



PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM USAHA JASA TITIP (JASTIP) DITINJAU DARI PERSPEKTIF ISLAM STUDI PADA JASTIP AII NATUNA

Marini, Umar Natuna, Januariusdi
Program Studi Ekonomi Syari'ah
Sekolah Tinggi Agama Islam Natuna

Email; marinintn3@gmail.com, umarnatuna0@gmail.com, januariusdi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji implementasi etika bisnis dalam konteks Jasip (Jasip) Aii Natuna, dinilai dari sudut pandang Islam. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menjelaskan cara di mana operator bisnis di sektor jasa titip mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam, termasuk keseimbangan, otonomi, akuntabilitas, dan kebenaran, dalam praktik operasional mereka. Kerangka metodologis yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif, menggunakan pendekatan studi kasus di mana data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan dengan pemilik bisnis dan melalui analisis dokumentasi terkait. Temuan penelitian menunjukkan bahwa integrasi etika bisnis dalam operasi Jastip Aii relatif terpuji, Namun beberapa tantangan tetap ada, terutama di bidang manajemen persaingan yang efektif dan komunikasi pelanggan, yang memerlukan peningkatan. Operator bisnis berusaha untuk menegakkan prinsip-prinsip kesetaraan, kejujuran, dan transparansi ketika menetapkan harga dan penawaran layanan; Meskipun demikian, dimensi tertentu seperti pelestarian kepercayaan pelanggan dan pengelolaan umpan balik, memerlukan penyempurnaan lebih lanjut. Singkatnya, penelitian ini secara signifikan berkontribusi pada pemahaman penerapan etika bisnis islam dalam perusahaan jasa titip dan menawarkan rekomendasi bagi operator bisnis untuk meningkatkan komunikasi dan meningkatkan dimensi tanggung jawab sosial.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Jasa titip*

Abstract

This study examines the implementation of business ethics in the context of Jasip (Jasip) Aii Natuna, assessed from an Islamic perspective. The purpose of this study is to explain how business operators in the personal shopping service sector adhere to the principles of Islamic business ethics, including balance, autonomy, accountability, and truthfulness, in their operational practices. The methodological framework used in this study is qualitative, employing a case study approach. Data were collected through observations, interviews, and documentation with business owners and through analysis of related documentation. The research findings indicate that the integration of business ethics in Jastip Aii's operations is relatively commendable. However, several challenges remain, particularly in the areas of effective competition management and customer communication, which require improvement. Business operators strive to uphold the principles of equality, honesty, and transparency when setting prices and offering services; however, certain dimensions, such as maintaining customer trust and managing feedback, require further refinement. In summary, this study significantly contributes to the understanding of the implementation of Islamic business ethics in personal shopping service companies and offers recommendations for business operators to improve communication and enhance social responsibility.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Personal Shopping Service*



A. PENDAHULUAN

Etika bisnis Islam merupakan kerangka nilai-nilai komprehensif yang menggambarkan konsep baik dan jahat, benar dan salah dalam sektor komersial, didasarkan pada prinsip-prinsip etika yang sesuai dengan hukum Syariah. Selanjutnya, etika bisnis Islam mencakup pemeriksaan kritis atau penilaian yang berkaitan dengan pertimbangan moral dalam bidang ekonomi dan perdagangan; khususnya, ini melibatkan introspeksi mengenai gagasan seperti baik, jahat, terkutuk, benar, salah, dan kesesuaian atau ketidakcocokan perilaku individu dalam bidang bisnis atau kegiatan profesional. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam mewujudkan kumpulan prinsip atau standar yang diharapkan oleh para pemangku kepentingan di sektor bisnis untuk mengamati ketika berpartisipasi dalam transaksi, melakukan urusan mereka, dan membina hubungan, dengan tujuan menyeluruh untuk mencapai tujuan bisnis mereka secara etis (Pandhi, 2018).

Seiring waktu, fenomena ini telah ditandai dengan kemajuan ekonomi yang dipercepat, yang telah menyebabkan peningkatan jumlah perusahaan. Peningkatan ini memaksa para profesional

bisnis untuk menerapkan banyak strategi yang bertujuan untuk mengoptimalkan profitabilitas, sering mengakibatkan pengabaian pertimbangan etis dalam transaksi komersial, yang mencakup kerangka nilai-nilai yang berkaitan dengan kebenaran moral dan keliru yang didasarkan pada serangkaian teori etika. Etika bisnis Islam melambangkan patokan moral yang berasal dari Al-Qur'an dan hadits, dan itu harus berfungsi sebagai prinsip panduan dasar bagi semua individu yang terlibat dalam usaha ekonomi (Hanifah & Zulkarnain, 2024).

Salah satu manifestasi dari perdagangan yang saat ini mengalami ekspansi signifikan adalah layanan jastip (jastip), di mana pengusaha membantu konsumen dalam pengadaan produk dari daerah tertentu dan kemudian memfasilitasi pengiriman mereka. Layanan tip ini berfungsi sebagai alternatif bagi konsumen yang ingin membeli barang-barang tertentu tanpa perlu mengunjungi sumber asli produk. Meskipun demikian, bersamaan dengan popularitas industri pakaian jadi yang semakin meningkat, ada kekakuan yang meningkat dalam domain ini, yang akibatnya membuka jalan bagi munculnya praktik yang dipertanyakan secara etis (Huzaimah, 2018).



Jastip Aii Natuna adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa titip (jastip), yang menyediakan layanan pembelian dan pengiriman berbagai jenis barang dari Batam ke Natuna. Usaha ini didirikan oleh Gustia Setamarlenda pada tahun 2021 dan berlokasi di Jl. Hang Tuah No. 089 RT 10/RW 01, Kelurahan Ranai, Kecamatan Bunguran Timur, Kabupaten Natuna. Jastip Aii Natuna melayani pembelian berbagai jenis barang seperti: Pakaian pria dan wanita, sepatu dan sandal, aksesoris fashion, produk makanan dan minuman. barang kebutuhan rumah tangga. Sebagai usaha jasa titip, Jastip Aii Natuna tidak hanya berperan sebagai perantara pembelian barang, tetapi juga memberikan kemudahan bagi masyarakat Natuna dalam mendapatkan produk berkualitas tanpa harus pergi jauh ke kota besar.

Berdasarkan hasil pengamatan awal terdapat beberapa permasalahan seperti: Jastip Aii menghadapi masalah seperti memberikan informasi yang tidak lengkap dan jujur mengenai barang yang ditawarkan kepada konsumen. Antara lain Jastip Aii menyebutkan produk dalam kondisi baru padahal sebenarnya bekas atau memiliki cacat. Dalam usaha jasa titip, ketidakjelasan mengenai biaya jasa yang dikenakan dapat menjadi masalah

etika. Seperti Jastip Aii tidak memberikan rincian biaya yang jelas kepada pelanggan, hal ini dianggap sebagai tindakan tidak jujur.

Jastip Aii memberikan prioritas layanan kepada pelanggan tertentu atau memberikan pelayanan yang kurang baik kepada pelanggan yang hanya memesan dalam jumlah kecil hal ini melanggar prinsip etika bisnis yang menekankan keadilan dan kesetaraan.

Sebagai jasa titip yang diandalkan oleh pelanggan, Jastip Aii memiliki tanggung jawab untuk menepati waktu pengiriman. Jika Jastip Aii sering terlambat atau tidak mengirimkan barang sesuai dengan kesepakatan tanpa pemberitahuan yang jelas, hal ini menunjukkan kurangnya tanggung jawab dalam pelayanan.

Dalam bisnis, Jastip Aii menghadapi tekanan untuk bersaing dengan cara yang tidak etis, seperti menjelekkan kompetitor, memberikan informasi palsu tentang layanan, atau menjual produk dengan harga dumping untuk menjatuhkan kompetitor.

Sebagai pihak yang dipercaya untuk membeli dan mengirimkan barang, Jastip Aii harus menjaga kualitas dan keamanan barang tersebut. Jika barang yang dititipkan rusak atau hilang dan Jastip Aii



tidak mau bertanggung jawab, maka ini melanggar prinsip amanah dalam etika bisnis.

Permasalahan-permasalahan ini dapat menjadi perhatian penting bagi Jastip Aii Natuna dalam menjaga etika bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam usaha. Maka peneliti tertarik melakukan lebih lanjut dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Dalam Usaha Jasa Titip (Jastip) Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Pada Jastip Aii Natuna)”. Penelitian ini akan berfokus untuk mengetahui etika bisnis dalam usaha yang dijalankan oleh Jastip Aii Natuna dari perspektif Islam. Aspek-aspek yang akan diteliti meliputi bagaimana Jastip Aii Natuna menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam usaha seperti Keseimbangan, kehendak bebas (Free will), pertanggung jawaban (responsibility), dan kebenaran (benevolence) dalam menjalankan usahanya.

A. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan tujuan memahami fenomena sosial yang terjadi pada Jastip Aii melalui wawancara, observasi, dan penerapan

dokumen. Pendekatan penelitian adalah kerangka metodologi yang digunakan oleh peneliti untuk merancang dan mengarahkan proses penelitian. Pendekatan ini mengarahkan bagaimana peneliti mengumpulkan data, menerapkan informasi, dan mengambil kesimpulan (Sugiyono, 2020).

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika bisnis Islam merupakan penggabungan prinsip-prinsip komersial yang terkait dengan nilai-nilai etika yang berasal dari doktrin agama. Dalam kerangka etika bisnis Islam, ada fokus yang jelas pada penerapan nilai-nilai spiritual yang membimbing pengusaha untuk berfungsi tidak hanya pada premis keuntungan ekonomi, tetapi juga dengan pertimbangan untuk dimensi moral dan agama. Tujuannya adalah untuk menjamin bahwa upaya komersial yang dilakukan selaras dengan ajaran agama dan dapat menghasilkan keuntungan yang adil bagi semua pemangku kepentingan yang terlibat. (Ulya & Banyumas, 2024)

1. Pelayanan Yang Prima

Keseimbangan perdagangan dalam kerangka etika bisnis Islam menyatakan bahwa keseimbangan (otonomi) merupakan salah satu prinsip penting



yang menggarisbawahi pentingnya kesetaraan dalam setiap dimensi usaha komersial. Menurut Veithzal Rivai et al., keseimbangan dalam lingkungan bisnis dapat ditafsirkan sebagai disposisi yang tidak memberatkan atau menindas, dan yang tidak merugikan pemangku kepentingan mana pun, termasuk konsumen, pesaing, atau pemilik bisnis itu sendiri. (Putra et al., 2024)

Menurut Rivai et al., Etika bisnis dan ekonomi Islam menggambarkan prinsip-prinsip dasar yang mengatur perusahaan komersial. Indikator keseimbangan, juga dikenal sebagai 'adl, mengartikulasikan dimensi horizontal doktrin Islam yang berkaitan dengan semua entitas di dalam kosmos. Hukum dan tatanan yang mengatur fenomena semacam itu dapat dilihat di alam semesta, mencerminkan kerangka konseptual yang rumit. Indikator keseimbangan, yang mencakup gagasan keadilan, mewakili salah satu prinsip penting yang harus dipatuhi oleh semua individu. Interaksi antara keadilan dan keberadaan manusia secara fundamental mencontohkan keadaan keberadaan yang harmonis yang selaras

dengan hukum alam yang ditetapkan oleh Tuhan SWT.

Dalam ekonomi kontemporer dan etika bisnis arus utama, prinsip-prinsip keseimbangan dan keadilan terkait erat dengan konsep-konsep seperti perdagangan yang adil, kesempatan yang sama, dan praktik bisnis etis. Seperti yang dikemukakan oleh Stakeholder Theory (Edward Freeman), adalah kewajiban setiap operator bisnis untuk memperlakukan semua pemangku kepentingan - termasuk pelanggan, pesaing, dan mitra - dengan kesetaraan dan keadilan, menahan diri dari bias terhadap pihak mana pun semata-mata untuk keuntungan pribadi. Selanjutnya, kerangka etika deontologis (Immanuel Kant) menggarisbawahi bahwa keputusan bisnis harus berlabuh dalam prinsip-prinsip moral universal yang berlaku untuk semua, yang mencakup prinsip keadilan dalam perlakuan konsumen dan pesaing. (Putra et al., 2024)

Dari data empiris yang diperoleh dari pemilik Jastip Aii, Gustia Setamarlenda, terbukti bahwa organisasi telah memulai penerapan prinsip keseimbangan; Namun, dalam praktiknya, masih ada dinamika yang



menandakan tantangan yang berkelanjutan. Praktik operasional yang dilakukan oleh Jastip Aii sejauh ini telah mengungkapkan integrasi prinsip-prinsip keseimbangan (kehendak bebas) dalam kerangka etika bisnis Islam, meskipun komponen tertentu memerlukan peningkatan lebih lanjut. Prinsip kehendak bebas mengamanatkan bahwa pemangku kepentingan bisnis tidak hanya berkonsentrasi pada keuntungan individu, tetapi juga memperhitungkan keberlanjutan dan kesetaraan dalam ekosistem bisnis menyeluruh.

Pemberlakuan keseimbangan dalam praktik komersial oleh Jastip Aii telah menggambarkan niat baik dan operasi yang sebagian besar selaras dengan prinsip-prinsip etika bisnis, baik dari perspektif teoritis umum maupun dalam paradigma Islam. Dalam mengejar mencapai keseimbangan yang lebih halus, pemilik bisnis harus meningkatkan pemberian layanan yang adil kepada semua klien dan menumbuhkan sinergi dengan entitas komersial lainnya dalam semangat ukhuwah dan kesetaraan ekonomi.

2. Kehendak Bebas (*Free will*)

Veithzal Rivai dalam bukunya etika bisnis suatu pendekatan islami menjelaskan kehendak bebas dalam bisnis menurut Islam adalah kemampuan manusia dalam memilih dan bertindak secara sadar dan bertanggung jawab. Namun, kebebasan tersebut harus tunduk pada prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran (*shidq*), dan maslahah (kemaslahatan umum). Setiap keputusan bisnis harus diambil dengan pertimbangan akhlak, bukan semata keuntungan. (Hikmatus et al., 2025)

Menurut Veithzal Rivai dkk *dalam islamic business and economic ethics* prinsip yang mengatur perusahaan komersial. Konsep kehendak bebas merupakan aspek penting dari etika bisnis Islam; Namun, dalam kerangka Islam dan manajemen bisnis, pelaksanaan kemauan dan agensi harus selaras dengan ketentuan Syariah. Terlibat dalam praktik kompetitif yang tidak etis dilarang dan dapat menyebabkan konsekuensi yang merugikan bagi banyak individu. Pengusaha Muslim, yang secara konsisten merangkul indikator-indikator persatuan dan keseimbangan, tidak diragukan lagi akan



memanfaatkan kebebasan yang diperlukan untuk pencapaian tujuan tunggal yang pada akhirnya menguntungkan diri mereka sendiri, rekan bisnis mereka, dan ekonomi pada umumnya. (Hikmatus et al., 2025)

Dalam Islam, konsep kehendak bebas (ikhtiyar) merupakan bagian dari tanggung jawab manusia sebagai khalifah di muka bumi. Islam mengajarkan bahwa manusia diberi kebebasan dalam memilih tindakan, tetapi kebebasan tersebut harus digunakan sesuai dengan tuntunan syariat dan bertanggung jawab di hadapan Allah SWT. Ikhtiyar berarti kemampuan memilih antara dua atau lebih alternatif tindakan yang baik. Namun, pilihan tersebut bukanlah bebas tanpa batas (*free will*), melainkan kebebasan yang dibingkai oleh nilai-nilai tauhid, akhlak, dan hukum syariah (Hikmatus et al., 2025).

Kebebasan yang dimiliki oleh pelaku usaha seperti Jastip Aii memang menjadi bagian penting dari keberlangsungan bisnis. Namun, wawancara ini menunjukkan bahwa kebebasan tersebut telah digunakan secara bijak dan bertanggung jawab sesuai dengan prinsip etika Islam.

Dalam konteks etika bisnis, keputusan yang diambil Gustia sesuai dengan prinsip utilitarian dan etika sosial, karena ia tidak semata-mata mengejar keuntungan, melainkan memperhatikan kepuasan pelanggan dan nilai keberkahan. Dari sudut pandang Islam, Gustia sudah mengimplementasikan ikhtiyar secara seimbang menggunakan kebebasan untuk berusaha sambil menjaga kejujuran dan etika syar'i.

Penerapan prinsip kehendak bebas dalam usaha oleh Jastip Aii menunjukkan bahwa kebebasan berbisnis bukan berarti bebas dari aturan moral dan agama. Dalam praktiknya, Gustia menggunakan kebebasannya untuk membangun usaha yang etis, transparan, dan bertanggung jawab, sehingga selaras dengan nilai-nilai Islam dan prinsip etika bisnis modern. Meski masih dihadapkan dengan tantangan pasar dan kompetitor, ia tetap memegang teguh prinsip syariah sebagai pedoman dalam berusaha.

3. Transparan Dan Tanggung Jawab

Menurut Veithzal Rivai dkk dalam *islamic business and economic ethics*. Pertanggungjawaban dalam etika bisnis Islam mengacu pada kewajiban pelaku



usaha untuk memikul konsekuensi atas tindakan dan keputusan yang diambil dalam menjalankan usaha, baik kepada Allah SWT, pelanggan, maupun masyarakat luas (Triwibowo & Adam, 2023). Dalam usaha, terutama di sektor jasa titip seperti Jastip Aii dan nya, indikator pertanggungjawaban (*responsibility*) memainkan peran krusial dalam menjaga integritas dan kepercayaan dalam hubungan bisnis. Menurut Veithzal Rivai dkk *dalam islamic business and economic ethics*, Islam menggarisbawahi pentingnya gagasan tanggung jawab; namun, ini tidak menyiratkan pengabaian terhadap otonomi pribadi; melainkan, ia menunjukkan bahwa Islam memfasilitasi kehendak yang dijiwai dengan akuntabilitas. Dalam konteks ini, sangat penting bahwa individu secara konsisten memikul tanggung jawab atas semua keputusan mereka di hadapan Allah dan dalam hubungannya dengan sesama manusia. Kebebasan untuk mengambil bagian dalam upaya manusia beroperasi secara independen dari akuntabilitas yang harus menyertainya tindakan yang dilakukan. (Triwibowo & Adam, 2023).

Sedangkan menurut Antonio, dalam konteks bisnis syariah, setiap aktivitas usaha mengandung amanah. Jika seorang pelaku usaha lalai, ia wajib bertanggung jawab di dunia dan akhirat (Triwibowo & Adam, 2023). Pemilik Jastip Aii sudah menjalankan bentuk pertanggungjawaban sesuai nilai-nilai Islam, walau ada beberapa aspek yang masih bisa ditingkatkan, seperti respon cepat dalam komunikasi dan pengelolaan emosi saat menerima kritik.

Nilai-nilai etika Islam yang menjunjung tinggi amanah (kepercayaan) dan kejujuran. Dalam praktiknya, meskipun masih terdapat kendala seperti keterlambatan membalas pesan atau kesulitan menerima kritik yang bersifat kasar, namun upaya untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan tetap dilakukan dengan iktikad baik (Triwibowo & Adam, 2023).

Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa pemilik Jastip Aii, Gustia Setamarlenda, telah menerapkan bentuk pertanggungjawaban dalam menjalankan usahanya. Jastip Aii menunjukkan sikap tanggung jawab dengan memberikan penjelasan kepada



pelanggan saat terjadi keterlambatan, serta bersedia mengganti atau mengembachelsan uang jika terjadi kerusakan atau kesalahan pada barang titipan. Selain itu, Jastip Aii juga menjaga komunikasi dan keterbukaan terhadap kritik dan saran dari pelanggan. Namun, tantangan yang dihadapi adalah keterlambatan dalam merespons pesan dan kesulitan menerima kritik yang disampaikan secara kasar, yang menunjukkan bahwa aspek emosional dan komunikasi masih dapat ditingkatkan.

Hal ini menunjukkan bahwa secara praktik, pelaku usaha sudah memiliki kesadaran etis dalam mempertanggungjawabkan layanannya. Hal ini sejalan dengan prinsip amanah dan kejujuran dalam Islam. Namun, masih terdapat ruang perbaikan pada sisi profesionalisme, seperti membangun sistem komunikasi yang lebih responsif dan kemampuan manajemen emosi. Kedua hal ini penting karena menyangkut kualitas pelayanan dan menjaga kepercayaan pelanggan sebagai aset utama dalam bisnis jasa titip.

Dari sisi teori, apa yang dilakukan oleh pemilik usaha sesuai dengan

pandangan Veithzal Rivai yang menyatakan bahwa pertanggungjawaban adalah bagian dari etika bisnis Islam yang mengharuskan pelaku usaha bertindak adil, jujur, dan bertanggung jawab atas setiap tindakan. Selain itu, teori Al-Ghazali juga menekankan bahwa setiap bentuk muamalah harus disertai dengan kejujuran dan pengakuan terhadap kesalahan (Triwibowo & Adam, 2023). Pemilik Jastip Aii telah mencerminkan nilai-nilai tersebut, meskipun belum sepenuhnya optimal. Upaya menjaga kepercayaan pelanggan menunjukkan adanya penerapan nilai akhlakul karimah, namun konsistensi dalam menjalankan komunikasi yang baik dan tanggapan yang cepat masih perlu dibenahi agar usaha benar-benar sesuai dengan prinsip syariah.

Hal ini memberikan penguatan dari sisi teori bahwa pertanggungjawaban bukan hanya kewajiban sosial, tetapi juga bagian dari pertanggungjawaban spiritual kepada Allah SWT. Praktik yang dilakukan oleh pemilik usaha sudah mengarah pada penerapan etika bisnis Islami, namun masih dalam tahap berkembang. Ini menandakan bahwa pemahaman etika Islam telah menjadi



pedoman, namun implementasi teknisnya masih membutuhkan penguatan agar benar-benar mencerminkan profesionalisme Islami yang utuh.

4. Kebenaran Dalam Usaha (*Benevolence*)

Menurut perspektif Veithzal Rivai, konsep kebenaran merupakan salah satu dari lima prinsip dasar etika bisnis Islam, di samping kehendak bebas, tanggung jawab, kebenaran, dan kebajikan. Kebenaran, atau *ṣidq*, adalah prinsip yang sangat dihargai di semua dimensi keberadaan manusia, termasuk dalam lingkup muamalah (interaksi bisnis). Etika bisnis Islam mengamanatkan bahwa pengusaha terlibat dalam transaksi mereka dengan integritas dan transparansi. (Ishak & Adawiah, 2022).

Menurut Veithzal Rivai et al., dalam ranah bisnis Islam dan etika ekonomi, sangat penting bagi operator layanan titip untuk menerapkan prinsip kebenaran dengan memastikan bahwa operasi bisnis mereka dilakukan dengan niat mulia, mematuhi standar etika selama transaksi, dan menawarkan layanan yang memprioritaskan tidak hanya keuntungan pribadi, tetapi juga

kesejahteraan konsumen. Dengan berkomitmen pada standar etika ini, mereka tidak hanya melindungi diri dari potensi kerugian tetapi juga menumbuhkan reputasi positif dalam basis konsumen dan masyarakat pada umumnya, sehingga meningkatkan keunggulan kompetitif mereka di pasar. (Ishak & Adawiah, 2022).

Prinsip ini juga ditegaskan oleh Yusuf al-Qaradawi yang menyatakan bahwa kejujuran dalam bisnis adalah bagian dari ibadah, dan pelaku bisnis yang jujur akan mendapatkan kedudukan tinggi di sisi Allah. Dalam konteks usaha, terutama dalam jasa titip (*jastip*) seperti yang dilakukan oleh Jastip Aii dan para pesaing nya, prinsip kebenaran (*benevolence*) menjadi landasan penting yang harus diterapkan oleh setiap pelaku usaha (Tafana, 2024). Perspektif etika bisnis Islam, prinsip kebenaran sangat ditekankan dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan ekonomi (Tafana, 2024).

Kebenaran atau kejujuran merupakan landasan utama dalam menjalankan usaha jasa titip. Dari data yang diperoleh, pemilik Jastip Aii menyampaikan bahwa selalu berusaha



menyampaikan informasi secara jujur kepada pelanggan, baik mengenai kondisi barang maupun biaya jasa. Pemilik juga menyatakan bahwa pemilik Jastip Aii menghindari menyembunyikan informasi yang dapat merugikan pelanggan, meskipun pernah merasa ada godaan untuk melakukan hal tersebut demi keuntungan. Kejujuran ini menjadi bagian penting dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta menciptakan kepercayaan yang berkelanjutan. Dalam praktiknya, transparansi dan keterbukaan dalam bertransaksi menjadi nilai yang dijaga meskipun tidak luput dari tantangan seperti perbedaan persepsi harga atau kesalahpahaman.

Kebenaran dalam bisnis sangat penting, terutama dalam komunikasi dan transaksi dengan konsumen. Pelaku usaha harus bersikap jujur, memberikan informasi yang jelas, dan memenuhi hak-hak konsumen. Jika nilai kebenaran ini diabaikan, maka dalam jangka panjang pelaku usaha akan dianggap menipu dan mengalami kerugian, baik secara material maupun spiritual.

Sebagaimana dijelaskan oleh Erni R. Ernawan etika bisnis digunakan untuk

mengendachelsan persaingan dalam dunia bisnis agar tetap berada dalam batasan yang sesuai dengan norma-norma yang berlaku. Dalam konteks ini, persaingan bisnis dapat dikatakan etis apabila pelaku bisnis tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga menjaga agar tindakan mereka tidak merugikan pihak lain, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Oleh karena itu, etika bisnis Islam mengharuskan para pelaku usaha untuk berpikir secara kritis tentang dampak dari tindakan bisnis mereka terhadap bisnis lain dan masyarakat secara keseluruhan . (Tafana, 2024)

Dengan demikian, etika bisnis dalam perspektif Islam bukan hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga pada bagaimana memastikan bahwa aktivitas bisnis yang dilakukan tidak mengganggu kepentingan orang lain dan tetap mengedepankan nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip tersebut memberikan pedoman yang jelas bagi pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya dengan cara yang benar dan sesuai dengan ajaran agama.

**C. KESIMPULAN**

Penerapan etika bisnis dalam usaha jasa titip ini secara umum telah sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis dengan menjunjung kejujuran dalam transaksi, keterbukaan informasi kepada konsumen, serta memberikan pelayanan secara adil dan bertanggung jawab. Tidak ditemukan praktik penipuan, manipulasi harga, maupun bentuk kecurangan lainnya yang merugikan pihak konsumen. Selain itu, pelaku usaha juga menunjukkan sikap profesional dalam menghadapi kendala seperti keterlambatan atau kerusakan barang, dengan tetap menjaga kepercayaan dan komunikasi yang baik dengan pelanggan. Kebebasan konsumen untuk memilih barang dipenuhi, namun tetap diarahkan pada prinsip kemaslahatan. Dengan demikian, etika bisnis Islam telah diterapkan secara aplikatif dalam praktik usaha jasa titip, yang ditunjukkan melalui sikap jujur, adil, bertanggung jawab, dan menjaga amanah dalam berbisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanifah, R., & Zulkarnain, L. (2024). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Pt. Brexelle Berkah Uniti. *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), 101–115.
<https://doi.org/10.62108/Great.V1i1.549>
- Hikmaty, Putri, A., Ilmi, Z., & Mafikah, A. D. (2025). *Praktek Jual Beli Pada Marketplace Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. 3.
- Huzaimah. (2018). Analisis Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Dalam Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Bank Tabungan Negara (BtN) Syariah Cabang Bogor. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 178–204.
<https://doi.org/10.21274/An.2018.4.2.164-190>
- Ishak, M. N., & Adawiah, R. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional. *DIRHAM : Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 30–38.
<https://doi.org/10.53990/Dirham.V3i1.164>
- Pandhi, R. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha Untuk Peningkatan Pendapatan Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Bayu Berkah Bahari Di Kota Depok). *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah*



Universitas Yudharta Pasuruan Volume 10, Nomor 1, Desember 2018, 1371, 15–30.

Putra, T. W., Islam, U., Alauddin, N., Masse, R. A., Islam, U., Alauddin, N., Islam, U., & Alauddin, N. (2024). *Madinah : Jurnal Studi Islam. 11*, 156–169.

Sugiyono, D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan.*

Tafana, A. (2024). *Etika Bisnis Islam. 1*(4), 63–70.

Triwibowo, A., & Adam, M. A. (2023). *Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi. Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah, 2*(1), 25–36.

Ulya, D., & Banyumas, K. (2024). *Teori Etika Dan Penerapan Etika Bisnis Di Lembaga Keuangan Berbasis Syariah Ethical Theory And Application Of Business Ethics In Sharia-Based Financial Institutions. 1.*