saw., gratifikasi diidentifikasi dengan hadiah yang diberikan secara terlarang. Namun, untuk memahaminya secara lebih rinci, hadiah dalam konteks etimologi berasal dari kata "hada", yang memiliki arti mengumpulkan dan menyatukan. Bentuk jamak dari kata "hadiyya" adalah "hadaya". Sedangkan "mihda" merujuk pada wadah atau tempat di mana hadiah ditempatkan, seperti piring. Menurut Ibn al-Arabi, "piring tidak disebut sebagai mihda kecuali jika piring tersebut diletakkan sesuatu untuk dijadikan hadiah". Selain itu, "muhda" merujuk kepada orang yang memiliki kebiasaan memberi hadiah, sementara "tahadi" berarti saling memberikan hadiah.⁵⁸

Dalam memahami perbedaan antara gratifikasi dan hadiah, perbedaannya dapat dicatat dalam beberapa aspek. Pertama, dari segi definisi, hadiah merujuk pada pemberian yang bersifat positif seperti pemberian, kenang-kenangan, penghargaan, dan penghormatan. Sementara itu, gratifikasi mengacu pada uang sogok, yang sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang digunakan untuk menyogok, dengan konotasi yang cenderung negatif. Kedua, dari segi niat pelaku, jika pelaku bermaksud memberikan penghargaan atau penghormatan kepada penerima, tindakan tersebut disebut hadiah. Sebaliknya, jika niat pelaku adalah memberikan sogok, maka itu disebut gratifikasi. Perbedaan ini menunjukkan bahwa hadiah memiliki makna positif, sementara gratifikasi cenderung memiliki konotasi negatif.

Untuk membedakan antara hadiah dan gratifikasi dari sudut pandang pelaku, beberapa orang berpendapat bahwa jika pemberian dilakukan

⁵⁷ KPK, *Buku Saku Memahami Gratifikasi* (Jakarta Selatan: Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia, 2014).

⁵⁸ Muhammad Nurul Irfan, *Gratifikasi & Kriminalitas Seksual Dalam Hukum Pidana Islam*, 2016, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/32651>.

sebelum proses perkara atau tugas yang diemban selesai, hal tersebut dianggap sebagai gratifikasi. Sebaliknya, jika pemberian diberikan setelah proses perkara selesai, maka disebut hadiah. Dengan kata lain, jika pemberian dilakukan sebelumnya, itu dianggap sebagai gratifikasi. Namun, jika diberikan setelah proses perkara selesai, maka disebut hadiah. Meskipun demikian, jika terjadi kesepakatan damai antara pihak pemberi dan penerima bahwa hadiah akan diberikan setelah perkara selesai dan telah disetujui oleh kedua belah pihak, hal tersebut tetap disebut gratifikasi. Ini karena, meskipun disebut hadiah, tetapi pada dasarnya tidak ada perbedaan antara keduanya, dan pihak pemberi telah memberikan janji.



BAB III

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENGURANGI PRAKTIK GRATIFIKASI PADA TRANSAKSI PENGADAAN BARANG DAN JASA CV LANCAR SUKSES BAROKAH

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah berdirinya CV Lancar Sukses Barokah

CV Lancar Sukses Barokah merupakan salah satu perusahaan *General Contractor* yang bergerak di bidang pengadaan barang dan jasa serta konstruksi. Perusahaan ini di dirikan oleh Bapak Toelus Priadi pada tahun 2018 berdasarkan surat akta notaris yang bermula dari inisiatif Bapak Toelus untuk mendirikan suatu usaha dikarenakan waktu yang dimiliki akan lebih fleksibel untuk keluarga. Di samping itu melihat potensi yang ada bahwa perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan barang dan jasa serta konstruksi memiliki potensi yang bagus untuk kedepannya nanti. Bermula dari merombak ruang tamu rumah yang pada akhirnya dijadikan muka kantor hingga sekarang kantor yang dipakai masih menggunakan ruang tamu tersebut. Perusahaan ini pada awalnya di dirikan di kota Bojonegoro sesuai dengan alamat yang tertulis pada akta notaris serta kartu NPWP, akan tetapi pada tahun ini beliau memutuskan untuk memindahkan letak administrasi kantor tersebut karena beliau memutuskan untuk pindah ke kota Madiun dengan tujuan mobilitas yang lebih mudah dan jarak tempuh yang tidak terlalu jauh untuk menjangkau konsumen. Saat ini CV Lancar Sukses Barokah terletak di Perum Griya Gading Indah Jalan Mayjend Panjaitan Kota Madiun.

2. Visi dan misi CV Lancar Sukses Barokah

Visi:

Menjadi mitra dalam pembangunan yang handal bagi pelanggan menuju terbentuknya sebuah perusahaan yang sehat serta mengedepankan nilai-nilai Islami dalam setiap langkah.

Misi:

- a. Menghasilkan nilai tambah bagi kedua belah pihak.
- b. Menciptakan lingkungan kerja yang sehat, aman dengan selalu menjaga keamanan lingkungan, kesehatan serta keselamatan kerja.
- c. Menjaga dan menghormati hubungan kerja dengan mitra kerja atas dasar kemitraan
- d. Menjunjung Etika Bisnis Islami dengan mengelola bisnis dengan prinsip-prinsip etika Islam, termasuk bertanggung jawab, berlaku baik serta transparansi.

3. Struktur organisasi CV Lancar Sukses Barokah



Sumber: Pemilik CV Lancar Sukses Barokah.

Berikut penjelasan tentang tugas tiap posisi di struktur organisasi:

a. Pemilik

Pemilik sekaligus pendiri dari CV Lancar Sukses Barokah yaitu Bapak Toelus Priadi memiliki tugas dan wewenang untuk memimpin serta mengawasi jalannya perusahaan, baik dalam proses menerima atau menolak penawaran yang masuk dan mengawasi kinerja dari karyawan.

b. Karyawan

Karyawan CV Lancar Sukses Barokah memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mencatat dan merekap seluruh transaksi keuangan, mengarsipkan seluruh dokumen, serta mengurus segala yang berhubungan dengan kegiatan administrasi. Selain itu karyawan memiliki tugas untuk menjaga hubungan kerja sama dengan mitra atau pihak luar dan menanggapi umpan balik yang disampaikan oleh konsumen maupun mitra.

B. Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah

CV Lancar Sukses Barokah yang bergerak di bidang pengadaan barang dan jasa ini tidak jarang melakukan transaksi dengan instansi pemerintah dalam skala kecil maupun besar. Dalam hal ini, instansi yang memakai jasa CV Lancar Sukses Barokah biasanya memiliki kebutuhan dalam mengisi kebutuhan kantor seperti sofa, meja, dan lemari. Tidak jarang dalam transaksi yang berlangsung, pemilik menemui modus praktik tidak yang memintanya untuk berbuat tidak etis, namun dalam hal ini beliau menolak untuk melakukan hal tersebut karena tidak sesuai dengan etika dan prinsip bisnis sesuai dengan aturan Islam.

Setelah melakukan penelitian dan wawancara terhadap pemilik dan karyawan pada CV Lancar Sukses Barokah peneliti akan mengumpulkan data tentang penerapan atau implementasi etika bisnis Islam terhadap transaksi pengadaan barang dan jasa dalam mengurangi gratifikasi dianalisis dengan menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dalam menganalisis etika bisnis Islam ini bertujuan agar setiap pelaku usaha dapat memahami aturan-aturan atau prinsip-prinsip yang baik dalam berbisnis yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Oleh karena itu peneliti akan memaparkan data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan. Data yang dikumpulkan menggunakan metode wawancara antara pemilik usaha dan karyawan menggunakan metode observasi. Berikut data Penerapan Etika Bisnis Islam

Dalam Mengurangi Gratifikasi Dalam Transaksi Pengadaan Barang dan Jasa di CV Lancar Sukses Barokah Kota Madiun:

1. Prinsip Ketauhidan

Prinsip Tauhid memiliki makna bahwa Allah SWT telah menetapkan batasan-batasan tertentu terhadap perilaku manusia untuk dapat bermanfaat kepada individu lain tanpa merugikan pihak manapun. Dalam hal ini berarti pelaku usaha selain mencari keuntungan haruslah mengedepankan nilai-nilai Islam yang sudah sesuai dengan aturan yang berlaku. Berikut hasil wawancara terhadap Bapak Toelus selaku pemilik CV Lancar Sukses Barokah:

“Dalam menjalankan bisnis ini memang tidak boleh melakukan curang hal itu dilarang oleh agama mbak. Jadi tindakan tidak etis selalu saya hindari dalam menjalankan bisnis ini, saya ingin keuntungan bisnis ini menjadi berkah untuk orang yang menikmatinya, jadi saya menghindari hal seperti itu.”⁵⁹

Pernyataan tersebut didukung oleh Pak Fajar selaku karyawan beliau:

“Iya mbak Pak Toelus selalu mengajarkan saya untuk jangan mau disuruh melakukan hal yang tidak sesuai dengan aturan etika yang ada, selain untuk menghasilkan keuntungan bisnis ini dijalankan untuk mencari keberkahan. Karena Pak Toelus sangat memegang prinsip syariat Islam, beliau sangat menghindari perbuatan yang dilarang oleh Islam, karena beliau, takut berdosa.”⁶⁰

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, pemilik usaha sudah menerapkan prinsip “tauhid” dimana menjalankan usaha bukan hanya untuk mencari keuntungan, namun untuk mendapatkan ridha dan keberkahan dari Allah SWT dengan cara menjauhi dan tidak mempraktikkan perilaku yang tidak etis dalam transaksi bisnis. Pak Toelus percaya bahwa praktik gratifikasi merupakan perbuatan yang melanggar syariat Islam. Dalam Islam,

⁵⁹ Toelus, “Wawancara, 12 September 2024,” (n.d.).

⁶⁰ Fajar, “Wawancara, 12 September 2024,” (n.d.).g

Tindakan memberikan atau menerima sesuatu sebagai imbalan untuk memengaruhi keputusan merupakan bentuk *risywah* (suap), yang secara tegas dilarang.

2. Prinsip Berkehendak Bebas

Berkehendak bebas memiliki kebebasan untuk menjadi pelaku bisnis dan menjalankan aktivitas bisnis. Dimana dalam hal ini pelaku bisnis diberi kebebasan untuk berinovasi serta menjalankan bisnisnya seperti yang diinginkan namun harus sesuai dengan ajaran Islam seperti menjauhi ketidakadilan mematuhi kontrak yang telah dibuat, riba, berdagang dengan halal dan memasarkan dengan bertutur kata yang baik dan indah. Berikut bentuk penerapan prinsip berkehendak bebas di CV Lancar Sukses Barokah sebagaimana hasil wawancara terhadap Pak Toelus selaku pemilik perusahaan:

“Sebenarnya dalam menjalankan usaha itu memang terserah pemilik ataupun pemimpin perusahaan ya mbak untuk menjalankan bisnisnya seperti apa, untuk saya pribadi lebih memilih menjalankan bisnis yang sesuai dengan aturan atau nilai-nilai Islam karena saya juga muslim, jadi ya sah-sah saja ya jika saya diminta untuk melakukan transaksi yang mengandung unsur yang dilarang dan saya tidak mau, kalau nantinya pihak klien tidak mau menggunakan jasa saya ya tidak masalah mbak.”⁶¹
Pernyataan beliau didukung oleh Pak Fajar selaku karyawan:

“Iya mbak sejauh ini alhamdulillah hampir semua proyek yang di jalankan oleh kami itu hampir tidak pernah menyentuh praktik yang kurang baik sesuai dengan nilai-nilai etika yang ada.”⁶²

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti, pemilik usaha sudah menerapkan prinsip berkehendak bebas sesuai dengan etika bisnis Islam. Hal ini dapat dilihat dari cara beliau dalam menjalankan bisnisnya yang memiliki prinsip untuk tidak

⁶¹ Toelus, “Wawancara, 12 September 2024.”

⁶² Fajar, “Wawancara, 12 September 2024.”

mendekati atau melakukan praktik yang diluar batasan etika bisnis Islam yang ada.

3. Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab berarti bertanggung jawab atas segala keputusan, tindakan, dan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnis. Tanggung jawab tidak hanya sebatas memenuhi kewajiban sesuai kontrak, akan tetapi juga meliputi pelaksanaan tugas dengan integritas, kejujuran serta transparansi. Berikut hasil wawancara serta bentuk implementasi prinsip berkehendak bebas di CV Lancar Sukses Barokah:

“Dalam mengambil keputusan, saya selaku pemimpin harus bisa berhati-hati dikarenakan semua keputusan yang saya buat nanti, saya yang akan bertanggung jawab jika terjadi hal yang tidak diinginkan. Seperti meminta nota kosong ataupun meminta imbalan dari kami itu kami tolak karena saya tidak mau nanti kedepannya terjadi hal yang tidak diinginkan.

Sama halnya seperti barang pesanan mitra jika datang dengan kondisi yang tidak baik saya tidak masalah jika pihak mitra ingin menukarnya, meskipun nanti saya rugi ya tidak apa-apa mbak karena saya menjaga nama perusahaan dan itu sudah menjadi tanggung jawab saya.”⁶³

Pernyataan tersebut diperkuat oleh karyawan beliau, Pak fajar:

“Iya mbak, selain berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi kontrak, kami juga bertanggung jawab jika ada barang datang yang kondisinya kurang bagus dan pihak mitra meminta untuk ditukar ya kami tukar”⁶⁴

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti, pemilik perusahaan sudah menerapkan prinsip bertanggung jawab. Hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana beliau berhati-hati dalam mengambil keputusan serta berusaha memenuhi setiap perjanjian dan menerima penukaran barang yang datang kondisi yang kurang

⁶³ Toelus, “Wawancara, 12 September 2024.”

⁶⁴ Fajar, “Wawancara, 12 September 2024.”

bagus. Hal ini dilakukan karena beliau mengungkapkan bahwa seorang pemimpin harus bertanggung jawab atas segala keputusan serta hal yang terjadi dalam perusahaan.

4. Prinsip Kebajikan (Ihsan)

Kebajikan “ihsan” atau kebaikan memiliki makna tindakan yang memberi manfaat lebih kepada orang lain seperti tidak saling menjatuhkan antara satu sama lain dalam persaingan bisnis, bersikap baik kepada rekan dan konsumen, kejujuran dan tolong menolong. Berikut bentuk implementasi prinsip kebajikan di CV Lancar Sukses Barokah:

“Ya menurut saya kebaikan dalam menjalankan usaha itu perlu mbak, agar kita kita selalu melihat semuanya itu sama atau adil dan dari situ bisa membuat keputusan yang baik yang tidak didasarkan oleh suatu imbalan atau iming-iming, dalam hal ini saya bisa berlaku adil dalam membuat keputusan kepada semua mitra dan vendor tanpa adanya iming-iming atau imbalan yang nantinya diberikan kepada saya.”⁶⁵
Pernyataan beliau juga didukung oleh Pak Fajar selaku karyawan:

“Iya mbak, Pak Toelus itu selalu membuat keputusan dengan tanpa adanya imbalan diakhir transaksi, semua mitra dan vendor itu dianggap sama, selain itu tidak jarang dalam memilih vendor yang akan digunakan itu Pak Toelus mencari tahu dulu vendor mana yang sedang kesulitan atau sepi.”⁶⁶

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti, pemilik usaha sudah menerapkan prinsip kebajikan “ihsan” yaitu dengan mengambil keputusan tidak berdasarkan iming-iming imbalan yang akan diberikan dan tidak jarang memilih vendor dengan berdasarkan kesulitan ekonomi yang dialami oleh vendor tersebut.

⁶⁵ Toelus, “Wawancara, 12 September 2024.”

⁶⁶ Fajar, “Wawancara, 12 September 2024.”

C. Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi Etika Bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah

Etika merupakan cabang ilmu yang bersifat normatif karena berfungsi menentukan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan oleh individu. Dalam Al-Qur'an, manusia diperintahkan untuk bersikap amanah, tulus, ikhlas, dan bertindak benar dalam setiap aspek kehidupannya, termasuk dalam kegiatan bisnis. Dalam Islam, setiap transaksi bisnis harus dilakukan dengan keterbukaan, kejujuran, dan tidak boleh ada unsur penipuan atau kebohongan. Aturan ini meminta agar setiap pelaku bisnis berlaku adil dalam setiap transaksi.⁶⁷

Faktor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam yang berpengaruh pada implementasinya yaitu: faktor lingkungan bisnis, faktor individual dan faktor organisasi.⁶⁸ Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah.

Faktor lingkungan bisnis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam hal ini dikarenakan praktik dan dinamika yang ada di dalamnya dapat mempengaruhi keputusan perusahaan. Lingkungan bisnis mencakup berbagai elemen, seperti hubungan dengan vendor, regulasi pemerintah, persaingan pasar, budaya organisasi, serta norma sosial. Faktor-faktor ini dapat melemahkan atau memperkuat implementasi etika bisnis Islam dalam perusahaan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak Toelus selaku pemilik CV Lancar Sukses Barokah:

“Lingkungan bisnis sangat berpengaruh ya mbak kepada keputusan atau langkah yang akan diambil perusahaan, mungkin banyak diluar sana yang lingkungan bisnisnya tidak mendukung untuk mengimplementasikan

⁶⁷ Zubaidah, “Kepemimpinan Transformasional Dalam Konteks Organisasi Aplikasi Teori dan Konsep,” 2009.

⁶⁸ Sumarni, *Etika Bisnis*.

etika bisnis Islam, namun saya tetap akan menjalankan bisnis berdasarkan nilai-nilai dan aturan yang sesuai dengan etika bisnis”⁶⁹

Pernyataan tersebut juga didukung oleh karyawan beliau yaitu pak Fajar:

“Ya begini mbak, mungkin lingkungan bisnisnya tidak mendukung untuk kita menjalankan usaha berdasarkan norma yang ada, tetapi Pak Toelus selalu mengajarkan saya untuk patuh dengan aturan-aturan yang sudah jelas.”⁷⁰

Berdasarkan dari data diatas, pada rumusan masalah kedua tentang faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah mendapatkan hasil bahwa beliau merasa bahwa meskipun lingkungan bisnis banyak yang tidak mendukung beliau untuk melakukan bisnis sesuai dengan nilai-nilai dan aturan yang ada, beliau memilih untuk tetap menjalankan bisnis sesuai dengan aturan-aturan yang ada dalam etika bisnis Islam.

Faktor individual merupakan salah satu faktor yang di kemukakan oleh pemilik CV Lancar Sukses Barokah tentang alasan mengapa beliau mempelajari etika bisnis dalam Islam dalam menjalani bisnisnya. Keyakinan serta ketakwaan kepada Allah SWT merupakan landasan yang kuat bagi pemilik untuk melaksanakan tugasnya. Mereka memahami bahwa segala tindakan serta keputusan yang diambil pemimpin haruslah berdasarkan pada ajaran Islam yang memberikan pedoman moral dan akhlak. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Toelus tentang komitmen untuk menjalankan etika bisnis Islam:

“Saya menerapkan etika bisnis Islam karena memang saya pribadi seorang muslim yang memang sudah seharusnya seorang muslim mempelajari tentang aturan-aturan yang ada dalam menjalankan kehidupan sehari-hari termasuk etika dalam berbisnis menurut Islam. Pada awalnya saya belajar tentang nilai-nilai syariat Islam dan mencari edukasi terbaik

⁶⁹ Toelus, “Wawancara, 12 September 2024.”

⁷⁰ Fajar, “Wawancara, 12 September 2024.”

bisnis Islami secara otodidak. Saya juga berusaha dengan baik mbak untuk mempraktikkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam ini, agar dampaknya nanti membawa barokah bagi karyawan, keluarga ataupun orang yang melakukan pekerjaan dengan saya.”⁷¹

Berdasarkan dari data diatas pada rumusan masalah kedua tentang faktor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah mendapatkan hasil bahwa sebagai seorang pebisnis muslim, beliau merasa bahwa mempraktikkan nilai-nilai syariat Islam merupakan bagian dari identitas serta prinsip dasarnya, minatnya terhadap bisnis Islam dimulai dari pencarian edukasi secara otodidak. Pak Toelus juga menegaskan bahwa beliau berkomitmen untuk mengimplementasikan nilai-nilai tersebut dengan baik kedalam bisnisnya. Baginya penting untuk mempraktikkan etika bisnis Islam agar dampaknya menjadi barokah terhadap karyawan, keluarga serta siapapun yang melakukan transaksi bisnis dengan beliau.

Selanjutnya faktor organisasi, organisasi dapat didefinisikan sebagai filosofi, ideologi, nilai-nilai, asumsi, kepercayaan, harapan, sikap, dan norma yang menyatakan suatu organisasi dan mencakup semua keberagaman atau pluralisme. Pada dasarnya organisasi merupakan karakteristik yang ada dalam suatu kelompok dan digunakan sebagai panduan dalam perilaku mereka serta membedakannya dari kelompok lain.⁷² CV Lancar Sukses Barokah memiliki budaya yang terbuka terhadap nilai-nilai Islam, misalnya melalui kebijakan, norma, serta praktik dalam keseharian yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam, maka penerapan etika bisnis Islam akan lebih mudah diterapkan dan diterima oleh seluruh anggota organisasi. Sebagaimana wawancara terhadap bapak Toelus mengenai budaya organisasi:

“Sebenarnya mengenai budaya organisasi sendiri saya tidak mengikuti terlalu banyak ya mbak, saya hanya ikut perkumpulan pebisnis

⁷¹ Toelus, “Wawancara, 12 September 2024.”

⁷² Hafiz Juliansyah, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat,” *UIN Syarif Hidayatullah* 66, no. July (2011): 6–17.

gitu mbak. Awalnya itu juga ditawari oleh teman saya karena kebetulan dia juga merupakan anggota dari organisasi tersebut. Dari organisasi tersebut banyak yang saya dapatkan mbak, salah satunya juga dengan bagaimana menerapkan etika bisnis Islam dengan baik serta cara menjaga hubungan baik dengan pihak mitra kerja”⁷³

Berdasarkan dari data diatas pada rumusan masalah kedua tentang faktor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah mendapatkan hasil bahwa CV Lancar Sukses Barokah memiliki budaya yang terbuka terhadap nilai-nilai Islam, yang tercermin dalam kebijakan, norma serta praktiknya dalam kehidupan sehari-hari yang sesuai dengan prinsip etika Islam. Hal ini membuat penerapan etika bisnis Islam menjadi mudah diterapkan dan diterima oleh seluruh anggota organisasi. Meskipun pengalaman beliau dalam berorganisasi tidak terlalu banyak, Pak Toelus menyatakan bahwa beliau telah mendapatkan ilmu dari organisasi perkumpulan pebisnis tersebut. Salah satu aspek penting yang beliau pelajari adalah bagaimana menerapkan etika bisnis Islam dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa budaya organisasi memberikan kontribusi positif dalam pengembangan serta pemahaman dan praktik etika bisnis Islam dalam bisnisnya.

D. Dampak Etika Bisnis Islam Dalam Mengurangi Praktik Gratifikasi di CV Lancar Sukses Barokah

Implementasi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah dapat memberikan dampak yang signifikan. Pertama-tama, prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti keesaan, berkehendak bebas, tanggung jawab, serta kebajikan dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih transparan dan adil. Ini dapat meningkatkan persaingan bisnis yang sehat serta hubungan dengan mitra atau vendor menjadi lebih sehat. Pemimpin yang menerapkan nilai-nilai ini dapat lebih peduli dengan keadilan bagi semua vendor untuk

⁷³ Toelus, “Wawancara, 12 September 2024.”

tidak hanya memakai salah satu vendor saja. Hal ini juga dapat meningkatkan motivasi persaingan yang sehat dalam berbisnis.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam memberikan dampak yang positif bagi pemilik usaha. Berdasarkan penelitian dan hasil observasi yang peneliti lakukan di lapangan menunjukkan adanya dampak positif terhadap mengurangi praktik gratifikasi. Ketika para pemimpin mempraktikkan nilai-nilai Islami seperti kejujuran, keadilan serta tanggung jawab dalam menjalankan bisnis, hal ini dapat menciptakan lingkungan kerja dan persaingan yang lebih sehat antar pebisnis. Berikut dampak penerapan etika bisnis Islam dalam mengurangi praktik gratifikasi di CV Lancar Sukses Barokah:

1. Terciptanya nilai moral dan kejujuran

Terciptanya nilai moral dan kejujuran di CV Lancar Sukses Barokah merupakan hasil dari penerapan etika bisnis Islam yang kuat oleh pemiliknya. Dalam lingkungan kerja ini, kejujuran dan integritas merupakan nilai yang dijunjung tinggi. Setiap individu diajarkan untuk bersikap jujur dalam perkataan dan perbuatannya, termasuk dalam hal bisnis. Gratifikasi merupakan tindakan yang melanggar kejujuran, karena melibatkan pemberian imbalan untuk mendapatkan keuntungan secara tidak sah. Dengan menerapkan nilai-nilai kejujuran CV Lancar Sukses Barokah lebih memilih untuk mengikuti aturan dan menolak segala bentuk gratifikasi yang bisa menurunkan integritas mereka. Dengan demikian, pihak yang bekerja sama dengan CV Lancar Sukses Barokah akan merasa bahwa mereka melakukan transaksi dengan standar etis dan integritas yang tinggi. Sebagaimana wawancara dengan Pak Toelus selaku pemilik CV Lancar Sukses Barokah:

“Saya selalu mengajarkan kejujuran di aspek apapun setiap proyek yang berlangsung mbak, saya juga mengajarkan untuk menolak modus-modus gratifikasi ataupun permintaan nota kosong. Saya tidak ingin

melakukan transaksi yang sudah jelas dilarang oleh agama ataupun pemerintah”⁷⁴

Pernyataan tersebut didukung oleh Pak Fajar karyawan beliau:

“Iya mbak memang Pak Toelus sering memberikan edukasi kepada saya untuk selalu jujur dalam setiap proyek yang sedang dijalani, baik itu dalam hal harga, ataupun informasi tentang barang yang diminta, beliau juga selalu mencontohkan langsung kepada saya bagaimana bersikap jujur sehingga saya dengan mudah mempraktikkannya mbak”⁷⁵

Berdasarkan hasil wawancara peneliti yang dilakukan di CV Lancar Sukses Barokah menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam tidak hanya dilakukan oleh pemilik CV Lancar Sukses Barokah, namun juga diterapkan dengan baik oleh karyawan. Melalui penerapan etika Bisnis Islam yang tegas, nilai moral dan kejujuran menciptakan lingkungan kerja yang berintegritas. Bapak Toelus tidak hanya membangun hubungan yang kuat dengan karyawan, tetapi juga membangun hubungan dengan pihak mitra dan memastikan bahwa transaksi yang dilakukan merupakan transaksi yang terhindar dari nilai-nilai tidak etis yang dilarang oleh Islam dan pemerintah.

2. Terciptanya keadilan dalam transaksi bisnis

Terciptanya keadilan dalam bertransaksi di CV Lancar Sukses Barokah dipengaruhi oleh prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pemilik CV Lancar Sukses Barokah. Dalam lingkungan kerja yang didasarkan pada nilai-nilai agama, pemilik dan karyawan merasa terinspirasi bahwa setiap transaksi harus adil, transparan serta bebas dari unsur manipulasi. Gratifikasi tidak jarang merusak prinsip keadilan karena memberi keuntungan pada pihak tertentu secara tidak wajar. Komitmen pemilik terhadap etika Islam menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan kompetitif. Persaingan yang ada di dalam

⁷⁴ Toelus.

⁷⁵ Fajar, “Wawancara, 12 September 2024.”

lingkungan kerja didorong oleh standar profesionalisme yang tinggi, di mana setiap mitra bisnis atau klien diperlakukan setara dan adil berdasarkan kompetensi dan kualitas, bukan atas dasar pengaruh dari imbalan yang tidak sah. Pemilik memahami bahwa kesuksesan bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan material, tetapi juga dari reputasi yang dibangun berdasarkan kejujuran, keadilan, dan rasa tanggung jawab terhadap semua pihak yang terlibat. Sebagaimana wawancara dengan Bapak Toelus selaku pemilik CV Lancar Sukses Barokah:

“Saya memperlakukan setiap klien atau mitra bisnis dengan setara dan adil mbak, karena saya berusaha membuat lingkungan kerja ini menjadi sehat dalam hal persaingan. Saya tidak memperlakukan dengan khusus klien atau mitra saya, saya melihat mereka berdasarkan kualitas dan kemampuan mereka. Saya meyakini bahwa setiap klien atau mitra memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing”⁷⁶

Pernyataan tersebut didukung oleh Pak Fajar, karyawan beliau:

“Iya mbak Pak Toelus selalu menekankan kepada saya untuk memperlakukan klien atau mitra dengan adil dan setara. Hal ini juga menyangkut integritas serta kepercayaan setiap mitra bisnis mbak. Selain itu dengan memperlakukan semua dengan adil dapat menciptakan persaingan bisnis yang sehat tanpa adanya modus-modus yang tidak etis”⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara peneliti yang dilakukan di CV Lancar Sukses Barokah menunjukkan bahwa keadilan dalam transaksi bisnis dipengaruhi oleh etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Pak Toelus selaku pemimpin perusahaan. Hal ini mencerminkan pentingnya nilai-nilai agama dalam membentuk budaya bisnis yang baik serta memotivasi para pesaing untuk bersaing secara adil.

3. Terciptanya lingkungan bisnis yang lebih transparan

⁷⁶ Toelus, “Wawancara, 12 September 2024.”

⁷⁷ Fajar, “Wawancara, 12 September 2024.”

Dampak positif dari implementasi etika bisnis Islam terhadap lingkungan bisnis yang lebih transparan akan terlihat dalam transaksi yang sedang dilakukan. Dalam setiap aspek operasional perusahaan berusaha menjalankan praktik bisnis yang terbuka dan dapat diakses oleh semua pihak yang memiliki kepentingan. Informasi tentang produk, layanan dan ketentuan transaksi disampaikan secara jelas kepada pihak mitra atau klien CV Lancar Sukses Barokah. Hal tersebut membuat mitra atau klien dapat membuat keputusan menggunakan informasi yang diberikan. Sebagaimana wawancara dengan Bapak Toelus selaku pemilik CV Lancar Sukses Barokah:

“Salah satu langkah utama saya untuk menghindari modus gratifikasi adalah dengan mengusahakan menjalankan transaksi dengan transparan mbak, dari mulai informasi tentang produk hingga ketentuan transaksi saya sampaikan dengan jelas diawal. Dalam proses berjalannya transaksi nanti juga saya menolak jika ada yang meminta nota kosong”⁷⁸

Berdasarkan hasil wawancara peneliti yang dilakukan di CV Lancar Sukses Barokah, menunjukkan bahwa pemilik memastikan bahwa setiap keputusan bisnis dibuat secara terbuka tanpa adanya campur tangan dari praktik gratifikasi. Pemilik juga memastikan bahwa dalam setiap aspek operasional perusahaan dijalankan dengan terbuka, seperti halnya penyampaian informasi tentang produk, hingga ketentuan transaksi yang disampaikan dengan jelas. Penerapan etika bisnis Islam tidak hanya membangun CV Lancar Sukses Barokah menjadi perusahaan yang dapat dipercaya, tetapi juga menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dimana hal ini dapat mengurangi potensi untuk dilakukannya tindakan yang melanggar prinsip atau nilai-nilai Islami.

4. Meningkatkan Kepercayaan Publik

⁷⁸ Toelus, “Wawancara, 12 September 2024.”

Penerapan etika bisnis Islam memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kepercayaan publik yang memberikan manfaat kepada CV Lancar Sukses Barokah. Pemilik CV Lancar Sukses Barokah mempraktikkan nilai-nilai dan menciptakan pola bisnis yang aman dan terbuka dimana hal ini dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan yang dimiliki. Dengan menerapkan etika bisnis Islam CV Lancar Sukses Barokah berhasil menciptakan reputasi sebagai perusahaan yang memiliki standar etika yang tinggi. Hal ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan serta menarik mitra bisnis baru yang ingin bekerja sama dengan perusahaan yang memiliki integritas. Sebagaimana wawancara kepada Pak Toelus selaku pemilik CV Lancar Sukses Barokah:

“Etika bisnis Islam yang saya terapkan selama ini membawa pengaruh baik untuk usaha saya mbak. Dengan menjalankan bisnis dengan transparan membawa nama usaha saya lebih meningkat, hal ini membawa usaha saya memiliki reputasi yang baik, dan dapat dipercaya oleh pihak yang sedang atau ingin bekerja sama”⁷⁹

Pernyataan diatas didukung oleh karyawan beliau, Pak Fajar:

“Iya mbak, dengan menjalankan bisnis dengan transparan dan sesuai dengan nilai-nilai Islami membuat perusahaan ini memiliki integritas tinggi dan reputasi yang baik di pihak yang sedang bekerja sama ataupun ingin bekerja sama.”⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti di CV Lancar Sukses Barokah menunjukkan hasil bahwa menjalankan transaksi dan bisnis dengan transparansi akan meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Selain itu, kepercayaan publik memberikan nilai tambah bagi CV Lancar Sukses Barokah dalam persaingan bisnis karena reputasi baik yang dibangun oleh pemilik menjadi salah satu faktor yang membedakan usaha ini dengan pesaing.

⁷⁹ Toelus.

⁸⁰ Fajar, “Wawancara, 12 September 2024.”

Dengan tetap teguh menjalankan prinsip-prinsip Islami, perusahaan membuktikan bahwa bisnis dapat mencapai kesuksesan secara etis dan tetap menjaga nilai-nilai Islam.



BAB IV

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENGURANGI PRAKTIK GRATIFIKASI PADA TRANSAKSI PENGADAAN BARANG DAN JASA DI CV LANCAR SUKSES BAROKAH

A. Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah

Islam memandang kegiatan ekonomi sebagai salah satu aspek penting untuk mencapai kemuliaan. Kegiatan ekonomi akan mencapai kemuliaan jika dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip akidah dan moral Islam. Agar tercapainya kemuliaan tersebut, kegiatan ekonomi perlu diawasi agar sejalan dengan ajaran Islam secara menyeluruh. Islam mengajarkan pentingnya menjaga ketaatan serta keharmonisan hubungan antara manusia dengan Allah SWT. Kegiatan ekonomi termasuk dalam muamalah yang harus didasarkan pada akidah sehingga dapat menciptakan praktik ekonomi yang berakhlak yang bermoral. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan dengan menganalisis hasil wawancara secara langsung dengan semua pihak yang bersangkutan, peneliti memperoleh Etika Bisnis Islam yang telah diterapkan pada CV Lancar Sukses Barokah. Berikut merupakan penjelasan dari implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada CV Lancar Sukses Barokah dalam mengurangi praktik gratifikasi.

Dalam Islam, etika bisnis merupakan panduan dan dasar bagi pelaku usaha untuk berperilaku baik terhadap diri sendiri, sesama manusia serta lingkungan dengan tetap mengingat pentingnya beribadah kepada Allah SWT. Kecintaan kepada bisnis tidak boleh melebihi kecintaan kepada Allah SWT. Islam telah menetapkan prinsip-prinsip etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, yang berlandaskan pada Al-Qur'an, hadist dan para ahli fikih. Berikut beberapa konsep atau prinsip utama yang membentuk sistem etika Islam dalam bisnis diuraikan sebagai berikut:

1. Prinsip Ketauhidan

Prinsip Tauhid memiliki makna bahwa Allah SWT telah menetapkan batasan-batasan tertentu terhadap perilaku manusia untuk dapat bermanfaat kepada individu lain tanpa merugikan pihak manapun. Dalam hal ini berarti pelaku usaha selain mencari keuntungan haruslah mengedepankan nilai-nilai Islam yang sudah sesuai dengan aturan yang berlaku. Sebagaimana wawancara dengan Pak Toelus selaku pemilik CV Lancar Sukses Barokah menyatakan bahwa beliau menjalankan usaha tidak sepenuhnya untuk mencari keuntungan namun juga mencari ridha dan keberkahan dari Allah SWT serta keuntungan yang didapatkan harapannya bisa menjadi berkah untuk individu yang merasakannya. Beliau juga menyatakan bahwa beliau memegang prinsip jangan pernah melanggar syariat agama karena ada hal hal yang di batasi oleh agama untuk kebaikan bersama. Jika praktik Gratifikasi tidak di cegah maka banyak pihak akan di rugikan, negara akan mengeluarkan uang berlebih, kualitas barang tidak sesuai dengan keperluannya.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa pemilik usaha CV Lancar Sukses Barokah telah menerapkan prinsip “tauhid” sesuai dengan etika bisnis Islam yang dapat dilihat bahwa perusahaan ini berkomitmen untuk menerapkan prinsip “tauhid” yang menekankan keyakinan akan kepatuhan terhadap nilai-nilai dan prinsip yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Hal ini tercermin dalam sikap perusahaan yang tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan, namun juga mengutamakan nilai-nilai Islam seperti kejujuran dan integritas. Pemilik usaha secara tegas menghindari tindakan curang dan perilaku tidak etis dalam bisnis, dengan tujuan memperoleh ridha dan keberkahan Allah SWT. Hal ini menunjukkan bahwa CV Lancar Sukses Barokah tidak hanya mengutamakan profitabilitas, tetapi juga mengedepankan moral dan keberlanjutan dengan memastikan bahwa bisnis yang dijalankan sesuai dengan syariat Islam dan etika bisnis yang benar.

2. Prinsip Berkehendak Bebas

Berkehendak bebas memiliki makna kebebasan bagi para pelaku usaha untuk menjadi pelaku bisnis dan menjalankan aktivitas bisnis. Dimana dalam hal ini pelaku bisnis diberi kebebasan untuk berinovasi serta menjalankan bisnisnya seperti yang diinginkan namun harus sesuai dengan ajaran Islam seperti menjauhi ketidakadilan mematuhi kontrak yang telah dibuat, riba, berdagang dengan halal dan memasarkan dengan bertutur kata yang baik dan indah serta kebebasan untuk mematuhi atau bahkan melanggar aturan tersebut. Akan tetapi seorang muslim dan sesuai dengan etika bisnis hendaknya selalu berusaha memenuhi dan mematuhi setiap kontrak atau perjanjian yang telah disepakati bersama. Sebagaimana wawancara dengan Pak Toelus selaku pemilik CV Lancar Sukses Barokah menekankan bahwa setiap keputusan untuk menjalankan bisnisnya didasarkan pada nilai-nilai dan aturan yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa pemilik usaha CV Lancar Sukses Barokah telah menerapkan prinsip berkehendak bebas sesuai dengan etika bisnis Islam dengan menunjukkan komitmen untuk menjalankan bisnisnya sesuai dengan batasan dan ajaran Islam. Pak Toelus sebagai pemilik usaha memilih untuk mengikuti nilai-nilai Islam dengan menjauhi praktik-praktik yang dilarang. Keputusan untuk menolak proyek yang tidak sejalan dengan etika Islam menunjukkan komitmen perusahaan terhadap prinsip berkehendak bebas yang bertanggung jawab, dimana kebebasan berinovasi dan menjalankan bisnis tetap diiringi kepatuhan kepada syariat Islam. Prinsip berkehendak bebas digunakan untuk mewujudkan keberkahan dan integritas dalam setiap transaksi.

3. Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab memiliki arti bertanggung jawab atas segala keputusan, tindakan, dan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnis. Tanggung jawab tidak hanya sebatas kewajiban untuk memenuhi kontrak, namun juga meliputi pelaksanaan tugas dengan integritas, kejujuran, serta transparansi. Sebagaimana wawancara kepada Pak Toelus selaku pemilik CV Lancar Sukses Barokah beliau meyakini bahwa bertanggung jawab merupakan salah satu aspek penting dalam hal menjalankan bisnis. Tanggung jawab dalam bisnis tidak hanya dilakukan oleh pemilik namun oleh semua pihak yang ada dan terlibat dalam perusahaan.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa Pak Toelus , pemilik CV Lancar Sukses Barokah, beliau secara langsung terlibat dan menerapkan prinsip tanggung jawab dalam menjalankan bisnis sesuai dengan etika bisnis Islam, yang dapat dilihat dari komitmen beliau untuk menepi perjanjian dan menangani barang yang datang dalam kondisi kurang baik dengan menggantinya demi kebaikan bersama. Pemilik usaha menunjukkan sikap bertanggung jawab atas setiap keputusan bisnis yang dimiliki, menolak praktik tidak etis seperti penggunaan nota kosong atau menerima imbalan. Selain itu beliau juga bertanggung jawab atas barang, jika barang yang diterima oleh mitra dengan kondisi buruk, beliau akan menerima pengembalian barang tersebut dan menggantinya dengan barang yang lebih baik. Hal ini mencerminkan komitmen untuk menjaga nama baik perusahaan, yang menunjukkan tanggung jawab moral dan profesional dalam setiap aspek aktivitas bisnis.

4. Prinsip Kebajikan (Ihsan)

Kebajikan atau kebaikan memiliki makna tindakan yang memberi manfaat lebih kepada orang lain seperti tidak saling menjatuhkan antara satu sama lain dalam persaingan bisnis, bersikap baik kepada rekan dan konsumen, kejujuran dan tolong menolong. Sebagai pemimpin usaha

dibutuhkannya prinsip ini untuk menjalankan usaha dengan baik dan memperhatikan sekitar agar bermanfaat bagi orang lain. Sebagaimana wawancara kepada Pak Toelus selaku pemilik CV Lancar Sukses Barokah menjelaskan bahwa beliau mengambil keputusan dengan adil dan tanpa pamrih atau dipengaruhi oleh imbalan yang akan didapatkan.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa pemilik CV Lancar Sukses Barokah mengungkapkan sikap ihsan dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini tercermin dari sikap Pak Toelus dalam menjalankan bisnisnya dimana semua mitra dan vendor dianggap dan diperlakukan dengan sama tanpa adanya pengaruh imbalan atau insentif tertentu. Selain itu, dalam memilih vendor, beliau tidak jarang mempertimbangkan dari kondisi ekonomi pihak yang bersangkutan dengan memilih vendor yang sedang menghadapi kesulitan atau sepi order dimana hal ini menunjukkan perhatian dan kepedulian yang melebihi sekedar hubungan bisnis. Dengan ini prinsip kebajikan diterapkan dan di praktikkan sendiri oleh pemilik usaha dimana kebajikan dalam bentuk keadilan, kejujuran dan tolong menolong menjadi landasan utama bagi CV Lancar Sukses Barokah dalam menjalankan usahanya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wiji Rahayu yakni bahwa tauhid, berkehendak bebas, tanggung jawan dan kebajikan memberikan pengaruh signifikan kepada pemilik usaha di tanjung kemuning dalam mempraktikkan etika bisnis Islam.

Berdasarkan paparan data diatas dapat dianalisis bahwa implementasi prinsip tauhid, berkehendak bebas, tanggung jawab dan kebajikan dapat mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam dalam suatu usaha untuk menjalankan usaha agar tetap sesuai dengan batasan yang ada. Hal ini sejalan dengan teori Umer Chapra bahwa tujuan utama dalam bisnis bukanlah hanya untuk mencari keuntungan semata namun juga untuk

mendapatkan keberkahan dan ridha dari Allah SWT dan menekankan pentingnya prinsip “tauhid dan konsep keadilan dalam kegiatan bisnis.

B. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah melibatkan aspek individu, lingkungan dan eksternal. Pada dasarnya komitmen dari para pemilik usaha menjadi faktor utama. Jika pemilik atau pimpinan utama dan manajemen tingkat atas mendukung dan mempraktikkan nilai-nilai etika bisnis Islam, maka implementasi etika ini memiliki kemungkinan keberhasilan yang lebih tinggi. Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah diantaranya:

1. Faktor Lingkungan Bisnis

Faktor lingkungan bisnis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam hal ini dikarenakan praktik dan dinamika yang ada di dalamnya dapat mempengaruhi keputusan perusahaan. Lingkungan bisnis mencakup berbagai elemen, seperti hubungan dengan vendor, regulasi pemerintah, persaingan pasar, budaya organisasi, serta norma sosial.

Pemilik CV Lancar Sukses Barokah mengungkapkan bahwa lingkungan bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap implementasi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah. Meskipun lingkungan bisnis sering kali tidak mendukung penerapan nilai-nilai etika Islam secara optimal, Pak Toelus tetap berkomitmen menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip etika yang sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini menunjukkan bahwa meski lingkungan bisnis bisa menjadi tantangan, seperti persaingan yang tidak sehat atau norma sosial yang kurang mendukung etika, keputusan untuk tetap berpegang pada aturan etika Islam mencerminkan integritas dan komitmen pemilik dalam mempertahankan praktik bisnis yang benar. Sikap tersebut juga ditularkan kepada karyawan, yang diperlihatkan melalui pelatihan dan

pengajaran tentang pentingnya mematuhi aturan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, meskipun faktor lingkungan bisnis dapat melemahkan implementasi etika, komitmen pemimpin yang kuat mampu menjaga konsistensi penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik sehari-hari.

2. Faktor Individual

Seseorang menjadi pemimpin karena dianggap orang tersebut ahli atau paham dalam bidang agama. Ia dianggap mengetahui banyak tantangan, masalah-masalah keagamaan. Keyakinan dan ketaqwaan kepada Allah SWT menjadi landasan yang kuat bagi para pemimpin dalam mengemban tugasnya. Mereka memahami bahwa segala tindakan dan keputusan yang diambil sebagai pemimpin haruslah berdasarkan pada ajaran Islam yang memberikan pedoman moral dan akhlak yang tinggi. Faktor individual menjadi salah satu faktor utama yang dikemukakan oleh pemilik CV Lancar Sukses Barokah tentang alasan mengapa beliau mempelajari etika-etika bisnis Islam dalam bisnisnya.

Pemilik CV Lancar Sukses Barokah menekankan bahwa faktor individual memiliki pengaruh penting dalam keputusannya untuk mempelajari etika bisnis Islam. Sebagai seorang pengusaha Muslim, ia menjadikan ajaran agamanya sebagai dasar dalam menjalankan bisnis. Pak Toelus memulai dengan belajar secara mandiri tentang prinsip-prinsip bisnis Islam, namun seiring waktu, minatnya semakin dalam sehingga ia memutuskan untuk mempelajari topik ini lebih serius. Ia pun menyadari pentingnya menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam pengelolaan bisnisnya. Melalui ini, Pak Toelus berharap hubungan dengan mitra dan vendor bisa berjalan dengan baik, serta memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

3. Faktor organisasi

Faktor organisasi dapat diartikan sebagai kumpulan filosofi, ideologi, nilai-nilai, asumsi, kepercayaan, harapan, sikap, dan norma yang membentuk identitas suatu organisasi, serta mencakup keberagaman

atau pluralisme di dalamnya. Secara umum, budaya organisasi adalah ciri khas yang ada dalam sebuah kelompok dan berfungsi sebagai panduan perilaku mereka, sekaligus menjadi pembeda dengan kelompok lain.

Pemilik CV Lancar Sukses Barokah mengungkapkan bahwa usahanya memiliki budaya organisasi yang terbuka terhadap nilai-nilai Islam. Hal ini terlihat dalam kebijakan, norma, dan praktik sehari-hari yang senantiasa berlandaskan prinsip-prinsip etika Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam transaksi bisnis. Dengan adanya budaya yang mendukung ini, penerapan etika bisnis Islam di dalam perusahaan menjadi lebih mudah diterapkan dan diterima oleh seluruh anggota organisasi, baik karyawan maupun mitra bisnis. Pak Toelus, meskipun belum memiliki banyak pengalaman dalam organisasi formal, telah belajar banyak dari keterlibatannya dalam komunitas bisnis berbasis Islam. Hal ini tidak hanya membantu Pak bisnis Toelus dalam menjalankan yang sesuai dengan prinsip agamanya, tetapi juga menginspirasi seluruh anggota organisasi untuk bekerja dengan penuh tanggung jawab dan rasa syukur. Dengan adanya budaya yang harmonis ini, perusahaan dapat membina hubungan bisnis yang kuat dan berkelanjutan, yang pada akhirnya memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tatang Suryana bahwasannya faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam dalam usaha kecil adalah lingkungan, individual serta budaya organisasi.

Berdasarkan paparan data diatas dapat dianalisis bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam sudah sesuai dengan teori Sumarni yang menyatakan bahwa implementasi etika bisnis Islam dipengaruhi oleh faktor lingkungan, individual dan organisasi.

C. Analisis dampak etika bisnis Islam dalam mengurangi gratifikasi di CV Lancar Sukses Barokah

Penerapan etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah dapat membawa dampak yang besar. Pertama, prinsip-prinsip seperti keesaan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, dan kebaikan dapat membentuk lingkungan kerja yang lebih adil dan terbuka. Ini akan mendorong persaingan bisnis yang sehat serta menciptakan hubungan yang lebih harmonis dengan mitra dan pemasok. Pemimpin yang mengimplementasikan nilai-nilai ini akan lebih memperhatikan keadilan bagi semua vendor, sehingga tidak hanya bergantung pada satu vendor saja. Hal ini juga dapat mendorong motivasi untuk bersaing secara sehat dalam dunia bisnis. Berikut dampak etika bisnis Islam dalam mengurangi gratifikasi di CV Lancar Sukses Barokah:

1. Terciptanya nilai moral dan kejujuran

Nilai moral dan kejujuran di CV Lancar Sukses Barokah merupakan hasil dari penerapan etika bisnis Islam yang kuat oleh pemiliknya. Dalam lingkungan kerja ini, kejujuran dan integritas merupakan nilai yang dijunjung tinggi. Setiap individu diajarkan untuk bersikap jujur dalam perkataan dan perbuatannya, termasuk dalam hal bisnis. Gratifikasi merupakan tindakan yang melanggar kejujuran, karena melibatkan pemberian imbalan untuk mendapatkan keuntungan secara tidak sah. Dengan menerapkan nilai-nilai kejujuran CV Lancar Sukses Barokah lebih memilih untuk mengikuti aturan dan menolak segala bentuk gratifikasi yang bisa menurunkan integritas mereka. Dengan demikian, pihak yang bekerja sama dengan CV Lancar Sukses Barokah akan merasa bahwa mereka melakukan transaksi dengan standar etis dan integritas yang tinggi.

Berdasarkan paparan data diatas dari hasil observasi yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam bisnis sangat mempengaruhi lingkungan kerja yang menjadi berintegritas tinggi. Dalam hal ini pemilik CV Lancar Sukses Barokah berhasil

menciptakan budaya kerja dimana setiap individu diajarkan untuk selalu bertindak jujur dan menolak praktik-praktik tidak etis seperti gratifikasi dan menipulasi nota. Dengan komitmen yang kuat terhadap kejujuran, CV Lancar Sukses Barokah mampu mempertahankan standar etika yang tinggi, yang memberikan dampak positif bagi reputasi dan keberlanjutan usahanya.

2. Terciptanya keadilan dalam bertransaksi

Keadilan dalam bertransaksi di CV Lancar Sukses Barokah dipengaruhi oleh prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pemilik CV Lancar Sukses Barokah. Dalam lingkungan kerja yang didasarkan pada nilai-nilai agama, pemilik dan karyawan merasa terinspirasi bahwa setiap transaksi harus adil, transparan serta bebas dari unsur manipulasi. Gratifikasi tidak jarang merusak prinsip keadilan karena memberi keuntungan pada pihak tertentu secara tidak wajar. Komitmen pemilik terhadap etika Islam menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan kompetitif. Pemilik memahami bahwa kesuksesan bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan material, tetapi juga dari reputasi yang dibangun berdasarkan kejujuran, keadilan, dan rasa tanggung jawab terhadap semua pihak yang terlibat.

Berdasarkan paparan data diatas dari hasil observasi yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam menghasilkan dampak positif yaitu adanya keadilan dalam bertransaksi. Lingkungan kerja yang dibangun atas nilai-nilai Islam mendorong pemilik dan karyawan untuk menjalankan setiap transaksi dengan adil dan transparan tanpa adanya unsur manipulasi atau gratifikasi yang merugikan. Pak Toelus menegaskan pentingnya memperlakukan setiap klien dan mitra bisnis secara setara berdasarkan kualitas dan kemampuan, bukan atas dasar keuntungan yang tidak sah. Hal ini mencerminkan pemahaman bahwa kesuksesan bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan, namun juga dari reputasi yang diperoleh melalui kejujuran dan tanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingan.

3. Terciptanya lingkungan bisnis yang lebih transparan

Implementasi etika bisnis Islam memberikan dampak positif yaitu membuat lingkungan bisnis yang lebih transparan akan terlihat dalam transaksi yang sedang dilakukan. Dalam setiap aspek operasional perusahaan berusaha menjalankan praktik bisnis yang terbuka dan dapat diakses oleh semua pihak yang memiliki kepentingan. Informasi tentang produk, layanan dan ketentuan transaksi disampaikan secara jelas kepada pihak mitra atau klien CV Lancar Sukses Barokah. Hal tersebut membuat mitra atau klien dapat membuat keputusan menggunakan informasi yang diberikan.

Berdasarkan paparan data diatas dari hasil observasi dilakukan peneliti menunjukkan bahwa dengan menjalankan praktik bisnis yang terbuka, pemilik CV Lancar Sukses Barokah memastikan bahwa semua informasi terkait produk, layanan dan ketentuan transaksi disampaikan secara jelas kepada mitra dan klien. Hal ini memungkinkan pihak yang terlibat untuk membuat keputusan yang berdasarkan informasi yang akurat, dalam konteks ini menghindari potensi gratifikasi dan praktik tidak etis lainnya. Implementasi etika bisnis Islam tidak hanya meningkatkan kepercayaan terhadap CV Lancar Sukses Barokah, namun juga menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, sehingga mengurangi kemungkinan tindakan yang melanggar prinsip-prinsip Islam

4. Meningkatkan kepercayaan publik

Etika bisnis Islam memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kepercayaan publik yang memberikan manfaat kepada CV Lancar Sukses Barokah. Pemilik CV Lancar Sukses Barokah mempraktikkan nilai-nilai dan menciptakan pola bisnis yang aman dan terbuka dimana hal ini dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan yang dimiliki. Dengan menerapkan etika bisnis Islam CV Lancar Sukses Barokah berhasil menciptakan reputasi sebagai perusahaan yang memiliki standar etika yang tinggi.

Berdasarkan paparan data diatas dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa peran Pak Toelus sebagai pemimpin yang menerapkan etika bisnis Islam dapat meningkatkan kepercayaan publik. Dengan komitmen yang kuat dalam mempraktikkan nilai-nilai Islam dalam menjalankan bisnis yang transparan berhasil membuat beliau membangun pola bisnis yang aman dan terbuka. Tranparansi dalam transaksi tidak hanya memperkuat kepercayaan publik namun juga memberikan keunggulan kompetifi bagi CV Lancar Sukses Barokah. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip Islam yang diterapkan tidak mempersulit usaha dalam menuju kesuksesan dalam konteks ini yaitu kepercayaan publik.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Penerapan etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah memiliki peran penting dalam mengurangi praktik gratifikasi. Adanya nilai-nilai dalam etika bisnis Islam yang dipegang kuat oleh pemilik perusahaan menciptakan lingkungan bisnis dan persaingan yang sehat. Selain itu dampak positif lainnya dari penerapan etika bisnis Islam yaitu perusahaan mampu mencapai kesuksesan tanpa adanya campur tangan praktik yang tidak etis seperti gratifikasi. Disisi lain, perusahaan mampu membuat transaksi berjalan secara adil dan tranparan.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah yaitu lingkungan bisnis, faktor individual, dan faktor organisasi, yang saling mendukung keberhasilannya. Faktor lingkungan bisnis sering kali menjadi tantangan, terutama dengan adanya persaingan yang tidak sehat dan norma sosial yang kurang mendukung, tetapi komitmen pemilik untuk mematuhi prinsip Islam berhasil menjaga integritas perusahaan. Faktor individual, seperti keyakinan dan ketakwaan pemilik terhadap ajaran Islam, menjadi landasan utama dalam pengambilan keputusan yang beretika. Selain itu, budaya organisasi yang terbuka terhadap nilai-nilai Islam, yang tercermin dalam norma dan praktik sehari-hari, mempermudah implementasi etika bisnis Islam di seluruh lini perusahaan. Dengan mengintegrasikan ketiga faktor ini, CV Lancar Sukses Barokah berhasil menciptakan praktik bisnis yang transparan, adil, dan berkelanjutan, yang tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan, tetapi juga menjadi model bagi perusahaan lain yang ingin menerapkan etika bisnis Islam dalam menghadapi tantangan lingkungan bisnis modern.

3. Dampak penerapan etika bisnis Islam di CV Lancar Sukses Barokah telah membawa dampak positif yang signifikan bagi lingkungan bisnis dan reputasi perusahaan. Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi diterapkan dalam operasional sehari-hari, menciptakan lingkungan kerja yang berintegritas dan adil. Praktik bisnis yang transparan memastikan semua informasi tentang produk dan layanan disampaikan secara jelas, sehingga menghindari potensi manipulasi dan gratifikasi yang tidak etis. Komitmen terhadap prinsip-prinsip Islam juga memperkuat kepercayaan publik dan membangun reputasi perusahaan sebagai entitas yang memiliki standar etika tinggi. Dengan demikian, CV Lancar Sukses Barokah tidak hanya mencapai kesuksesan bisnis secara material tetapi juga dalam menjaga kepercayaan dan nilai-nilai Islami dalam setiap transaksi.

B. Saran

Saran merupakan suatu masukan yang disusun guna menyempurnakan hasil dari penelitian. Setelah penelitian mengkaji landasan teori serta melakukan penelitian lapangan dan menganalisis hasil penelitian tersebut, penulis memberikan saran yang berlaku sebagai masukan bagi pihak terkait.

1. Kepada pemilik CV Lancar Sukses Barokah dapat mempertimbangkan untuk melakukan penyampaian mengenai etika bisnis Islam lebih luas kepada pelaku usaha lain menggunakan sarana organisasi perkumpulan pelaku usaha untuk menghindari transaksi dengan praktik yang tidak etis seperti gratifikasi agar hal tersebut dengan perlahan mampu dihilangkan.
2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan mampu menjadi literatur dalam penelitian selanjutnya dengan objek dan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Dewi Andika. “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menarik Wisatawan Lokal Dan Asing (Studi Kasus Resto Apung Pulau Bungin, Kecamatan Alas, Kabupaten Sumbawa).” Universitas Islam Negeri Mataram, 2020. <http://etheses.uinmataram.ac.id/id/eprint/46>.
- Alma, Buchari, dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.
- . *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006. <https://muhammadiyah.or.id/etika-bisnis-dalam-islam/>.
- Bastian, Indra. *Sistem Akuntansi Sektor Publik*. 2 ed. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Beekun, Rafik Issa. *Etika Bisnis Islami*. Kamdani. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Bella, Yolanda Okta Mira. “Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang di Pasar Tradisional Plaju Ilir Kecamatan Plaju.” Universitas Muhammadiyah Palembang, 2023. <http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/25325>.
- Chapra, Umer. *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Jakarta: Gema Insani Press, 2000. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=rhjIRzJvwpgC&oi=fnd&pg=PA1&dq=ekonomi&ots=wp-9CYFXhk&sig=Qsv6ttwOF3uKzncCCqj-BQxICd8>.
- Djakfar, Muhammad. *Agama, Etika dan Ekonomi*. 1 ed. Malang: UIN-Malang Press, 2007. https://books.google.co.id/books/about/Agama_etika_dan_ekonomi.html?id=kjkIvgEACAAJ&redir_esc=y.

- Efendi, Mohamad Nur, Kusnul Ciptanila Yuni K, Iza Hanifuddin, dan Arian Agung Prasetiyawan. "Omnibus Law Sentiment and Its Impact on the Halal Certification Program in Indonesia." *Justicia Islamica* 20, no. 1 (2023): 37–58. <https://doi.org/10.21154/justicia.v20i1.5829>.
- Fadli, M. *Manajemen Pengadaan Barang dan Jasa di Pemerintah*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2020.
- Fajar. "Wawancara, 12 September 2024." n.d.
- . "Wawancara, 23 Februari 2024." n.d.
- Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mouw, Jonata, et al. "Metodologi Penelitian Kualitatif," 88. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022. <https://doi.org/978-623-99749-1-6>.
- Garini, Mutiara Puspa. "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam Tahun 2023 (Studi pada Home Industri Tapis Lampung Ethnica di Desa Sumber Gede Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)." *Skripsi* 2023, no. 15018 (20M): 1–117.
- Hanifah Noor Setyawan, dan Amin Wahyudi. "Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon, Sukorejo, Ponorogo." *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2022): 305–32. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.989>.
- Hati, Fina Ulmisba. "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso." Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023. <http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/28577>.
- Hoktimah, Mega Sri Novi. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus di Toko Sendal, Sepatu, di Pasar Sentral Kotabumi)." Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/29515>.

- Irfan, Muhammad Nurul. *Gratifikasi & Kriminalitas Seksual Dalam Hukum Pidana Islam*, 2016. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/32651>.
- Jannah, Unun Roudlotul, dan Muchtim Humaidi. “Filantropi Pada Masyarakat Multikultural (Studi Kasus di Desa Klepu Kec. Sooko Kab. Ponorogo).” *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF* 7, no. 1 (2020): 46–67. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v7i1.7472>.
- Jenne, Hardianti. “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pakaian Pusat Niaga Palopo.” Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/3792>.
- Juliansyah, Hafiz. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat.” *UIN Syarif Hidayatullah* 66, no. July (2011): 6–17.
- Jusmaliani, Masyhuri, dan Mochammad Nadjib. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=10113>.
- KPK. *Buku Saku Memahami Gratifikasi*. Jakarta Selatan: Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia, 2014.
- Larasati, Galuh. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Makanan Tanpa Mencantumkan Harga.” IAIN Surakarta, 2020.
- Listiani, Vita, dan Fitra Rizal. “Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kegiatan Produksi Pentol Corah dan Otak-Otak Assegaf Jaya Ponorogo.” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 3, no. 2 (2023): 368–77. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i2.2836>.
- Maali, B, P Casson, dan C Napier. *Social Reporting by Islamic Banks*. Abacus, 2006. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6281.2006.00200.x>.
- Makkasau, Indra Aditya. “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro di Kelurahan Rampoang Kota Palopo.” Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019. [http://repository.iainpalopo.ac.id/1450/1/skripsi INDRA.pdf](http://repository.iainpalopo.ac.id/1450/1/skripsi%20INDRA.pdf).

- Muhammad, Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Mulyanto, Eko. “Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif.” *EQUILIBRIUM* 5 (2020): 148.
- Muyassarrah, Moh Fauzi. “Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang dalam Menjamin Kestabilan Harga dan Daya Beli Masyarakat di masa New Normal.” *Inovasi* 17, no. 2 (2021): 38.
- Nafis, Duratun. “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh).” Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/8598>.
- Nihayatul Masykuroh. *Etika Bisnis Islam*. Banten: CV Media Karya Kreatif, 2020.
- Ningsih, Reni Widya. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Tokopedia.” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/12805>.
- Oktavia, Imelda. “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman.” Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2021. <https://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/h/batusangkar/aDDDjL8g3Kvn6vshHlsBOKWtu00zNFNC.pdf>.
- Prasetyo, Luhur, dan Unun Roudlotul Janah. “CRYPTOCURRENCY AS MONEY: Islamic Monetary System Perspective.” *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam* 22, no. 1 (24 Mei 2022): 71–94. <https://doi.org/10.21154/altahrir.v22i1.3617>.
- “Pengertian Gratifikasi.” DJPB Kemenkeu, 2022. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/kotabumi/id/informasi/edukasi-gratifikasi/pengertian-gratifikasi.html>.

- “Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 2 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.” Diakses 25 Februari 2024.
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/161828/perpres-no-12-tahun-2021>.
- “QS. An-Nisa’:29,” n.d.
- Rahayu, Wiji. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Tanjung Kemuning Kecamatan Tanjung Kemuning Kabupaten Kaur Dalam Mempraktikkan Etika Bisnis Islam,” 2021, 75.
- Rosmalia, Putri, dan Candra Yuri Nuralam. “Laporan Gratifikasi Pejabat Meningkatkan 12 Persen.” *Media Indonesia*, 2023.
<https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/604786/laporan-gratifikasi-pejabat-meningkat-12-persen>.
- Saifullah, Muhammad. “Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah.” *Jurnal Walisongo* 19, no. 1 (2011).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sumarni. *Etika Bisnis*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1998.
- Tim Penyusun. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 1 ed. Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- Toelus. “Wawancara, 12 September 2024.” n.d.
- Ulum, Miftahul, Asmak Ab Rahman, Shinta Maharani, dan Agus Purnomo. “Islamic Education and Social Media Transformation in Pandemic Era: Challenges and Opportunities in Indonesia.” *Cendekia: Jurnal Kependidikan Dan Kemasyarakatan* 19, no. 1 (2021): 185–96.
<https://doi.org/10.21154/cendekia.v1i1.2662>.
- Umar, Husein. “Husein Umar, Strategic Management in Action, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm, 31.” *Strategic Management in Action*, 2001, 31.

Umaruddin, Muhammad. *Filsafat Etika Al-Ghazali*. Diedit oleh Muhammad Ashraf Sh. Pakistan: Lahore Pakistan, 1991.

Wahyudi, Amin, Binti Nur Asiyah, dan Husnul Haq. "The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank." *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics* 7, no. 1 (2023): 82–94. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v7n1.p82-94>.

Wijaya, Rengga Agnes. "Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar kamis Desa Nanjungan Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan." Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2021. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/6696>.

Wulandari, Aprilia Tri. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sembako di Pasar Dolopo Madiun." Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/16495>.

Zainal, Veithzal Rivai. "Islamic Marketing," 98. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Zubaidah. "Kepemimpinan Transformasional Dalam Konteks Organisasi Aplikasi Teori dan Konsep," 2009.

