

## **Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Praktik Bisnis Isi Ulang Parfum**

**Andi Cahyono<sup>1</sup>, Imam Mahdi<sup>2</sup>, Moch.Iqbal<sup>3</sup>**

*Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu*

*Email : andi.cahyono@mail.uinfasbengkulu.ac.id<sup>1</sup>, imam.mahdi@iainbengkulu.ac.id<sup>2</sup>,  
moch\_iqbal@mail.uinfasbengkulu.ac.id<sup>3</sup>*

**Abstract:** *This research aims to analyze whether the Perfume Refill Business in Bengkulu has implemented the principles of Islamic business ethics in perfume refill sales transactions and how the principles of Islamic business ethics are applied in perfume refill transactions in Bengkulu. This research uses descriptive qualitative methods with data collection techniques in the form of interviews and documentation. The primary data in this research are the owners of perfume refills in Bengkulu, such as Edelwiss Parfum, Sempono, Althea Parfum, Pafum Ce-Le, in perfume, Al-Fazza perfume and consumers who buy perfume refills. The research results state that Perfume Refill in Bengkulu has fully implemented the principles of Islamic business ethics in its buying and selling, with the principle of monotheism, the principle of balance, the principle of free will, the principle of responsibility and the principle of ihsan.*

**Keywords:** *Islamic Business; Ethics; Perfume refills*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah Bisnis Isi Ulang Parfum di Bengkulu sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam bertransaksi penjualan isi ulang parfum dan bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi isi ulang parfum di Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Data primer dalam penelitian ini adalah pemilik (owner) Isi Ulang parfum di Bengkulu, seperti Edelwiss Parfum, Sempono, Althea Parfum, Pafum Ce-Le, in parfum, Al-Fazza parfum dan para konsumen yang membeli isi ulang parfum. Hasil penelitian menyatakan Isi Ulang Parfum di Bengkulu sudah sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam jual belinya, dengan prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip ihsan.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam; Etika; Isi ulang parfum

*Copyright (c) 2024 Andi, Imam dan Moch.*

### **A. Pendahuluan**

Kepribadian universal pada perekonomian pada masa kini merupakan komitmennya yang besar terhadap etika serta norma, dan perhatiannya yang besar terhadap keadilan serta kesesuaian dalam bingkai syariat Islam, sedangkan sumber perekonomian tidak boleh menumpuk pada segelintir orang, melainkan wajib tersebar untuk kesejahteraan seluruh umat manusia<sup>1</sup>. Memasuki perkemangan zaman yang semakin modern saat ini, banyaknya bermunculan pembisnis dikalangan masyarakat belahan dunia dengan melihat peluang bisnis yang dibutuhkan masyarakat, salah satunya isi ulang parfum.

---

<sup>1</sup> Andi dan uswatun hasanah Cahyono, 'Jurnal IQTISHAD Jurnal Ekonomi Syari ' Ah Program Studi Ekonomi Syari ' Ah Jurnal IQTISHAD Jurnal Ekonomi Syari ' Ah Program Studi Ekonomi Syari ' Ah', 4.01 (2022), 1–15.

Parfum memang menjadi produk yang diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, dari kelas bawah hingga kelas menengah atas. Isi ulang parfum menjadi pilihan yang sangat diminati oleh kalangan masyarakat dan harganya yang cukup terjangkau. Terdapat banyak varian aroma parfum isi ulang yang dapat dipilih sesuai dengan preferensi masing-masing. Selain itu, isi ulang parfum juga memiliki daya tahan yang lama dan aroma, mirip dengan parfum aslinya. Adanya toko parfum refill juga memberikan banyak pilihan aroma dengan kualitas dan merek yang beragam, mulai dari parfum domestik hingga internasional, sehingga kemampuan konsumen untuk mengisi kembali parfum sesuai keinginan mereka. Pilihan parfum refill memberikan fleksibilitas kepada konsumen untuk tetap mempertahankan aroma favorit mereka tanpa harus membeli botol baru setiap kali habis. Hal ini juga membantu dalam mengurangi limbah kemasan plastik dan kaca dari botol parfum baru. Dengan begitu, konsumen dapat merasakan kepuasan menggunakan parfum favorit mereka secara berkelanjutan.

Produk wewangian adalah sesuatu hal yang sudah akrab ditelinga dan dikonsumsi oleh masyarakat sebagai barang pelengkap di kegiatan sehari-hari. Aroma yang menempel di tubuh menciptakan rasa nyaman bagi teman-teman yang berada disekililing Anda dan memiliki daya tarik tersendiri. Beberapa individu merasakan ada sesuatu yang hilang ketika mereka tidak menggunakan parfume. Penggunaan parfum saat seorang bepergian dan melakukan banyak hal dengan aktivitas yang berbeda. Saat ini, banyak kosmetik wewangian yang dipilih Saat berada di keramaian, tubuh memiliki aroma yang segar. Bonus ataupun nilai tambah bagi konsumen parfum ialah juga mampu menambah rasa percaya diri serta memberikan kenyamanan pada orang lain yang berada disekililing kita.<sup>2</sup>

Membahas mengenai parfum isi ulang membuat masyarakat tertarik terhadap pembelian parfum isi ulang ini, dikarenakan harganya yang cukup ekonomis dan juga masyarakat bisa meminta parfum diracik sesuai keinginan pembeli. Kandungan dalam parfum isi ulang ini menawarkan berbagai varian aroma, bahkan di setiap toko memiliki aroma parfum terlaris seperti merek *Victoria Scandalous*, *Pink Ciffon*, *Raffi Ahmad*, *Selena Gomez*, *Avril Lavigne*, *Paris Passport*, yang membuat para pembeli tertarik dengan aroma parfum tersebut karena aroma tersebut sangat mereka sukai. Sehingga membuat para pedagang parfum berlomba-lomba membuka usaha bisnis parfum karena cukup banyak masyarakat yang tertarik memakai parfum isi ulang.

Pelaku bisnis melihat semakin banyak gaya modis yang semakin berkembang dikalangan masyarakat. Karena parfum ataupun minyak wangi merupakan kebutuhan hidup saat ini, aroma wewangian parfum pasti akan laris manis dipasaran asalkan memenuhi kebutuhan konsumen. Banyak pelaku bisnis menjual isi ulang parfum secara online maupun offline dan pastinya masih ada pelaku bisnis yang belum menerapkan etika bisnis Islam yang hanya memikirkan bagaimana produk yang dijualnya habis terjual. Etika bisnis Islam adalah suatu proses untuk mengetahui hal-hal yang benar dan tidak benar yang tentu melakukan hal yang benar berhubungan dengan produk, pelayanan dengan pihak yang berkepentingan.

---

<sup>2</sup> Fitri Sagita and others, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Parfume Isi Ulang Di Toko Galery Parfume', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.3 (2022), 389–401 <<https://doi.org/10.47467/elmal.v3i3.891>>.

Menurut Muhammad Saifullah<sup>3</sup> etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis. Sebagai sebuah ajaran hidup yang sempurna, Islam memberi petunjuk pada setiap aktivitas manusia termasuk dalam ekonomi. Tujuan ekonomi Islam tidak lepas dari tujuan diturunkan syariat Islam untuk mencapai kesejahteraan dan keselamatan di dunia maupun di akhirat. Islam juga memerintahkan manusia kearah aksi dan partisipasi individual langsung dan bertanggung jawab dalam masalah ekonomi melalui cara kerja sama yang menghasilkan dinamika dan pertumbuhan ekonomi. Selain menetapkan etika Islam juga mendorong manusia untuk mengembangkan bisnis, kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofi yang harus dibangun dalam diri seorang muslim yaitu adanya hubungan antara manusia dengan Tuhan-Nya dengan berpegang teguh dengan landasan ini maka umat muslim dalam berbisnis akan merasakan hadirnya pihak ketiga (Tuhan) di setiap asepek kehidupannya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral pada setiap umat muslim dalam bisnisnya karena bisnis dalam Islam semata-mata tidak hanya untuk urusan dunia tetapi harus menanamkan visi akhirat yang jelas. Dengan pemikiran seperti itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi Islam<sup>4</sup>.

Etika dalam pandangan Islam merupakan pedoman yang digunakan umat Islam untuk berperilaku dalam segala aspek kehidupan yang mana etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dalam perspektif Al-Quran dan Hadits yang mana bertumpu pada 5 aksioma dasar yaitu 1) Kesatuan (Tauhid). 2) Keseimbangan (Keadilan). 3) Kehendak Bebas (*Free Will*). 4) Tanggung Jawab (*Responsibility*). dan 5) Kebenaran : kejujuran dan kebajikan. Hal ini sesuai dengan firman Allah Q.S.An-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”

Berdasarkan ayat di atas bahwa prinsip-prinsip etika bisnis menurut Al-Qur'an yaitu melarang bisnis yang dilakukan dengan cara kebathilan, bisnis tidak boleh mengandung unsur riba, kegiatan bisnis juga memiliki fungsi sosial baik melalui zakat dan sedekah, melarang mengurangi hak atas suatu barang atau komoditas yang dapat atau diproses dengan media takaran atau timbangan karena merupakan bentuk kedzaliman, menjunjung tinggi nilai-nilai keseimbangan baik ekonomi maupun sosial, keselamatan dan kebaikan, serta tidak menyetujui kerusakan dan ketidakadilan dan

<sup>3</sup> Luc Vinet and Alexei Zhedanov, 'A "missing" Family of Classical Orthogonal Polynomials', *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44.8 (2011), 1689–99 <<https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>>.

<sup>4</sup> Destiya Wati, Suyudi Arif, and Abrista Devi, 'Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.1 (2021), 141–54 <<https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>>.

perilaku bisnis dilarang berbuat dzalim (curang) baik dirinya sendiri maupun kepada pelaku bisnis yang lain<sup>5</sup>.

Dalam etika bisnis Islam terdapat beberapa prinsip yang harus dijalankan saat melakukan usaha. Prinsip etika bisnis Islam tersebut yaitu *pertama, Unity* (Tauhid) berarti Allah SWT telah menentukan batasan tertentu terhadap perbuatan manusia sebagai khalifah, agar memberikan manfaat pada seseorang tanpa harus mengorbankan hak-hak individu lainnya.<sup>6</sup> Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan aspek kehidupan lainnya, seperti ekonomi, akan timbul perasaan di diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam dalam setiap aktivitas kehidupannya. Termasuk aktivitas berekonomi sehingga dalam melaksanakan kegiatan bisnis tidak akan gampang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan-Nya. Maka perlu diperhatikan kebutuhan etika dan *disupport* oleh tauhid untuk memperbaiki kesadaran manusia terhadap *insting altruistic*, baik kepada sesama manusia ataupun lingkungannya. Ini berarti, konsep tauhid mempunyai pengaruh paling dalam terhadap diri seorang muslim. *Kedua, Equilibrium (keseimbangan)*. Menurut Susminingsih (2023)<sup>7</sup> menyatakan, interaksi antar manusia bisa dikatakan sesuai dengan harkat martabat jika dari hubungan interaksi mampu mengaktualisasikan sifat-sifat mulia Allah SWT dalam kehidupannya, dalam konteks ini manusia mampu berbuat adil pada diri sendiri dan memperlakukan pula orang lain secara adil dalam berinteraksi. Kesempurnaan dalam berbisnis bukan hanya untuk mencari dan memperkaya keuntungan semata sehingga mengabaikan kepentingan orang lain seperti konsumen. Akan tetapi bagaimana menjaga keseimbangan pada setiap pihak yang terlibat agar merasa diperhatikan dan dianggap penting. *Ketiga, Free will* (kehendak bebas). Kebebasan adalah hal penting dalam etika bisnis Islam, tapi jangan sampai kebebasan ini mengganggu dan merugikan kepentingan bersama atau orang lain. Islam memperbolehkan umatnya berinovasi dalam bermuamalah terkhusus dalam aktivitas bisnis, tetapi islam melarang umatnya dalam melakukan hal yang diharamkan oleh syariatnya.<sup>8</sup>

*Keempat, Responsibility* (tanggung jawab). Dalam Islam, tanggung jawab mempunyai dimensi yang majemuk, yang berarti tanggung jawab kepada Allah SWT, tanggung jawab terhadap diri sendiri, serta tanggung jawab terhadap lingkungan dan orang yang disekitarnya. Dalam dunia bisnis tanggung jawab sangat berlaku. Setelah melakukan semua kegiatan bisnis dengan beragam bentuk kebebasan, namun bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendakinya berhasil, atau ketika sudah memperoleh laba. Semuanya perlu pertanggung jawaban terhadap apa yang dilakukan oleh pembisnis tersebut, baik pertanggung jawaban ketika pembisnis memproduksi barang, melakukan transaksi jual beli dan melakukan perjanjian. *Kelima, Benevolence* (Ihsan). Ihsan artinya melakukan perbuatan terpuji yang memberi manfaat bagi orang lain., tanpa ada kewajiban yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat kebaikan seakan-akan melihat Allah, jika tidak sanggup, maka yakin bahwa Allah melihat. Prinsip etika bisnis Islam mencakup seperangkat nilai dan pedoman yang patut digunakan oleh pengusaha Muslim khususnya bisnis Isi Ulang Parfum di Kota Bengkulu dalam menjalankan bisnis mereka, prinsip-prinsip ini

---

<sup>5</sup> Anisa Oktaviani, Sandy Rizki Febriadi, and Nanik Eprianti, 'Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Parfum Refill (Isi Ulang) Di Kecamatan Bandung Kulon', *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 3.1 (2023), 212–18 <<https://doi.org/10.29313/bcssel.v3i1.6731>>.

<sup>6</sup> Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran*, Penerbit Plus Inprint, Depok, 2012, hal.23.

<sup>7</sup> Susminingsih. (2020). *Etika Bisnis Islam*

<sup>8</sup> Juliyani, E. (2016). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. *Jurnal Ummul Quro*, 7(1), 63-74.

mencerminkan nilai-nilai Islam yang mendorong keadilan, kejujuran, dan keberpihakan terhadap kesejahteraan bersama. Dalam prakteknya, etika bisnis Islam memberikan landasan moral yang kuat bagi para pengusaha Muslim untuk menjalankan bisnis mereka dengan integritas dan tanggung jawab social yang baik.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan objek penelitiannya manusia berupa masyarakat yang menjadi instrumen pada penelitian ini (Martono, 2010). Metode penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan agar dapat diimplementasikan hasilnya dalam objek penelitian tersebut. Pada penelitian ini dilakukan sistem pengumpulan data yang berasal dari hasil wawancara, kuesioner, dan lain-lain. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara kepada pelaku bisnis Isi Ulang Parfum di Kota Bengkulu. Pendekatan kualitatif dilakukan dengan mengambil objek penelitian atau sampel yang dapat membongkar suatu masalah yang akan dituntaskan, Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan secara deskriptif guna memberikan penelitian yang berdasarkan susunan sistematis.

Penelitian yang dilakukan secara kualitatif yaitu menggunakan mengumpulkan informasi-informasi yang berkaitan dengan penelitian dengan melakukan wawancara dengan cara memberikan pertanyaan secara tertulis maupun pertanyaan langsung terhadap responden atau narasumber untuk mendapatkan informasi data yang diperlukan. Kemudian mendokumentasikan data dengan cara mengumpulkan benda-benda yang menjadi dokumentasi, seperti foto, gambar, catatan, atau sebagainya. Teknik dokumentasi ini dilakukan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang berisi informasi dan penjelasan. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari subjek yang diteliti berupa wawancara langsung kepada Pengelola Bisnis dan konsumen Isi Ulang Parfum di Kota Bengkulu. Sedangkan data sekunder penelitian ini diperoleh dari buku-buku, dokumen, berita, dan literatur yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

## C. Hasil Dan Pembahasan

Etika bisnis adalah segmen etika terapan yang mencoba untuk mengontrol dan memeriksa pengaturan moral dan etika perusahaan. Ia juga mendalami seberapa baik atau buruk badan usaha membahas masalah-masalah moral dan etika dan menunjukkan apa yang salah dalam proses alami mereka. Ini mencakup semua aspek bisnis dari produksi untuk administrasi, keuangan dan pemasaran. Hal ini juga berlaku untuk berbagai industri dan dapat deskriptif atau normatif dalam disiplin<sup>9</sup>.

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab, bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas

---

<sup>9</sup> Aswand Hasoloan, 'Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis', *New England Journal of Medicine*, 372.2 (2018), 2499–2508 <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065><http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507><http://dx.doi.org/10.1016/j.humphath.2017.05.005><https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>>.

kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengetahuan bisnis tidak di batasi dengan urusan dunia saja, tetapi mencakup seluruh kegiatan di dunia yang "dibisniskan" (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Seperti etika bisnis dalam bisnis isi ulang parfum di Bengkulu.

Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam pada bisnis Isi Ulang Parfum di Bengkulu

### 1. *Unity* (Tauhid)

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah SWT telah menentukan batasan tertentu terhadap perbuatan manusia sebagai khalifah, agar memberikan manfaat pada seseorang tanpa harus mengorbankan hak-hak individu lainnya, dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam secara keutuhan untuk menuju tujuan akhir yang sama. Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan aspek kehidupan lainnya, seperti ekonomi, akan timbul perasaan di diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam dalam setiap aktivitas kehidupannya. Termasuk aktivitas berekonomi sehingga dalam melaksanakan kegiatan bisnis tidak akan gampang menyimpang dari ketentuan yang telah *disupport* oleh tauhid untuk memperbaiki kesadaran manusia terhadap *insting altruistic*, baik kepada sesama manusia ataupun lingkungannya. Ini berarti, konsep tauhid mempunyai pengaruh terhadap diri seorang muslim.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip tauhid dalam bisnis isi ulang parfum di Kota Bengkulu, pemilik usaha dapat menjalankan bisnisnya dengan penuh tanggung jawab, integritas, dan ketulusan, sehingga mendapatkan ridha Allah dan memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, semua penjual Isi Ulang Parfum di Bengkulu berusaha melaksanakan perintah-Nya yaitu melaksanakan sholat disela-sela waktu penjualan isi ulang parfum. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Anám ayat 162 :

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

“Katakanlah (Nabi Muhammad), “Sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam”

Berdasarkan ayat di atas menyatakan bahwa setiap muslim patuh terhadap perintah dan larangan-Nya. Sebagai pebisnis muslim jangan sampai mengabaikan kewajibannya terhadap Allah SWT hanya karena urusan dunia dengan tidak meninggalkan kewajibannya sebagai seorang muslim yakni menjalankan shalat lima waktu, tidak menimbun kekayaan serta mencari keuntungan dengan menghalalkan segala cara. Pada prinsip ini, Isi ulang Parfum di Bengkulu, seperti Edelwiss Parfum, Sempono, Althea Parfum, Parfum Ce-Le dll sudah menerapkan prinsip tauhid karena dalam prinsip ketauhidan ini semakin seseorang mendekati diri kepada Allah maka ia akan selalu merasa bahwa dirinya selalu diawasi oleh Allah, sehingga kecil kemungkinan untuk berbuat kecurangan ataupun kebohongan dalam bisnisnya, sedangkan isi ulang parfum di Bengkulu dalam mempromosikan produknya selalu jujur dan bersikap amanah untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen, seperti dalam menakar bibit parfum sebelum di racik oleh owner, konsumen bisa mencium aroma parfum yang diinginkannya, dan mengetahui isi volumenya.

### 2. Prinsip *Equilibrium* (keseimbangan)

Konsep keseimbangan dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan di akhirat harus diterapkan oleh seorang pembisnis muslim. Oleh karena itu, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menetapkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat. Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, hak Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Keadilan diharuskan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan baik hak dan kepentingannya, berbuat adil diwajibkan dalam ajaran Islam hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 8 :

وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰٓ اَلَّا تَعْدِلُوْا ۗ عَدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى

“Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa”

Pada prinsip ini, maka isi ulang parfum di Bengkulu sudah menerapkan prinsip keseimbangan karena pada prinsip keseimbangan ini penjual harus bersikap adil dalam mempromosikan barang dan melayani konsumen, tidak boleh membeda-bedakan dari segi apapun dan dalam proses transaksi dan tidak pernah memberikan harga yang berbeda kepada konsumen karena prinsip keadilan dituntut untuk memperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional, objektif dan dapat dipertanggung jawabkan. Maka dengan ini isi ulang parfum di Bengkulu sudah menerapkan prinsip keseimbangan.

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

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya atau mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah SWT akan menepati kontrak yang telah dibuatnya.

Prinsip keseimbangan dalam etika bisnis Islam mengacu pada konsep adil dan seimbang dalam setiap aspek bisnis, baik dalam hubungan dengan Allah maupun dengan sesama manusia. Pada prinsip ini, isi ulang parfum di Bengkulu menerapkan prinsip kehendak bebas dengan memberikan kebebasan konsumen untuk menawar harga barang, bahkan jika ada konsumen yang menawar harga bibit parfum pihak dari Toko Isi ulang parfum bersedia memberikan harga yang telah ditawarkan oleh konsumen. Sedangkan jika terjadi pembatalan pemesanan secara tiba-tiba dari konsumen maka pihak toko isi ulang parfum akan menerima dan tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produknya. Dengan ini maka isi ulang parfum telah menerapkan prinsip etika kehendak bebas dalam transaksi jual belinya.

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

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Dalam

berbisnis tanggung jawab dilakukan dalam dua komponen yaitu pada sisi vertical (kepada Allah) dan sisi horizontal kepada masyarakat atau konsumen. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu berarti setiap orang akan di adili secara personal di hari kiamat kelak. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah dan ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam yaitu, jika perilaku seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakan pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis, Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q>S Al-Mudaassir ayat 38 :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

“Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah ia lakukan,”

Pada prinsip ini, Bisnis Isi ulang Parfum di Bengkulu telah menerapkan prinsip tanggung jawab karena bisnis isi ulang parfum bisa menjamin sebagai penjual yang bertanggung jawab jika terjadi kesalahan meracik isi ulang parfum, karena misalnya jika konsumen meminta campuran pelembab (solviol) dalam bibit parfumnya, dan owner mencampur alcohol (methanol/ethanol Absolute), maka pelaku bisnis parfum akan menggantinya dengan yang baru. Adapun beberapa campuran yang biasa digunakan dalam proses meracik parfum menggunakan Ethanol Absolute yaitu campuran untuk bibit parfum dan cairan ini memiliki kadar alcohol dengan presentase mendekati 100%, sehingga cairan ini paling baik digunakan sebagai campuran bibit parfum. Seperti diketahui, ethanol absolute mempunyai sifat menekan, sehingga apabila dicampur dengan bibit parfum, maka parfum yang dihasilkan akan mempunyai daya tebar dan kelembutan aroma yang sempurna. Sedangkan campuran solviol biasanya digunakan untuk campuran bibit parfum untuk botol roll on, karena sifat yang dimiliki mengikat dan cenderung kental, dan untuk kulit sensitive sebaiknya menggunakan cairan solviol. Ada juga cairan methanol biasanya digunakan untuk mencuci alat-alat racik seperti : gelas ukur, botol parfum atau injector yang berfungsi agar bersih dan bebas dari aroma lain, methanol tidak diperbolehkan untuk digunakan dalam campuran parfum karena kandungannya yang dapat membuat kulit iritasi dan berbahaya jika digunakan dalam jangka panjang.

#### 5. Prinsip Benevolence (Ihsan)

Pada prinsip ini berhubungan dengan sikap pedagang dalam melayani dan memperlakukan konsumen. Sikap sopan, ramah, murah hati dan sabar yang dimiliki pedagang terhadap konsumennya akan menjadikan daya tarik yang terkesan akan memberikan hal positif, tetapi jika sebaliknya sikap yang tidak sopan, tidak ramah, tidak sabar dan membedakan perlakuannya terhadap konsumen maka akan terlihat dan terkesan negatif bagi pedagang tersebut.

Pada prinsip ini, isi ulang parfum di Bengkulu sudah menerapkan prinsip ihsan memiliki relevansi yang sangat besar karena konsep dalam islam menggambarkan tindakan atau perilaku yang dilakukan dengan kebaikan, kejujuran, dan keunggulan dalam beberapa aspek, dalam hal ini bersikap baik dan melayani konsumen dengan

baik dengan cara menjaga kualitas parfum sebelum diserahkan ke konsumen di periksa dulu agar barang yang diserahkan sesuai permintaan konsumen seperti mengecek aroma dan volume parfum yang dibeli, serta berfungsi dengan baik semprotan yang diserahkan kepada konsumen. Pelaku bisnis isi ulang parfum juga menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen dengan cara menanyakan terkait kualitas barang untuk kepuasan konsumen.

#### D. Simpulan

Berdasarkan analisa yang ada, dalam transaksi bisnis isi ulang parfum di Bengkulu sudah sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip tauhid, diterapkan dengan cara bersikap jujur, menjalankan bisnis dengan penuh tanggung jawab, integritas dan ketulusan, hingga menjaga kualitas produk dengan baik. Prinsip keseimbangan, diterapkan dengan cara berlaku adil kepada konsumen tidak membedakan. Prinsip kehendak bebas diterapkan dengan cara memberi kebebasan pada konsumen untuk menawar harga barang dan tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produknya. Prinsip tanggung jawab, diterapkan dengan cara memberikan barang yang sesuai permintaan konsumen dan selalu tepat janji dalam proses peracikan parfum yang diinginkan konsumen. Prinsip ihsan, diterapkan dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan menjaga kualitas parfum.

#### Daftar Pustaka

- Aswand Hasoloan, 'Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis', *New England Journal of Medicine*, 372.2 (2018), 2499–2508 <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065>><<http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507>><<http://dx.doi.org/10.1016/j.humphath.2017.05.005>><<https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z>><<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>>
- Cahyono, Andi dan uswatun hasanah, 'Jurnal IQTISHAD Jurnal Ekonomi Syari ' Ah Program Studi Ekonomi Syari ' Ah Jurnal IQTISHAD Jurnal Ekonomi Syari ' Ah Program Studi Ekonomi Syari ' Ah', 4.01 (2022), 1–15
- Oktaviani, Anisa, Sandy Rizki Febriadi, and Nanik Eprianti, 'Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Parfum Refill (Isi Ulang) Di Kecamatan Bandung Kulon', *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 3.1 (2023), 212–18 <<https://doi.org/10.29313/bcssel.v3i1.6731>>
- Sagita, Fitri, Ayu W. Tanjung, Heldia Fitri, Rizky Wahyudi, and Reni Ria Armayani Hasibuan, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Parfume Isi Ulang Di Toko Galery Parfume', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.3 (2022), 389–401 <<https://doi.org/10.47467/elmal.v3i3.891>>
- Vinet, Luc, and Alexei Zhedanov, 'A "missing" Family of Classical Orthogonal Polynomials', *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44.8 (2011), 1689–99 <<https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>>
- Wati, Destiya, Suyudi Arif, and Abrista Devi, 'Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.1 (2021), 141–54 <<https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>>

Nuriyah, Siti, *Wawancara Pribadi*, Owner Edelwiss Parfum Bengkulu, 22 Februari 2024

Marlinda, Neni, *Wawancara Pribadi*, Owner Parfum Ce-Le Ste, 24 Februari 2024.

Johendri, Meki, *Wawancara Pribadi*, Pelanggan/konsumen Isi Ulang Parfum, 01 Maret 2024

Iskandar, *Wawancara Pribadi*, Pelanggan/konsumen Isi Ulang Parfum, 01 Maret 2024