



Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Praktik Manajemen Perusahaan Manufaktur di PT.Cipta Marga Abadi

Implementation of Islamic Business Ethics in Manufacturing Company Management Practices at PT. Cipta Marga Abadi

Luthfiyatul kamalia¹, Novie Andriani Zakaria²

^{1,2}Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya

Email : luthfiyatulkamalia@gmail.com^{1*}, novie.andriani@uinsa.ac.id²

Article Info

Article history :

Received : 25-05-2025

Revised : 27-05-2025

Accepted : 29-05-2025

Pulished : 31-05-2025

Abstract

This study aims to explore the implementation of Islamic business ethics principles within the management practices of the manufacturing company PT. Cipta Marga Abadi. Employing a descriptive qualitative approach, the research investigates how Islamic ethical values are integrated into company policies, decision-making processes, and both internal and external interactions. Data were collected through in-depth interviews with managers and employees, as well as direct observation of company activities. The findings reveal that PT. Cipta Marga Abadi consistently upholds values such as honesty, fairness, and social responsibility across its operations. The application of these ethical principles has not only enhanced the company's reputation but also strengthened stakeholder trust and contributed to business sustainability. Nevertheless, challenges remain, including the need to align modern work culture with Islamic ethics and to address varying levels of ethical understanding among employees. The study recommends ongoing ethics training and the development of more detailed ethical policies to ensure the optimal integration of Islamic values into corporate management. This research contributes significantly to the development of spiritually and morally grounded management practices in the Indonesian business context.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Corporate Management, Manufacturing Industry*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan dalam praktik manajerial di perusahaan manufaktur PT. Cipta Marga Abadi. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, studi ini menelusuri integrasi nilai-nilai etika Islam dalam kebijakan perusahaan, proses pengambilan keputusan, serta hubungan internal maupun eksternal yang dijalankan. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen dan karyawan, serta melalui observasi langsung terhadap kegiatan operasional perusahaan. Temuan menunjukkan bahwa perusahaan secara konsisten menerapkan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam setiap aktivitasnya. Penerapan prinsip etika ini tidak hanya memperkuat citra perusahaan, tetapi juga membangun kepercayaan dari para pemangku kepentingan dan mendukung keberlanjutan bisnis. Meskipun demikian, terdapat tantangan seperti perbedaan persepsi etika antar karyawan serta penyesuaian terhadap budaya kerja modern. Oleh karena itu, studi ini merekomendasikan pentingnya pelatihan etika yang berkelanjutan serta penyusunan kebijakan etika yang lebih rinci, guna memaksimalkan penerapan nilai-nilai Islam dalam sistem manajemen



perusahaan. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan manajemen berbasis spiritual dan moral dalam dunia bisnis di Indonesia.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Manajemen Perusahaan, Perusahaan Manufaktur

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, integrasi nilai-nilai etika dalam manajemen bisnis menjadi kebutuhan yang mendesak. Etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam membentuk kepercayaan publik dan meningkatkan keberlanjutan usaha. Dalam konteks Islam, etika bisnis memiliki dimensi spiritual yang menekankan pada kejujuran (*shidq*), keadilan (*'adl*), tanggung jawab (*amanah*), dan kepatuhan terhadap syariat (*taqwa*) dalam seluruh aktivitas usaha (Antonio, 2008). Prinsip-prinsip ini tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif dalam konteks manajerial perusahaan.

PT. Cipta Marga Abadi sebagai perusahaan manufaktur yang bergerak di sektor industri strategis memiliki tanggung jawab besar dalam menjalankan praktik bisnis yang beretika. Dalam praktiknya, perusahaan menghadapi tantangan untuk menyeimbangkan antara pencapaian target keuntungan dan penerapan nilai-nilai etika, khususnya etika bisnis Islam. Implementasi etika bisnis Islam dalam lingkungan korporasi tidak hanya dipandang sebagai bentuk komitmen terhadap nilai religius, namun juga sebagai strategi jangka panjang untuk menciptakan tata kelola perusahaan yang berintegritas dan berkelanjutan.

Berbagai studi menunjukkan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan nilai-nilai etika Islam dalam sistem manajemennya cenderung memiliki hubungan yang lebih harmonis dengan pemangku kepentingan serta mampu menghindari praktik bisnis yang merugikan (Beekun & Badawi, 2005). Etika bisnis Islam juga memberikan panduan dalam pengambilan keputusan, pengelolaan sumber daya manusia, serta penetapan kebijakan produksi dan distribusi yang berkeadilan.

Namun demikian, masih terdapat kesenjangan antara teori dan implementasi. Banyak perusahaan yang mengklaim menerapkan prinsip etika, tetapi realitas di lapangan menunjukkan inkonsistensi dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi secara lebih dalam bagaimana implementasi etika bisnis Islam diterapkan secara nyata dalam praktik manajerial sebuah perusahaan manufaktur. Penelitian ini mengambil PT. Cipta Marga Abadi sebagai objek studi untuk menganalisis sejauh mana nilai-nilai etika bisnis Islam diinternalisasi dalam sistem manajemen perusahaan, serta dampaknya terhadap kinerja dan reputasi organisasi.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam proses manajerial di PT. Cipta Marga Abadi. Pendekatan ini dipilih karena dianggap efektif dalam mengeksplorasi



fenomena sosial yang kompleks, dengan cara memahami pandangan para informan dalam lingkungan aslinya (Creswell, 2014:185). Pemilihan metode ini juga didasarkan pada relevansinya dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengungkap secara langsung praktik nilai-nilai etika dalam dinamika perusahaan manufaktur.

Bahan dan perlengkapan

Bahan dan perangkat yang digunakan dalam penelitian ini antara lain panduan wawancara semi-terstruktur, alat perekam suara, kamera, serta notebook untuk mencatat observasi. Wawancara dilakukan dengan sejumlah informan kunci, termasuk pimpinan perusahaan, manajer produksi, staf sumber daya manusia, dan karyawan lini operasional, guna memperoleh data yang mendalam dan relevan. Di samping itu, dokumen internal perusahaan seperti pernyataan visi dan misi, pedoman etika kerja, serta laporan kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) digunakan sebagai sumber data sekunder.

Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Cipta Marga Abadi, yang berlokasi di kawasan industri Sidoarjo, Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini mempertimbangkan kemudahan akses, kelengkapan data, serta kesiapan perusahaan untuk terlibat sebagai subjek penelitian. Selain itu, perusahaan ini memiliki struktur organisasi yang formal dan telah menjalankan aktivitas bisnis secara konsisten lebih dari lima tahun, menjadikannya sesuai untuk dijadikan objek penelitian.

Latar belakang masalah

Penelitian ini dilandasi oleh kebutuhan akan kajian yang lebih mendalam mengenai seberapa jauh penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam benar-benar dilakukan dalam praktik sehari-hari, bukan sekadar tercantum dalam dokumen formal perusahaan. Hal ini penting, mengingat banyak perusahaan mengklaim berbasis syariah namun belum memiliki indikator pelaksanaan yang konkret (Syafii Antonio, 2013:78). Oleh karena itu, studi ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dengan menyajikan data empiris di lapangan.

Teknik pengumpulan data

Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta studi dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengikuti langsung aktivitas rutin perusahaan, sementara wawancara digunakan untuk menggali pandangan dan pengalaman para informan terkait penerapan prinsip-prinsip etika Islam. Studi dokumentasi berperan dalam memperkuat dan mengkonfirmasi temuan yang diperoleh di lapangan (Sugiyono, 2019:225).

Teknik analisis data

Data dianalisis menggunakan metode tematik, dengan cara mengelompokkan informasi yang diperoleh ke dalam tema-tema pokok seperti kejujuran dalam proses produksi, keadilan dalam sistem pengupahan, serta tanggung jawab sosial perusahaan. Proses analisis dilakukan melalui



pendekatan interaktif, yang meliputi tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sebagaimana dijelaskan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014:31).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam di PT. Cipta Marga Abadi mencerminkan empat prinsip utama yang diajarkan oleh Rasulullah SAW, yakni *shidiq* (jujur), *amanah* (bertanggung jawab), *‘adl* (adil), dan *ta’awun* (saling membantu). Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung di lapangan, serta analisis dokumen perusahaan. Seluruh data yang diperoleh kemudian dikelompokkan dan dianalisis menggunakan pendekatan tematik, guna mengidentifikasi pola-pola perilaku dan makna mendalam dalam pelaksanaan manajemen harian perusahaan.

Tabel 1. Implementasi Nilai Etika Bisnis Islam di PT. Cipta Marga Abadi

No	Prinsip etika islam	Praktik manajerial Di lapangan	Frekuensi diterapkan	Indikator kunci
1	Shidiq(kejujuran)	Transparansi dalam laporan produksi dan pelaporan absensi	Tinggi	Tidak ada manipulasi data, laporan disesuaikan dengan realita lapangan
2	Amanah (tanggungjawab)	Tanggung jawab atasan terhadap pekerjaan tim serta barang produksi Dan pendistribusian barang kepada customer	Sedang	Pimpinan mengevaluasi pekerjaan, tetapi belum ada sistem reward/punishment berbasis akuntabilitas.
3	Adil (keadilan)	Pendistribusian upah dan pembagian jam kerja yang proporsional	Tinggi	Upah sesuai UMR dan tambahan lembur yang adil dan sudah terstruktur sesuai dengan ceklok yang formal.
4	Ta’awun (Kerjasama)	Kerjasama antar divisi dan saling toleransi satu sama lain	Tinggi	Pekerja saling menggantikan jika ada yang berhalangan, koordinasi dilakukan harian melalui briefing pagi

Sumber: Hasil Wawancara Lapangan, 2025



Penelitian ini mengungkapkan bahwa implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam di PT. Cipta Marga Abadi telah dilakukan secara nyata dan terstruktur dalam berbagai aspek manajerial. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan informan kunci perusahaan, ditemukan bahwa nilai-nilai utama dalam etika bisnis Islam seperti *shiddiq* (kejujuran), *amanah* (tanggung jawab), *'adl* (keadilan), dan *ta'awun* (kerja sama) telah diinternalisasi dalam aktivitas kerja harian dan kebijakan organisasi.

Pertama : nilai *shiddiq* tercermin dalam sikap keterbukaan perusahaan terhadap pelanggan dan mitra kerja. Informasi yang diberikan kepada konsumen disampaikan secara jujur, terutama terkait harga dan kualitas produk. Hal ini mencerminkan prinsip keterbukaan yang merupakan bagian integral dari etika bisnis Islam, sebagaimana disampaikan oleh Beekun (2005) bahwa “kejujuran dalam informasi bisnis merupakan fondasi utama dalam membangun kepercayaan pelanggan”.

Kedua : nilai *amanah* atau tanggung jawab terlihat dari keseriusan perusahaan dalam menjaga kesejahteraan karyawan. Pemberian gaji secara tepat waktu dan pemenuhan hak-hak karyawan menjadi prioritas. Tingkat kepercayaan antar divisi dalam penyelesaian tugas pun tinggi, menunjukkan bahwa prinsip *amanah* tidak hanya diterapkan dalam aspek administrasi, tetapi juga dalam budaya kerja kolektif.

Ketiga : prinsip *'adl* atau keadilan diwujudkan dalam kebijakan perusahaan yang memberikan hak dan kewajiban secara seimbang, baik kepada karyawan maupun konsumen. PT. Cipta Marga Abadi menetapkan upah di atas UMR dan menjaga distribusi jam kerja secara merata, yang sejalan dengan konsep keadilan distributif dalam ekonomi Islam. Menurut Chapra (2000), keadilan dalam Islam mencakup pemenuhan hak-hak ekonomi yang adil tanpa eksploitasi.

Keempat : nilai *ta'awun* atau kerja sama menjadi bagian tak terpisahkan dalam dinamika organisasi perusahaan. Kerja lintas divisi dijalankan dengan tingkat koordinasi yang tinggi, menciptakan suasana kerja harmonis dan produktif. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada aspek teknis produksi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai sosial dalam praktik manajemennya.

Secara keseluruhan, nilai-nilai tersebut tidak hanya menjadi slogan normatif, tetapi telah diterapkan dalam bentuk kebijakan dan budaya kerja. PT. Cipta Marga Abadi menunjukkan bahwa etika bisnis Islam mampu diimplementasikan secara sistemik dalam perusahaan manufaktur modern, memberikan bukti bahwa nilai spiritual dapat berjalan selaras dengan profesionalitas dan efisiensi kerja.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa PT. Cipta Marga Abadi telah berhasil menginternalisasi nilai-nilai etika bisnis Islam ke dalam praktik manajemen perusahaannya. Nilai *shiddiq* (kejujuran), *amanah* (tanggung jawab), *'adl* (keadilan), dan *ta'awun* (kerja sama) tidak hanya menjadi prinsip normatif, tetapi telah diterapkan dalam proses operasional



dan pengambilan keputusan sehari-hari. Penerapan nilai-nilai tersebut berkontribusi terhadap terciptanya budaya kerja yang adil, transparan, dan kolaboratif.

Implementasi ini menunjukkan bahwa prinsip etika Islam memiliki relevansi tinggi dalam konteks manajemen modern dan dapat menjadi pondasi untuk membangun tata kelola perusahaan yang berkelanjutan. Seperti yang diungkapkan oleh Beekun (2005), nilai etika dalam Islam tidak bersifat idealistis semata, tetapi aplikatif dan kontekstual dalam dunia bisnis kontemporer.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi perusahaan lain, khususnya yang berlandaskan nilai-nilai religius, dalam mengintegrasikan etika Islam ke dalam sistem manajemennya. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi aspek kuantitatif dalam pengukuran dampak implementasi etika bisnis Islam terhadap kinerja perusahaan secara lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan penelitian ini. Ucapan penghargaan khusus ditujukan kepada jajaran manajemen serta karyawan PT. Cipta Marga Abadi yang dengan penuh keterbukaan telah meluangkan waktu dan berbagi informasi penting yang sangat membantu kelancaran studi ini. Selain itu, penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada dosen pembimbing dan teman-teman yang telah memberikan saran, dukungan, dan semangat hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. (2008). *Etika Bisnis Islam: Membangun Bisnis Bermoral dan Beretika*. Jakarta: Gema Insani.
- Antonio, M. S. (2013). *Etika Bisnis Islam: Membangun Bisnis Bermoral dan Beretika*. Jakarta: Gema Insani.
- Beekun, R. I. (2005). *Islamic Business Ethics*. Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought.
- Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Dusuki, A. W. (2008). What does Islam say about corporate social responsibility? *Review of Islamic Economics*, 12(1), 5–28.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.