



---

## **IMPLEMENTASI AKSIOMA ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PT. ARMINAREKA PERDANA CABANG YOGYAKARTA)**

**Ayu Fitriyani**

**Universitas Islam Indonesia**

**Email:** fitriyaniayu772@gmail.com

### ***Abstract***

*This research has a focus on discussing the application of Islamic business ethics which is an answer to the many cases of fraud in the business world which often deviate from the teachings and values of religious morality. This research method uses qualitative research methods by describing the data obtained as a result of a study using data collection methods through field research and research through literature review. The results of this study, PT Arminareka Perdana Yogyakarta branch as a company with an Islamic company label, namely a company engaged in providing special Hajj and Umrah travel services has implemented the five axioms of Islamic business ethics by always being oriented towards becoming a company based on Islamic law in its operations. The company, provide maximum service to company stakeholders, carry out business innovation by considering the common good, be responsible for the company's product offerings, and carry out the company's CSR program in the form of providing compensation to the poor.*

**Keywords.** *Islamic Business, Axioms of Business Ethics*



---

### Abstrak

Penelitian ini memiliki fokus pembahasan tentang penerapan etika bisnis Islam yang menjadi sebuah jawaban akan banyaknya kasus kecurangan-kecurangan dalam dunia bisnis yang seringkali menyimpang dari ajaran-ajaran dan nilai moralitas Agama. Metode penelitan ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mendeskripsikan data yang diperoleh sebagai hasil suatu penelitian dengan metode pengumpulan data melalui penelitian lapangan dan penelitian melalui kajian pustaka. Hasil dari penelitian ini PT Armenarika Perdana cabang Yogyakarta sebagai perusahaan yang berlabel perusahaan syariah, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyelenggara pelayanan perjalanan Ibadah Haji khusus dan Umrah telah menerapkan lima aksioma dari etika bisnis Islam dengan selalu berorientasi untuk menjadi perusahaan yang berlandaskan syariat Islam dalam operasional perusahaan, memberikan pelayanan yang maksimal kepada *stakeholder* perusahaan, melakukan inovasi bisnis dengan mempertimbangkan kemaslahatan bersama, bertanggungjawab dengan penawaran produk perusahaan,serta melakukan program CSR perusahaan berupa pemberian santunan kepada kaum duafa.

**Kata kunci:** *Bisnis Islami, Aksioma Etika Bisnis*



---

## A. PENDAHULUAN

Permasalahan dalam dunia bisnis yang sering ditemukan saat ini adalah banyaknya perusahaan-perusahaan yang melakukan kecurangan-kecurangan untuk mencapai keunggulan kompetitif tanpa memperhatikan nilai moral perusahaan. Nilai moral perusahaan ini dapat dilihat dari adanya etika-etika bisnis yang dilakukan perusahaan, baik etika sesama kompetitor bisnis maupun etika bisnis terhadap masyarakat dalam hubungan langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya etika dalam bisnis akan membantu dalam menguraikan persoalan dengan cara normatif, menarik, praktis yang tentunya bermanfaat bagi pihak berkepentingan yang relevan dengan keputusan perusahaan (Böhm et al., 2022). Pada umumnya etika dalam berbisnis adalah sebuah norma yang harusnya dilakukan oleh perusahaan atau sebagai upaya tanggungjawab perusahaan. Menjawab permasalahan terkait dengan banyaknya pelaku bisnis melakukan kecurangan, Islam sebagai agama yang mengajarkan kebaikan tidak hanya mengatur sistem berakidah (tauhid) akan tetapi sebagai agama yang sempurna juga mengatur sistem bermuamalah dengan menerapkan etika-etika dalam berbisnis. Etika Islam menurut Aydin merupakan sebuah etika yang didasarkan pada paradigma Tauhid, dengan ontologi, aksiologi, antropologi, dan teleologinya (Aydin, 2020), penerapan etika menurut Aydin ini dapat dilihat dari ketaatan seorang hamba dengan menaati peraturan dan menjauhi segala larangannya dengan mengharapkan ridha dari Allah SWT. Dalam agama Islam etika Islam memerintahkan umat Islam untuk menjaga niat, pikiran, perkataan, dan perilaku mereka dengan tetap mematuhi norma-norma dan kode moral tertentu di semua bidang kehidupan manusia (Alwi et al., 2021) dengan menjadikan nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan.

Kegiatan bisnis yang dimaksud dalam Islam berarti bisnis syariah, yang berarti didalamnya harus menggunakan etika-etika yang mencerminkan ketentuan dan pelaksanaan sistem syariah yang sesuai dengan ajaran islam. Sebuah perusahaan ataupun organisasi dapat dikatakan sebagai sebuah perusahaan syariah apabila perusahaan tersebut mampu untuk menerapkan etika-etika bisnis dalam Islam. Begitupun dengan objek dari penelitian ini, yaitu pada sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan pelayanan Ibadah Haji khusus dan Umrah yaitu pada PT Armenarika Perdana cabang Yogyakarta yang mem-branding perusahaannya sebagai sebuah perusahaan syariah, butuh pembuktian dari adanya label syariah tersebut dengan mengetahui apakah perusahaan tersebut telah mampu menerapkan etika bisnis dalam setiap operasional perusahaan.



---

Terdapat beberapa teori yang menjelaskan tentang etika bisnis Islam, pemahaman tentang aksioma dari etika bisnis dalam Islam pun memiliki prespektif yang berbeda-beda. Menurut Sayed Nawab Haider terdapat empat aksioma atau prinsip dasar etika ekonomi Islam yaitu, Kesatuan (*tauhid/ unity*) dengan menghuungkan antara kehidupan sosial, ekonomi, atau bahkan budaya sekalipun dengan relegi (ketauhidan). Keseimbangan/ kesejajaran (*equilibrium*) yang merupakan sebuah gabungan antara nilai keadilan dan nilai ihsan. Kehendak bebas (*free will*) yang berarti setiap manusia memiliki hak kebebasan yang relatif dalam Islam yang disesuaikan dengan nilai etik Islam yang ada. Tanggung jawab (*responsibility*), merupakan aksioma terakhir menurut Haider yang berarti bahwa setiap apa yang dilakukan seseorangpun dalam sebuah perusahaan harus bertanggungjawab untuk dirinya sendiri ataupun dengan orang lain (Darwanto & Muslimin, 2022). Dari empat aksiom menurut Sayed nawa haidar tersebut kemudian dijadikan lima dasar dengan menambahkan aksioma kebajikan oleh Rafik Issa beekun yaitu, konsep kesatuan (*tauhid/unity*), keseimbangan/ kesejajaran (*equilibrium*), kebebasan (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebajikan (*ihsan*) (Lisman, 2019). Penambahan aksioma Ihsan menurut Beekun tersebut dirasa cukup relevan dengan kebijakan pemerintah saat ini dengan adanya kewajiban perusahaan untuk memiliki kebajikan atau keermnfaatan untuk lingkungan sekitarnya, sehingga kelima aksioma etika bisnis menurut Beekun tersebut yang menjadi sebuah tolak ukur dari penelitian ini untuk melihat apakah sebuah perusahaan menerapkan etika bisnis Islam. Implementasi dari etika bisnis Islam menjadi sesuatu yang penting, karena dengan penerapan tersebut selain memberikan manfaat yang merata tetapi juga memberikan rasa aman dalam menjalankan kegiatan usaha yang tidak disertai dengan riba, sehingga tujuan ataupun hasil yang dicapai dapat memberikan dampak yang positif. Selain itu etika atau nilai-nilai dasar dalam bisnis pada dasarnya memiliki fungsi untuk menolong seorang pembisnis untuk memecahkan permasalahan-permasalahan moral yang terjadi dalam praktk bisnisnya (Ermansyah, 2022).

Berdasarkan penelusuran yang penulis temukan, ada beberapa penelitian yang membahas tentang implementasi dari etika bisnis Islam yang dilakukan oleh perusahaan dagang maupun perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Akan tetapi tidak banyak ditemukan penelitian yang dilakukan pada sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang pelayanan ibadah Haji dan Umrah, dan memasukkan aksioma Ihsan dalam pembahasannya. oleh karena itu dalam penelitian ini akan berfokus pada penelitian mengenai implementasi aksioma etika bisnis Islam pada PT. Arminareka Perdana cabang Yogyakarta sebagai perusahaan penyelenggara pelayanan Haji khusus dan Umrah.



---

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian lapangan, dengan pengambilan data yang dilakukan di lingkungan tertentu. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan data yang diperoleh dilapangan sebagai hasil suatu dari penelitian. Dengan menggunakan metode ini peneliti akan mendapatkan informasi yang aktual dalam bentuk data deskriptif yang berupa informasi dalam bentuk kalimat, tulisan, maupun dokumen yang diperoleh dari sumber yang diteliti dan kondisi yang ada di lapangan dengan objek penelitian di PT Armenareka Perdana caang Yogyakarta dan untuk subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan kepala cabang PT Armenareka Perdana Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan dua proses pengumpulan data, yaitu pengumpulan data melalui penelitian lapangan dan penelitian melalui kajian pustaka.

## **C. HASIL DAN ANALISIS**

### **Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis menurut perspektif normative berkaitan dengan prinsip, nilai, dan norma bagi sebuah keputusan organisasi atau perusahaan. Dari perspektif deskriptif tersebut, etika bisnis dalam suatu organisasi lebih mengacu pada kode, standar perilaku, dan sistem kepatuhan yang biasanya berhubungan dengan keputusan yang diambil oleh sebuah organisasi perusahaan (Ferrell et al., 2019), dimana keputusan yang diambil oleh perusahaan tersebut menjadi sebuah keadilan ekonomis yang dapat dinilai benar atau salah oleh pelanggan atau masyarakat. Salah satu wujud yang dapat dilihat dari perusahaan yang menerapkan etika bisnis adalah Corporate Social Responsibility (CRS), dengan adanya CSR ini mengharuskan perusahaan untuk melakukan praktik bisnis yang baik dalam sisi ekonomis, lingkungan dan hubungan sosial antara perusahaan dengan masyarakat sebagai konsumen. Kemampuan analitik seperti kemampuan dalam memahami posisi dan hubungan prinsip moral dengan tindakan, kemampuan positif (prediktif) menjadi sebuah kompetensi yang diangun oleh etika bisnis yang berfungsi untuk memahami dan mengantisipasi pandangan atau nilai dari kegiatan bisnis berdasarkan moral organisasi perusahaan (Sukarningsih, 2019).

Pada umumnya adanya penerapan etika bisnis oleh sebuah organisasi perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan (profit) akan tetapi berbeda dengan etika bisnis Islam, bagi sebuah perusahaan yang menerapkan etika bisnis Islam selain ertujuan untuk mendapatkan keuntungan, perusahaan juga berfokus untuk mencapai keridhaan Allah SWT. Etika bisnis Islam



merupakan sebuah perilaku etis bisnis berupa nilai peruatan baik atau buruk yang dapat diukur dan didasarkan pada prinsip-prinsip moralitas Islami (Rachmayanti & Eprianti, 2022). Dalam Islam kegiatan berbisnis yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan hukumnya adalah mubah (boleh) selama dalam operasional kegiatan bisnis tersebut tidak melanggar prinsip-prinsip yang telah di tentukan. Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur dharar (bahaya), jahalah/ ketidakjelasan dan zulum yaitu merugikan atau tidak adil terhadap salah satu pihak (Taufiq, 2018). Nilai dan standar hukum etika bisnis Islam didasarkan pada syariah yaitu Al-Qur'an, hadits dan fiqih. Al-Quran sebagai Kajian dasar dari etika bisnis Islam telah menunjukkannya dengan banyaknya ayat-ayat yang menerangkan tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Salah satu ayat Al-Quran yang menjadi dasar dalam berbisnis terdapat didalam QS. An-Nisa [4]: 29.

Surat An-Nisa ayat 29 merupakan salah satu ayat Al-Qur'an yang menjadi dasar hukum dalam kegiatan jual beli atau bisnis, pada ayat tersebut terdapat larangan untuk berbuat kebatilan dalam kegiatan muamalah (bisnis). Larangan dalam ayat tersebut dapat diartikan sebagai sebuah cara untuk mendapatkan keuntungan atau memakan harta secara yang mendatangkan kedzaliman bagi orang lain. Sedangkan dalam pelajaran etika bisnis sendiri dapat diambil dari perilaku kehidupan sehari-hari Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan yang dipertegas didalam Al-QS. Al-Ahzab [33]: 21.

### **Aksioma Etika Bisnis Islam**

Aksioma sebagai sebuah prinsip yang dalam konteks penelitian ini terkait dengan etika bisnis Islam berlandaskan pada Al-Qur'an dan Sunnah. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pemahasan sebelumnya, Al-Quran sebagai dasar hukum dalam bisnis menuntut kepada umat Islam dalam melakukan kegiatan muamalah seperti berbisnis harus mampu menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan syariah Islam yaitu dengan menjauhi perilaku yang batil untuk mencegah adanya salah satu pihak baik dari pihak penyedia maupun masyarakat sebagai konsumen yang dirugikan. Konsep bisnis dalam Islam tidak hanya untuk mencapai sebuah berorientasi pada keuntungan (profit) saja, akan tetapi kegiatan bisnis dalam Islam dijadikan sebagai sebuah kegiatan dari saling membantu, saling memfasilitasi dan saling memberi manfaat antar pelanggan/konsumen dan pengusaha sebagai produsen (Sinambela & Hani, 2023).

Dalam Islam sebuah bisnis akan mencapai kesuksesnya jika perusahaan tersebut mampu menerapkan etika bisnis Islam, hal ini dapat dilihat dari keberhasilan Nabi Muhammad SAW



---

sebagai suri tauladan dengan menerapkan etika bisnis Islam. Lebih lanjut lagi hal ini dipertegas dengan teori aksioma etika bisnis Islam menurut Beekun yang mengadopsi aksioma dasar etika bisnis Islam yang dibangun oleh Sayed Nawa Haidar Naviq dengan menambahkan satu aksioma. Adapun aksioma tersebut seperti kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kehendak bebas (Lisman, 2019), dimana pada peneliatan ini lima aksioma etika bisnis Islam menurut Beekun tersebut menjadi grand teori.

1. Kesatuan (Tauhid/Unity)

Tauhid merupakan konsep utama dalam agama Islam yang dijadikan sebuah pondasi keimanan seorang muslim. Konsep tauhid dalam Islam pada hakikatnya adalah sebuah penghambaan atau penyerahaan diri seorang hamba kepada kehendak Allah SWT dalam segala hal, baik yang menyakut dengan permasalahan ibadah, maupun muamalah dengan tujuan untuk mencipakan pola kehidupan yang sesuai dengan kehendak Allah SWT (Aqbar & Iskandar, 2021). Prinsip Tauhid ini pula yang mendasari pemikiran kehidupan Islam yaitu Khilafah (Khalifah) dan keadilan. Dengan adanya konsep tauhid didalam sebuah bisnis menjadi sebuah pedoman dalam melakukan aktivitas agar tidak terjadi sebuah penyimpang-penyimpangan dari sesuatu yang sudah ditetapkan didalam hukum Islam (Sjamsudin, 2021). Sebagaimana yang terdapat di dalam QS. Al-Baqarah [2]: 30. Konsep kesatuan (tauhid/unity) ini menghasilkan keyakinan kesatuan antara dunia dan kahirat, serta kesatuan antar umat manusia. Hal ini membawa perusahaan hanya mengejar keuntungan material semata tetapi juga keuntungan yang lebih kekal dan menghindari segala bentuk eksploitasi terhadap sesama manusia.

2. Keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*)

Keseimbangan atau keadilan adalah sebuah normal universal dan menjadi hak asasi setiap manusia, pernyataan ini ukan didasarkan tanpa sebab, melainkan karena keberadaan setiap orang dalam suatu keadaan atau situasi dan dalam konteks apapun memiliki harapan untuk diperlakukan secara adil oleh pihak lain termasuk juga dalam sebuah organisasi bisnis (Wahyuni & Supartha, 2019). Aksioma *Equilibrium* menjadi sebuah aksoma etika bisnis yang permasalahannya mempunyai penekanan khusus, dimana keadilan disini mengarah pada hak-hak-hak yang dimiliki oleh orang yang memiliki kepentingan dalam sebuah bisnis yang harus ditempatkan sebagaimana mestinya yaitu sesuai dengan syariaat islam. Adanya keadilan organisasi yang tinggi akan menghasilkan kualitas hubungan bisnis antar para



---

pemilik kepentingan dalam bisnis untuk menghindari tingkat konflik dan oportuniste tinggi yang mengurangi kepuasan sosial, kepercayaan dan komitmen afektif (Park & Kim, 2023).

Dalam bisnis islam kualitas dari keadilan ini dapat digunakan untuk mengendalikan semua tindakan maka harus memenuhi persyaratan bahwa sebuah bisnis memiliki keseimbangan dengan tidak hanya memusatkan kekuasaan bisnis dalam genggamannya segelintir orang saja. Didalam Al-Qur'an tidak sedikit ayat Al-Quran yang berisikan tentang perintah Allah SWT untuk berperilaku adil, salah satunya terdapat didalam Al-Qur'an surah An-Nahl [16]: 90.

### 3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kehendak bebas pada hakikatnya merupakan sebuah hak seorang untuk memilih jalan hidupnya tanpa adanya paksaan dari pihak manapun, akan tetapi kehendak bebas dalam Islam dibatasi oleh nilai-nilai syariat Islam, oleh karena itu dalam kegiatan bisnis adanya kebebasan yang diatur oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasarkan pada ketentuan dalam syariat Islam. Aksioma kehendak bebas dalam Islam dapat dikatakan sebagai sebuah Ikhtiar, yang artinya dalam dunia bisnis, pembisnis diberikan sebuah kebebasan untuk berinovasi dan memilih cara terbaik untuk mencapai tujuannya.

Kebebasan melaksanakan aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis selama tidak melanggar hak orang lain yang dikenal dengan istilah Syafa'at dalam Islam (Arfiansyah, 2020). Adanya aksioma kehendak bebas ini seseorang akan mempunyai kebebasan untuk melakukan perjanjian-perjanjian dalam kegiatan bisnis, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian dan memiliki kewajiban untuk memuliakan perjanjian yang juga akan berpengaruh pada aksioma keadilan.

### 4. Tanggungjawab (*Responsibility*).

Aksioma tanggungjawab ini memiliki dua aspek fundamental yaitu, tanggungjawab seorang hamba yang diutus untuk menjadi kekhilafahan, dan konsep tanggungjawab dalam islam yang merupakan suatu keharusan atas apa yang telah diperbuat oleh manusia di muka bumi yang dipertegas dengan adanya surah didalam Al-Qur'an yang mempertegas bahwa setiap perbuatan manusia dimuka bumi ini akan ada pertanggungjawabannya. Sebagaimana yang terdapat di dalam QS Al-Muddassir Ayat : 38.

Aksioma tanggungjawab (*responsibility*) merupakan sebuah etika yang mengatur pertanggungjawaban atas setiap keputusan ataupun tindakan yang diambil baik kelompok



---

kepada individu maupun individu kepada individu agar menimbulkan rasa tidak terdzalimi diantara satu sama lain (Riananda & Fahrullah, 2021).

#### 5. Ihsan (*Benovolence*)

Ihsan dapat diartikan sebagai sebuah perbuatan terpuji yang memiliki nilai kebermanfaatn untuk orang lain (Wati et al., 2021). Dalam sebuah kegiatan bisnis salah satu bentuk dari penerapan aksioma ihsan ini dapat dilihat dari ada atau tidaknya Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan. Menurut Fahmi CSR sebuah perusahaan merupakan sebuah upaya dalam mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi dan interaksi bisnis dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan (Arfiansyah, 2020).

#### **Mengenal lebih dekat PT Arminareka Perdana**

PT. Arminareka Perdana yang berkantor pusat di Menara Salemba, Jakarta. PT. Arminareka Perdana berdiri sejak 9 Februari 1990 di Jakarta yang didirikan oleh Bapak Drs. H. Gurril Mz dan Ibu Hj Corry Mundzakar. PT. Arminareka Perdana memiliki jam terbang lebih dari 30 tahun, dan saat ini telah memiliki 20 kantor cabang yang tersebar se-Indonesia dengan No. Izin Umroh: 483 Tahun 2018 | No. Izin Haji: 158 Tahun 2018 yang telah terdaftar di Kementerian Agama RI dan Anggota Asosiasi Muslim Penyelenggara Haji Umroh Republik Indonesia (AMPHURI) dan berkantor pusat di Gedung Menara Salemba Lt. 5, Jalan Salemba Raya No. 05, Jakarta Pusat. Sedangkan alamat cabang dari PT Arminareka Perdana Yogyakarta yang menjadi lokasi penelitian ini bertempat di Glagahsari St No. 72, Warungboto, Umbulharjo, Kota Yogyakarta.

PT. Arminareka Perdana mempunyai visi dan misi, yang meliputi: (1) mengajak sebanyak-banyaknya orang untuk melakukan ibadah haji dan umroh, (2) menaikkan taraf hidup keluarga dan keseluruhan lapisan masyarakat, (3) memberikan solusi. Dengan meningkatnya persaingan yang ada saat ini, perusahaan diharuskan untuk memiliki pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya. Hal ini dibutuhkan agar perusahaan dapat melakukan inovasi yang tujuannya untuk meningkatkan kepuasan konsumen tersebut setelah bertransaksi di PT. Arminareka Perdana. Seiring berjalannya waktu, telah banyak perkembangan-perkembangan yang telah dilakukan oleh PT. Arminareka Perdana.

#### **Aksioma Etika Islam PT. Arminareka Perdana Cabang Yogyakarta**

##### 1. Kesatuan (Unity)



---

Pada aksioma kesatuan atau tauhid telah diterapkan oleh PT. Armenareka Perdana yaitu dengan melakukan kegiatan berupa seminar kemitraan maupun kajian-kajian yang rutin dilakukan bersama oleh para jemaah haji maupun umrah pasca melakukan ibadah ke tanah suci bersama PT. Armenareka Perdana. Kegiatan kajian yang dilakukan oleh PT Armenareka Perdana khususnya pada cabang kota Yogyakarta bertujuan untuk meningkatkan keimanan para jemaah, sama halnya dengan kajian-kajian yang ada pada umumnya, adanya kajian yang dilakukan oleh PT Armenareka Perdana khusus cabang kota Yogyakarta adalah untuk memberikan pemahaman mendalam terkait dengan ajaran-ajaran agama Islam mengenai syariat-syariat Islam dengan tujuan untuk mencapai keimanan yang sempurna dengan menjadi hamba Allah SWT yang taat dengan menaati perintahnya dan menjauhi larangannya. Kegiatan berupa kajian-kajian yang dilakukan oleh PT. Armenareka Perdana merupakan sebuah kegiatan yang ditujukan untuk menumbuhkan sikap saling peduli, dengan kegiatan ini juga menjadi sebuah jalan untuk menghubungkan manusia dengan sang Khaliq.

## 2. Aksioma Keseimbangan (Equilibrium)

Aksioma Keseimbangan dalam kasus ini yang menjadi stakeholder utama adalah para jemaah. Keseimbangan yang dilakukan perusahaan adalah dengan memberikan apa yang seharusnya menjadi hak mereka tanpa ada unsur untuk mencari keuntungan di atas kerugian orang lain. Hal ini dapat dilihat dari kasus keberangkatan umrah untuk 1 bis rombongan dengan kapasitas 45 jemaah, akan didampingi 1 tour leader yang sudah bersertifikat yang akan mendampingi keberangkatan dari Jakarta. Saat tiba di Saudi, terdapat Muthowif sebagai pendamping jemaah pada tiap rombongan. Muthowif merupakan WNI yang tinggal di Makkah atau Madinah. Fungsinya untuk membantu jemaah dalam perjalanan ibadah, memimpin doa selama perjalanan, membimbing kegiatan umroh, dan perjalanan city tour.

PT. Arminareka juga memberikan pelayanan atau perhatian khusus kepada jemaah yang mengalami kesulitan atau jemaah yang membutuhkan khusus. Kepada jemaah yang membutuhkan khusus, PT Arminareka Perdana tidak menyarankan jemaah untuk berangkat sendiri, melainkan harus didampingi. Hal ini penting karena jika calon jemaah tersebut membutuhkan sesuatu akan cepat untuk ditangani. Kemudian untuk jemaah berkursi roda, jemaah membawa kursi rodanya sendiri dari tanah air. Untuk penggunaan kursi roda di bandara, dapat dibantu oleh pihak bandara untuk pinjaman kursi roda.



---

### 3. Aksioma Kehendak Bebas (*Free Will*)

Upaya untuk melakukan inovasi yang dilakukan dengan menggunakan strategi-strategi promosi yang digunakan untuk menjangkau semua lapisan masyarakat, dan juga mampu menarik minat dari masyarakat untuk menggunakan jasa pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan, ini dilakukan perusahaan dengan tetap menggunakan hukum syariah sebagai landasanya. Inovasi bisnis melalui strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Arminareka Perdana melalui media website dan platform social media seperti facebook, instagram, dan tiktok. Dalam menawarkan produk umrah ini, perusahaan lebih mengutamakan soft selling. Promosi yang dilakukan juga tidak terdapat konten yang mengintimidasi ataupun berlebihan, dengan strategi yang digunakan perusahaan ini menjadi salah satu dari bukti bahwa perusahaan telah berkreasi mengembangkan potensi bisnis dengan tetap pada syariat Islam.

Halaman Website yang dimiliki oleh PT. Arminareka Perdana yaitu [www.arminarekaperdana.com](http://www.arminarekaperdana.com), dan pada platform instagram yaitu @arminarekaind. Dengan website tersebut diharapkan dapat membuat masyarakat yang aktif menggunakan internet dapat lebih mengetahui tentang produk yang ditawarkan PT. Arminareka Perdana. Dalam menyebarkan informasi, perusahaan juga melakukan strategi offline. Strategi promosi offline dilakukan dengan cara story telling para jemaah kepada para calon pendaftar dengan memberikan layanan prima agar jemaah memiliki kesan yang baik terhadap pelayanan perusahaan. Selain itu PT. Arminareka Perdana melakukan sosialisasi umrah dengan mengadakan seminar yang diselenggarakan di berbagai daerah. Dalam promosinya, PT. Arminareka Perdana melakukan pemberian komisi berdasarkan sistem bagi hasil yang dibagikan. Dalam implementasinya, mitra atau tour leader yang membawa calon jemaah umrah akan mendapatkan ujah. Ujah merupakan upah atau imbalan yang dibayarkan sebagai kompensasi atas pekerjaan yang dilakukan. Jika berhasil membawa 1 calon jemaah akan mendapatkan ujah sebesar Rp 500.000. Hal ini juga dapat dilakukan ketika membawa 1 bus jemaah sebesar 45 orang, akan mendapatkan umrah 1 seat secara gratis. Adanya kehendak bebas dengan adanya kontrak atau perjanjian antara konsumen saat akad pendaftaran menjadi bukti dari penerapan aksioma.

### 4. Aksioma Tanggung Jawab (*Responsibility*)

PT. Arminareka Perdana telah berusaha untuk terbuka dalam memberikan informasi kepada calon jemaah mengenai jadwal kegiatan, fasilitas yang didapatkan, seperti hotel,



transportasi, konsumsi, dan lain-lain. Perusahaan memeberikan kelengkapan atau memenuhi kebutuhan yang memadai untuk para jemaah. Biaya umrah sudah meliputi tiket pesawat untuk pulang-pergi dengan kelas ekonomi (direct flight), pengurusan visa umroh, akomodasi hotel sesuai paket dan konsumsi sebanyak 3 kali sehari, bimbingan manasik sebanyak 2 kali, transportasi bus full AC, tour leader dan muthawwif yang berpengalaman, koper, perlengkapan ibadah (ihrom / mukena + bergo, buku manasik, tas tempat sandal, bahan seragam).

Perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang prima yang menjadi kewajiban setiap perusahaan penyedia layanan atau jasa, dimana dalam aktivitas layanan tersebut menjadi tanggung jawab perusahaan sebagai biro perjalanan umrah dan haji. Pelayanan pertama yang menjadi bukti tanggungjawa perusahaan dengan mengadakan kegiatan manasik umrah ataupun haji. PT. Arminareka Perdana menyelenggarakan manasik sebelum keberangkatan umroh sebanyak 1 kali. PT Arminareka Perdana cabang yogyakarta mengadakan manasik sebanyak 2 kali sebelum keberangkatan. Kegiatan manasik haji dilakukan di asrama haji. Untuk keberangkatan umroh sendiri terdapat banyak pilihan paket yang bisa dipilih oleh calon jemaah. Harga umroh untuk tahun 2022 ini bervariasi, mulai dari Rp. 32.000.000. Calon jemaah dapat memilih pesawat yang tersedia, seperti Garuda Indonesia, Lion Air, Saudia Airlines, Turkish Airlines, dll. Hotel yang tersedia berada di ring 1 Masjidil Haram dan Masjid Nabawi sehingga memudahkan jemaah untuk melakukan ibadah.

				
<b>Embarkasi Jakarta</b> Periode September - 8 Desember 2022 & 6 Januari - 5 Maret 2023				
	DOUBLE	TRIPLE	QUAD	Akomodasi
Lion Air 9D	Rp 31.200.000,- + V	Rp 30.600.000,- + V	Rp 29.900.000,- + V	
Lion Air 12D	Rp 35.400.000,- + V	Rp 34.000.000,- + V	Rp 33.100.000,- + V	
Lion Air 13D	Rp 36.300.000,- + V	Rp 34.800.000,- + V	Rp 33.800.000,- + V	
Batik Air 9D	Rp 34.100.000,- + V	Rp 32.900.000,- + V	Rp 32.200.000,- + V	Madinah : Rawdah Royal Inn, Taiba Front (*setara)
Batik Air 12D	Rp 38.050.000,- + V	Rp 36.300.000,- + V	Rp 35.300.000,- + V	Makkah : Royal Dar Al Eiman, Pullman ZamZam, Conrad (*setara)
Garuda 9D	Rp 34.250.000,- + V	Rp 33.200.000,- + V	Rp 32.700.000,- + V	
Garuda 12D	Rp 38.200.000,- + V	Rp 36.600.000,- + V	Rp 35.800.000,- + V	
Lion Air 9D	Rp 34.200.000,- + V	Rp 32.300.000,- + V	Rp 31.200.000,- + V	
Lion Air 12D	Rp 39.300.000,- + V	Rp 36.700.000,- + V	Rp 35.100.000,- + V	
Lion Air 13D	Rp 40.800.000,- + V	Rp 37.800.000,- + V	Rp 36.100.000,- + V	
Batik Air 9D	Rp 36.900.000,- + V	Rp 34.900.000,- + V	Rp 33.900.000,- + V	Madinah : Dallah Taibah, Madex (*setara)
Batik Air 12D	Rp 41.700.000,- + V	Rp 39.900.000,- + V	Rp 37.500.000,- + V	Makkah : Marwa Rotana, Movepick (*setara)
Garuda 9D	Rp 37.100.000,- + V	Rp 35.100.000,- + V	Rp 34.100.000,- + V	
Garuda 12D	Rp 41.700.000,- + V	Rp 39.200.000,- + V	Rp 37.900.000,- + V	

2 - Bekasi, 12 September 2022

Alamat:  
 Jl. Cendekia Raya No. 31, RT 07/RW 01, Jatibering, Bekasi 17412  
 Telp. 021 - 8651 704 / 021 - 8648 543  
 Fax. 021 - 8690 112  
 website: www.arminarekaerdana.com



---

Setiap proses dari pelayanan yang diberikan oleh PT. Arminareka Perdana adalah kejujuran dalam menjelaskan paket-paket layanan yang diminta oleh calon jamaah. Paket umrah yang ditawarkan oleh PT. Arminareka Perdana terdapat beberapa pilihan. PT. Arminareka Perdana tidak hanya menyediakan paket umrah reguler saja. Perusahaan juga memiliki beragam umrah plus lainnya, seperti turki, dubai, mesir. Perusahaan sebagai penyedia jasa sangat menjunjung tinggi pelayanan yang baik dan sesuai janji yang diberikan.

5. Aksioma ihsan (*Benevolence*)

Penerapan yang dilakukan PT. Arminareka cabang Yogyakarta adalah pada bulan Ramadan dengan rutin menyalurkan program Corporate Social Responsibility (CSR) kepada puluhan kaum dhuafa. Program berbagi sedekah dibulan Ramadan merupakan agenda rutin tahunan perusahaan yang membidangi travel haji plus dan umroh itu. melalui program ini perusahaan berharap akan dapat memberikan manfaat kepada penerimanya. Program berbagi sedekah ini juga dilaksanakan disetiap kantor cabang PT Arminareka Perdana diseluruh kota yang ada di Yogyakarta khususnya dan juga diseluruh Indonesia. Program CSR PT Arminareka Perdana telah berjalan setiap tahun.

**D. KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian analisis yang telah dilakukan terkait dengan penerapan aksioma etika bisnis Islam di PT. Arminareka Perdana cabang Yogyakarta, menunjukkan bahwa dalam praktek bisnisnya PT. Arminareka Perdana telah menerapkan lima aksioma etika Islam dengan baik. penerapan aksioma etika Islam tersebut dapat dilihat dari indicator-indikator yang menunjukkan adanya aksioma kesatuan (*tauhid/unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebajikan (*ihsan*) dalam praktek bisnisnya. Hal ini juga dapat dibuktikan dengan banyaknya calon jamaah yang dimiliki oleh PT. Arminareka Perdana. Penerapan aksioma etika bisnis Islam menimbulkan dampak positif bagi perusahaan, baik dalam proses operasional perusahaan seperti aspek pemasaran, manajemen dan SDM, hukum, social, dampak lingkungan dan aspek finansial.



---

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alwi, Z., Parmitasari, R. D. A., & Syariati, A. (2021). An assessment on Islamic banking ethics through some salient points in the prophetic tradition. *Heliyon*, 7(5), e07103. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07103>
- Aqbar, K., & Iskandar, A. (2021). Prinsip Tauhid dalam Implementasi Ekonomi Islam. *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam*, 1(1), 34–44. <https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v1i1.446>
- Arfiansyah, A. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Corporate Social Responsibility PT. Garudafood Kabupaten Pati. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 654. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1411>
- Aydin, N. (2020). Paradigmatic foundation and moral axioms of ihsan ethics in Islamic economics and business. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(2), 288–308. <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2016-0146>
- Böhm, S., Carrington, M., Cornelius, N., Bruin, B. De, & Greenwood, M. (2022). Ethics at the Centre of Global and Local Challenges : Thoughts on the Future of Business Ethics. *Journal of Business Ethics*, 180(3), 835–861. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05239-2>
- Darwanto, & Muslimin, M. I. (2022). Studi Komparasi Pemikiran Ekonom Islam Syed Nawab Haider Naqvi dengan Yusuf Al-Qardhawi: Pandangan Dasar, Etika Ekonomi dan Peran Pemerintah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah*, Vol. 4, No(1), 2656–4351. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i1.540>
- Ermansyah, E. (2022). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Khazanah Ulum Ekonomi Syariah (JKUES)*, 5(2), 11–17. <https://doi.org/10.56184/jkues.v5i2.133>
- Ferrell, O. C., Harrison, D. E., Ferrell, L., & Hair, J. F. (2019). Business ethics, corporate social responsibility, and brand attitudes: An exploratory study. *Journal of Business Research*, 95(January), 491–501. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.039>
- Lisman, M. (2019). Broker Pada Bisnis Properti: Studi Etika Bisnis Islam. *Jurnal Islamika*, 2(1), 38–50. <https://ejournal.umri.ac.id/index.php/JSI/article/view/1287>
- Park, J. Y., & Kim, C. (2023). The role of organizational justice and social interaction in mitigating the negative effects of high-performance member retailers on strategic integration. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 72(January), 103238. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103238>
- Rachmayanti, A., & Eprianti, N. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Praktik Konsinyasi. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 2(2), 188–194. <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i2.2863>
- Riananda, R. M., & Fahrullah, A. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Kualitas Kinerja Karyawan Perusahaan pada CV abdi Makmur Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 109–122. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p109-122>
- Sinambela, E., & Hani, S. (2023). *Perceptions of Small and Medium Enterprises Actors on the Application of Islamic Management in Managing Business*. 1(January), 2201–2211.
- Sjamsudin, A. (2021). *ANALISIS IMPLEMENTASI PRINSIP EKONOMI*.

---

**Ayu Fitriyani** : Implementasi Aksioma Etika Bisnis Islam (Studi Kasus PT Arminareka Pedana Cabang Yogyakarta)



- 
- Sukarningsih, S. (2019). *Machine Translated by Google Etika Bisnis Dalam Islam Mahasiswa Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Etika bisnis menjadi sesuatu yang penting saat ini . Banyaknya kasus pelanggaran dalam bisnis . Etika bisnis Islam da.* 10–11.
- Taufiq. (2018). Memakan Harta Secara Bathil. *Ilmiah Syariah*, 17(2), 249.
- Wahyuni, N. P. D. E., & Supartha, I. W. G. (2019). Pengaruh Keadilan Organisasional, Komitmen Organisasional, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Ocb). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6079.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p11>
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>
- Zulala, R. I. U. (2017). *Komparasi Implementasi Etika Bisnis Islam Antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern (Studi Pada Pasar Traditional Muntilan Dan Pasar Modern Hadi Suwarno)*. hlm. 8.