

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN KONSUMEN PADA JASA EKSPEDISI

Fayza Nurmayla¹, Harsa Ananda Putri², Ida Suci Rahmadhani³,
Tyas Rista Putri Angelina⁴, Zaliyah Putri Febriani⁵

¹²³⁴⁵Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo; Indonesia

Correspondence E-mail: fayzanurmala30@gmail.com

Article History

Submission : 15/05/2026

Revised : 07/07/2026

Accepted : 04/08/2026

Abstract

This study examines the implementation of Islamic business ethics in consumer services at J&T Express Pasar Pon Ponorogo. The research is based on the importance of applying Islamic ethical values, including tawhid, justice, honesty, responsibility, and ihsan, in service activities involving direct interaction with consumers. This study aims to analyze the application of Islamic business ethics in consumer services, identify supporting factors, and describe the obstacles encountered in the service process. This research used a qualitative approach with a descriptive design. The data consisted of primary and secondary data obtained at J&T Express Pasar Pon Ponorogo through participation, interviews with the owner, and documentation. The data were analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings show that Islamic business ethics have been implemented through accuracy in data input, transparency of information, complaint handling, responsibility in service procedures, and friendly, communicative, and responsive attitudes toward consumers. Supporting factors include employees' ethical awareness, structured standard operating procedures, technology utilization, a cooperative work environment, and competition in the delivery service industry. However, obstacles remain, including increased package volume during certain seasons, limited human resources, technical distribution risks, consumers' limited understanding of service procedures, and weather conditions. This study concludes that Islamic business ethics have been implemented quite well and positively contribute to service quality and consumer trust.

Keywords: Consumer Service; Ihsan; Islamic Business Ethics; J&T Express; Responsibility.



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di era digital ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, khususnya pada sektor jasa. Kemajuan teknologi informasi, meningkatnya aktivitas perdagangan online, serta perubahan dari pola konsumsi masyarakat, telah mendorong berkembangnya jenis usaha jasa, salah satunya jasa pengiriman dan logistik. Keberadaan jasa pengiriman ini menjadikan komponen penting dalam menunjang kelancaran distribusi barang, baik untuk kebutuhan individu maupun pelaku usaha dan kedalam negeri atau ke luar negeri. Dengan adanya hal tersebut, para pelaku bisnis atau individu perlu untuk menentukan layanan jasa pengiriman yang tepat untuk digunakan, seperti kecepatan dan efisiensi pengiriman, biaya pengiriman, serta kualitas dan etika pelayanan kepada konsumen yang baik. Pelayanan yang baik harus mencerminkan sikap ramah, jujur, dan bertanggung jawab dalam melayani konsumen agar tercipta rasa aman dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penerapan etika bisnis yang baik menjadi landasan penting bagi perusahaan jasa pengiriman dalam membangun kepercayaan, menjaga reputasi usaha, serta menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara perusahaan dan konsumen.

Pelayanan konsumen dalam bisnis merupakan titik sentra pada perusahaan jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan pelanggan (Wulandari & Suwitho, 2017, p. 1). Menurut Philip Kotler, pelayanan merupakan aktivitas yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan bersifat tidak wujud. Pelayanan ini tidak menghasilkan kepemilikan barang, akan tetapi lebih menekankan pada proses dan pengalaman yang diterima konsumen (Philip Kotler & Kevin Lane Keller Marketing Management - Google Scholar, n.d.). Dalam konteks jasa pengiriman, pelayanan tidak hanya pada proses pengantaran barang, tetapi juga mencakup pada berbagai tahap, seperti penerimaan barang, pengemasan (packing), penginputan data pengiriman, pencetakan resi, serta pemberian informasi yang jelas terkait status dan estimasi pengiriman kepada konsumen. Pada setiap tahapannya, akan melibatkan interaksi secara langsung antara karyawan dengan konsumen, sehingga dari sikap, perilaku, dan etika pelayanan perlu diperhatikan, karena menjadi aspek penting yang dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Jika terjadi kesalahan pada salah satu tahapannya dapat memengaruhi kelancaran pengiriman, menurunkan tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan jasa pengiriman tersebut.

Dalam perspektif Islam, aktivitas bisnis tidak hanya dipandang menjadi sarana dalam mencari keuntungan, tetapi juga sebagai bentuk ibadah yang harus dijalankan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam melakukan bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam, sehingga dalam melakukan bisnis tersebut tidak perlu ada kekhawatiran, karena sudah meyakini sebagai sesuatu yang benar dan baik (Wati et al., 2022). Menurut Husain Syahatah (2005), bahwa etika bisnis Islam memiliki fungsi substansial untuk membekali para pelaku bisnis dalam meraih tujuan. Etika bisnis Islam bertujuan untuk

menetapkan tanggung jawab pelaku usaha di hadapan Allah SWT dan masyarakat, menjadi pedoman penyelesaian persoalan tanpa harus melalui peradilan, serta memberi kontribusi dalam menyelesaikan berbagai konflik bisnis sehingga tercipta persaudaran (ukhuwah) dan kerja sama diantara para pelaku (Maulidya et al., 2019). Islam juga menekankan bahwa dalam etika bisnis harus dengan prinsip keadilan (adl), kejujuran (shidq), tanggung jawab (mas'uliyah), keseimbangan (mizan) dan ihsan (Oktaviany et al., 2025). Pada ranah jasa pengiriman, penerapan etika bisnis Islam sangat penting untuk menjaga amanah konsumen melalui ketetapan waktu, keamanan barang, serta penanganan komplain secara adil dan bertanggung jawab. Hal ini digunakan bukan hanya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, namun juga menjadi sebuah bentuk penerapan nyata dari bisnis berkah dan berorientasi pada kemaslahatan.

Dari beberapa penelitian sebelumnya yang terkait penerapan etika bisnis Islam pada layanan jasa pengiriman menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penerapan nilai-nilai syariah memiliki peran penting dalam membangun kepuasan pelanggan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Wela Panesa (2023) pada J&T Express Sukrame Bandar Lampung menemukan bahwa strategi pelayanan seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan telah diterapkan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, sehingga berdampak positif terhadap kepuasan konsumen (WELA, 2023). Selain itu, penelitian Julaika Matondang, dkk (2024) menegaskan bahwa nilai-nilai tauhid, tanggung jawab, dan kehendak bebas menjadi dasar penting dalam profesionalitas layanan serta membangun kepercayaan konsumen dalam menerapkan etika bisnis Islam sebagai pedoman pelayanan yang berorientasi pada kemaslahatan dan kepuasan konsumen (Matondang dkk., 2024). Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwasannya etika bisnis Islam, khususnya pada aspek kejujuran, amanah, tanggung jawab, berkontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas pelayanan di perusahaan jasa pengiriman seperti J&T Express. Temuan ini dapat memperkuat urgensi penelitian ini, untuk menilai sejauh mana penerapan etika bisnis Islam diterapkan dalam pelayanan konsumen J&T Express Pasar Pon dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

J&T Express merupakan salah satu perusahaan jasa ekspedisi yang memiliki peran cukup penting dalam mendukung aktivitas distribusi barang masyarakat, terutama ditengah pesatnya perkembangan perdagangan berbasis digital. Kemajuan teknologi dan maraknya platform e-commerce seperti Shopee dan Tiktok Shop telah mendorong peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap layanan pengiriman yang cepat, aman, dan mudah diakses (Susanti, 2021). Dalam kondisi tersebut, J&T Express hadir sebagai penyedia jasa yang tidak hanya berfungsi sebagai pengirim barang, akan tetapi juga sebagai penyedia layanan yang berinteraksi langsung dengan konsumen (Fazira, 2024). Maka dari itu kualitas layanan menjadi penentu tingkat kepuasan serta kepercayaan konsumen. J&T Express Pasar Pon Ponorogo merupakan salah satu titik pelayanan yang cukup aktif dalam melayani kebutuhan pengiriman masyarakat. Aktivitas oprasional yang dilahkukan setiap hari meliputi penerimaan barang dari konsumen,

pemackingan paket agar aman selama proses pengiriman, penginputan data pengiriman ke dalam system, serta pencetakan resi sebagai bukti transaksi. Selain itu petugas juga memberikan informasi terkait status dan estimasi pengiriman, termasuk prosedur pengiriman luar negeri. Dengan adanya interaksi yang cukup intens antara petugas dan konsumen menjadikan kualitas pelayanan sebagai faktor utama dalam memengaruhi persepsi konsumen terhadap layanan J&T Express.

Fenomena tersebut dapat dilihat dalam praktik sehari-hari di J&T Express Pasar Pon Ponorogo dihadapkan oleh beberapa tantangan yang cukup kompleks. Seperti paket yang tinggi, terutama pada masa promo atau periode tertentu, menuntut pekerja untuk bekerja dengan cepat tanpa mengabaikan ketelitian. Disisi yang lain, banyaknya konsumen yang menanyakan perkembangan status resi dan estimasi waktu pengiriman menuntut kemampuan komunikasi yang baik serta kesabaran dalam memberikan layanan. Dalam kondisi seperti ini kerap disertai dengan berbagai kendala, seperti munculnya keluhan terkait antrean pelayanan dan keterlambatan dalam proses pengiriman atau penyampaian informasi. Situasi tersebut menunjukkan adanya tantangan dalam menjaga kualitas layanan yang konsisten ditengah tingginya beban kerja. Selain itu, kemampuan komunikasi petugas menjadi faktor penting dalam membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Penyampaian informasi terkait status pengiriman, estimasi waktu kedatangan, maupun penjelasan prosedur pengiriman tertentu harus dilakukan dengan bahasa yang mudah dipahami. Komunikasi yang kurang jelas berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan ketidakpuasan konsumen. Oleh karena itu, pelayanan yang komunikatif berperan besar dalam menciptakan rasa percaya dan kenyamanan bagi pengguna jasa.

Faktor lingkungan kerja juga memengaruhi kualitas pelayanan di J&T Express Pasar Pon Ponorogo. Tekanan kerja akibat banyaknya paket yang harus diproses dalam waktu singkat dapat berdampak pada kondisi fisik dan psikologis petugas. Dalam situasi seperti ini, dukungan sistem kerja yang baik, pembagian tugas yang jelas, serta pemahaman terhadap standar pelayanan menjadi hal penting agar pelayanan tetap berjalan optimal. Lingkungan kerja yang tertata dengan baik akan membantu petugas menjaga konsistensi pelayanan kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini difokuskan pada pengkajian penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam pelayanan konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo. Permasalahan utama yang dikaji berkaitan dengan sejauh mana prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti keadilan (adl), kejujuran (shidq), tanggung jawab (mas'uliyah), keseimbangan (mizan) dan ihsan dapat diterapkan dalam praktik pelayanan sehari-hari, khususnya pada aktivitas packing paket, penginputan data pengiriman, pencetakan resi, serta pelayanan informasi kepada konsumen terkait status dan estimasi pengiriman. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti berbagai kendala yang dihadapi dalam penerapan nilai-nilai etika tersebut, terutama dalam kondisi kerja yang menuntut kecepatan, ketelitian, dan ketahanan sikap di tengah tingginya volume pengiriman dan intensitas interaksi dengan konsumen. Adapun tujuan

dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo sebagai bagian dari praktik muamalah dalam sektor jasa, serta melihat bagaimana nilai-nilai etika tersebut dijalankan dalam mendukung kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan serta memahami secara mendalam fenomena yang terjadi di lapangan mengenai penerapan pelayanan bisnis Islam dalam pelayanan konsumen (Wijaya, 2019). Pendekatan ini dipilih, karena penelitian ini tidak menekankan pada pengukuran kuantitatif, melainkan pemahaman proses, perilaku, dan makna dari praktik pelayanan yang dijalankan oleh petugas dalam berinteraksi dengan konsumen. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam diterapkan dalam aktivitas pelayanan sehari-hari.

Penelitian ini berlokasi di J&T Express Pasar Pon Ponorogo, yang merupakan salah satu titik layanan pengiriman barang yang cukup aktif dan memiliki intensitas interaksi langsung yang tinggi antara petugas dengan konsumen. Pemilihan lokasi ini didasari oleh pertimbangan bahwa J&T Express Pasar Pon Ponorogo melayani berbagai kebutuhan, seperti kebutuhan pengiriman barang, dokumen, maupun makan, baik dari masyarakat umum maupun dari aktivitas penjualan online di platform e-commerce. Objek dalam penelitian ini ialah penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan konsumen, yang meliputi aktivitas packing paket, penginputan data pengiriman, pencetakan resi, serta pelayanan informasi terkait status dan estimasi waktu pengiriman. Sedangkan subjek pada penelitian ini, terdiri dari petugas J&T Express Pasar Pon Ponorogo yang terlibat langsung dalam proses pelayanan serta beberapa konsumen yang melakukan interaksi pelayanan. Penentuan subjek dilakukan secara purposive, yaitu dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu yang tepat dengan kebutuhan penelitian. Dengan adanya hal tersebut, penelitian ini relevan untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks pelayanan dan etika bisnis Islam, khususnya pada level pelayanan lokal yang jarang masih jarang dikaji.

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan Teknik pengumpulan data melalui hasil observasi dan wawancara dengan petugas serta konsumen J&T Express Pasar Pon Ponorogo. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung proses pelayanan konsumen, mulai dari penerimaan paket hingga pemberian informasi pada konsumen, untuk melihat bagaimana sikap

dan perilaku petugas mencerminkan nilai-nilai etika bisnis Islam. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada petugas dan konsumen guna memperoleh informasi yang lebih mendalam tentang permasalahan pemahaman, pengalaman, serta kendala dalam penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan. Adapun dokumentasi digunakan sebagai data pendukung, seperti catatan pelayanan, arsip kegiatan, atau dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyaring dan memilih data yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data yang telah dikumpulkan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif agar mudah dipahami (Nurrisa & Hermina, 2025). Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, yang dilakukan dengan merangkum temuan-temuan penelitian untuk memperoleh gambaran mengenai sejauh mana penerapan etika bisnis Islam diterapkan dalam pelayanan konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo.

Dalam rangka menjaga keabsahan dan keandalan data penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi metode dan sumber (Husnullail & Jailani, 2024). Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga informasi yang dihasilkan tidak hanya bergantung pada satu teknik pengumpulan data. Sementara itu, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, baik dari pihak petugas maupun konsumen J&T Express Pasar Pon Ponorogo. Dengan cara ini, data yang diperoleh menjadi lebih akurat dan dapat menggambarkan kondisi pelayanan secara lebih menyeluruh. Selain itu, peneliti juga melakukan member check dengan mengonfirmasi kembali hasil temuan kepada informan guna memastikan kesesuaian antara data yang ditafsirkan oleh peneliti dan pengalaman yang disampaikan oleh informan. Selama proses penelitian, peneliti berperan langsung sebagai instrumen utama dan berupaya menjaga objektivitas serta meminimalkan bias dalam pengumpulan dan analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo tampak dalam berbagai aktivitas pelayanan sehari-hari. Nilai-nilai seperti kejujuran, transparansi, amanah, keadilan, ihsan, dan tanggung jawab tidak hanya dipahami sebagai konsep normatif, tetapi juga diwujudkan dalam proses operasional, mulai dari penerimaan paket, penimbangan, input data, penyampaian informasi, hingga penanganan keluhan konsumen. Untuk

memperjelas penerapan nilai-nilai tersebut, temuan penelitian disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Konsumen
di J&T Express Pasar Pon Ponorogo

No.	Prinsip Etika Bisnis Islam	Bentuk Penerapan dalam Pelayanan Konsumen
1	Kejujuran	Petugas melakukan penimbangan, pengukuran, dan pencatatan paket sesuai kondisi aktual barang.
2	Transparansi	Petugas memberikan informasi mengenai jenis layanan, estimasi waktu pengiriman, biaya, dan prosedur pengiriman.
3	Amanah	Petugas menjaga barang konsumen dan memproses pengiriman sesuai prosedur perusahaan.
4	Keadilan	Seluruh konsumen dilayani dengan prosedur yang sama tanpa membedakan status sosial, jumlah kiriman, atau latar belakang.
5	Ihsan	Petugas memberikan pelayanan secara ramah, sopan, komunikatif, dan berusaha membantu kebutuhan konsumen.
6	Tanggung jawab	Petugas menerima keluhan konsumen, memberikan penjelasan, serta mengarahkan proses penyelesaian komplain.

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penerapan etika bisnis Islam di J&T Express Pasar Pon Ponorogo tampak dalam beberapa aktivitas pelayanan, mulai dari penerimaan paket, penimbangan, input data, pemberian informasi, hingga penanganan keluhan konsumen. Setiap proses pelayanan dilakukan berdasarkan prosedur yang telah ditetapkan perusahaan. Prinsip kejujuran tampak pada proses penimbangan dan pencatatan paket. Petugas mencatat berat, ukuran, alamat, dan jenis layanan sesuai data yang diberikan konsumen. Ketelitian dalam proses ini penting karena berkaitan langsung dengan biaya pengiriman dan ketepatan proses distribusi.

Prinsip transparansi terlihat dalam penyampaian informasi kepada konsumen, terutama mengenai pilihan layanan, estimasi waktu sampai, biaya pengiriman, dan ketentuan barang yang dapat dikirim. Informasi tersebut membantu konsumen memahami prosedur layanan dan mengurangi potensi kesalahpahaman. Prinsip keadilan dan ihsan terlihat dalam sikap pelayanan petugas kepada konsumen. Petugas berusaha memberikan pelayanan yang sama kepada seluruh pelanggan serta menunjukkan sikap ramah, sopan, dan komunikatif. Dalam penanganan keluhan, petugas juga berusaha memberikan penjelasan dan solusi sesuai dengan prosedur yang berlaku.

Dampak dan Tantangan Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo

Selain terlihat dalam proses pelayanan konsumen, penerapan etika bisnis Islam di J&T Express Pasar Pon Ponorogo juga berdampak pada kualitas layanan, kepercayaan konsumen, serta pola kerja internal perusahaan. Nilai-nilai seperti amanah, transparansi, tanggung jawab, keadilan, dan ihsan tidak hanya membentuk perilaku petugas dalam melayani konsumen, tetapi juga memengaruhi kenyamanan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman. Namun, dalam pelaksanaannya, penerapan nilai-nilai tersebut masih menghadapi beberapa tantangan, baik yang berasal dari faktor internal maupun eksternal.

Untuk memperjelas dampak positif dan tantangan tersebut, temuan penelitian disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 2. Dampak dan Tantangan Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo

No.	Aspek Temuan	Dampak Positif	Tantangan yang Dihadapi
1	Amanah dalam menjaga barang	Meningkatkan kepercayaan konsumen	Risiko kerusakan, salah sortir, atau keterlambatan paket
2	Transparansi informasi	Mengurangi ketidakpastian konsumen	Konsumen belum selalu memahami prosedur layanan
3	Pelayanan ramah dan komunikatif	Meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen	Pelayanan dapat kurang optimal saat antrean ramai
4	Penggunaan teknologi tracking	Memudahkan konsumen memantau paket	Kendala teknis sistem atau distribusi tetap dapat terjadi
5	Lingkungan kerja kooperatif	Mendukung kerja sama dan efektivitas pelayanan	Keterbatasan sumber daya manusia saat volume paket meningkat
6	Tanggung jawab terhadap keluhan	Mendorong penyelesaian masalah konsumen	Proses klaim terkadang membutuhkan waktu lebih lama

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam berdampak positif terhadap kualitas pelayanan. Konsumen merasa lebih percaya ketika petugas menunjukkan sikap jujur, amanah, ramah, dan bertanggung jawab dalam melayani pengantaran barang. Penggunaan teknologi berupa sistem pelacakan paket juga menjadi bagian penting dalam mendukung transparansi pelayanan. Konsumen dapat mengetahui posisi paket secara mandiri sehingga ketidakpastian dalam proses pengiriman dapat dikurangi. Meskipun demikian, penerapan etika bisnis Islam masih menghadapi beberapa tantangan. Tantangan tersebut meliputi lonjakan volume paket pada waktu tertentu, keterbatasan jumlah petugas, risiko teknis dalam distribusi, kurangnya pemahaman konsumen terhadap prosedur pengiriman, serta faktor eksternal seperti cuaca buruk dan kondisi infrastruktur.

Pembahasan

Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo

Penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo menunjukkan bahwa aktivitas bisnis jasa tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berhubungan erat dengan nilai moral, tanggung jawab, dan keberkahan dalam muamalah. Etika bisnis Islam dalam konteks ini dipahami sebagai seperangkat akhlak yang mengarahkan seluruh aktivitas usaha agar berjalan sesuai nilai syariat, sehingga setiap tindakan bisnis tidak hanya dinilai dari aspek efisiensi dan keuntungan, tetapi juga dari aspek kebenaran, keadilan, kejujuran, dan kemanfaatan bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan pandangan Hasan (2009) yang menjelaskan bahwa etika bisnis Islam menekankan pentingnya integritas dalam

aktivitas usaha agar setiap keputusan dan tindakan dapat diyakini sebagai sesuatu yang benar, baik, serta membawa keberkahan. Dalam praktik pelayanan di J&T Express Pasar Pon Ponorogo, nilai tersebut terlihat dalam proses penerimaan paket, penimbangan, pengukuran, input data, penyampaian informasi, hingga penanganan keluhan konsumen. Dengan demikian, pelayanan ekspedisi tidak hanya menjadi aktivitas teknis pengiriman barang, tetapi juga menjadi ruang untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam hubungan antara penyedia jasa dan pengguna layanan.

Prinsip kejujuran menjadi salah satu bentuk penerapan etika bisnis Islam yang paling menonjol dalam pelayanan kepada konsumen. Kejujuran tampak dalam proses penimbangan, pengukuran, pencatatan jenis barang, penentuan biaya, serta input data pengiriman. Dalam jasa ekspedisi, ketepatan data memiliki peran penting karena kesalahan pencatatan berat, ukuran, alamat, nomor telepon, atau pilihan layanan dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen maupun perusahaan. Oleh karena itu, ketelitian petugas dalam mencatat kondisi aktual paket merupakan bagian dari implementasi nilai kejujuran dalam praktik bisnis. Temuan ini sejalan dengan pemikiran Djakfar (2012) yang menegaskan bahwa seluruh proses bisnis, mulai dari interaksi awal dengan pelanggan hingga penyelesaian layanan, idealnya dibangun di atas landasan akhlak yang kuat. Temuan ini juga menguatkan hasil penelitian Yustanto dkk. (2024) yang menyatakan bahwa kejujuran merupakan faktor penting dalam meningkatkan kemajuan usaha dan memberikan manfaat jangka panjang bagi pelaku bisnis. Artinya, kejujuran dalam pelayanan J&T Express Pasar Pon Ponorogo tidak hanya menjadi nilai moral, tetapi juga berfungsi sebagai dasar profesionalitas kerja dan pembentuk kepercayaan konsumen.

Selain kejujuran, prinsip transparansi, amanah, dan tanggung jawab juga terlihat dalam proses pelayanan kepada konsumen. Transparansi diwujudkan melalui penyampaian informasi mengenai pilihan layanan, estimasi waktu pengiriman, biaya, ketentuan pengiriman, serta mekanisme pengaduan. Informasi yang jelas membantu konsumen memahami layanan yang digunakan dan mengurangi potensi kesalahpahaman. Dalam perspektif etika bisnis Islam, ketidakjelasan informasi dapat menimbulkan ketidakpastian yang berpotensi merugikan salah satu pihak, sehingga keterbukaan menjadi bagian penting dalam menjaga keadilan dalam transaksi. Temuan ini mengafirmasi penelitian Biati dan Andika (2021) yang menemukan bahwa penerapan etika bisnis Islam berpengaruh langsung terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Nilai amanah juga terlihat ketika petugas menjaga barang titipan konsumen dan memprosesnya sesuai dengan prosedur perusahaan. Hal ini sejalan dengan Beekun (1997) yang menekankan bahwa amanah merupakan prinsip utama dalam etika bisnis Islam karena pelaku usaha memiliki kewajiban moral untuk menjaga kepercayaan pihak lain. Dengan demikian, transparansi dan amanah dalam pelayanan J&T Express Pasar Pon Ponorogo menjadi fondasi penting dalam membangun rasa

aman dan kepercayaan konsumen.

Prinsip keadilan dan ihsan turut memperkuat kualitas pelayanan konsumen. Keadilan terlihat dari perlakuan yang sama kepada seluruh pelanggan tanpa membedakan status sosial, jumlah kiriman, latar belakang ekonomi, maupun karakteristik pribadi lainnya. Setiap konsumen memperoleh pelayanan berdasarkan prosedur yang sama, baik dalam penerimaan paket, pembayaran biaya pengiriman, penyampaian informasi, maupun penanganan keluhan. Hal ini sejalan dengan pandangan Al-Qaradawi (2001) yang menempatkan keadilan sebagai nilai utama dalam aktivitas muamalah karena mampu menjaga keseimbangan hubungan antara pihak-pihak yang bertransaksi. Sementara itu, nilai ihsan tampak dalam sikap petugas yang ramah, sopan, komunikatif, dan solutif dalam melayani pelanggan. Dalam sektor jasa, pelayanan yang baik tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan paket sampai ke tujuan, tetapi juga oleh pengalaman konsumen selama berinteraksi dengan penyedia layanan. Temuan ini menguatkan penelitian Firdaus et al. (2024) yang menyatakan bahwa komunikasi yang baik menjadi indikator penting dalam menjaga hubungan antara perusahaan dan konsumen, terutama dalam sektor jasa. Dengan demikian, keadilan dan ihsan tidak hanya memperkuat dimensi spiritual pelayanan, tetapi juga berperan praktis dalam meningkatkan kenyamanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan.

Dampak dan Tantangan Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo

Penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo memberikan dampak positif terhadap kualitas layanan dan kepercayaan konsumen. Nilai amanah membuat konsumen merasa bahwa barang yang dititipkan dikelola secara profesional dan bertanggung jawab. Ketika petugas menunjukkan ketelitian dalam menerima, mencatat, dan memproses paket, konsumen merasa aman menggunakan jasa pengiriman. Hal ini sejalan dengan Beekun (1997) yang menegaskan bahwa amanah merupakan prinsip utama dalam etika bisnis Islam karena berkaitan dengan kewajiban pelaku usaha untuk menjaga kepercayaan konsumen. Selain itu, penerapan nilai keadilan juga berdampak pada kenyamanan konsumen karena setiap pelanggan memperoleh pelayanan yang setara. Pandangan ini sesuai dengan Al-Qaradawi (2001) yang menjelaskan bahwa keadilan dalam muamalah diperlukan untuk mencegah perlakuan diskriminatif dan menjaga keseimbangan hubungan antarpihak. Dengan demikian, dampak positif etika bisnis Islam tidak hanya terlihat pada aspek moral, tetapi juga pada peningkatan kualitas hubungan antara perusahaan dan konsumen.

Dampak positif lainnya terlihat pada meningkatnya kualitas komunikasi dan transparansi pelayanan. Petugas yang memberikan informasi secara jelas mengenai biaya, estimasi waktu pengiriman, pilihan layanan, dan prosedur komplain membantu konsumen memahami proses

pengiriman dengan lebih baik. Transparansi tersebut juga diperkuat dengan penggunaan teknologi tracking system yang memungkinkan konsumen memantau perjalanan paket secara mandiri. Dalam konteks ini, teknologi menjadi sarana pendukung penerapan nilai kejujuran dan keterbukaan dalam pelayanan. Hal ini selaras dengan pandangan Antonio (2011) bahwa prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam muamalah perlu diwujudkan melalui mekanisme yang memberikan informasi secara jelas kepada pihak yang bertransaksi. Temuan ini juga mengafirmasi penelitian Biati dan Andika (2021) yang menyatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Artinya, semakin jelas informasi yang diberikan kepada konsumen, semakin besar pula peluang terbentuknya kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas terhadap layanan J&T Express Pasar Pon Ponorogo.

Selain berdampak pada konsumen, penerapan etika bisnis Islam juga memberikan pengaruh terhadap lingkungan kerja internal. Nilai tanggung jawab, kerja sama, dan ihsan mendorong petugas untuk membangun suasana kerja yang lebih kooperatif dan profesional. Lingkungan kerja yang harmonis membantu petugas menjalankan tugas pelayanan secara lebih efektif, terutama ketika harus menghadapi konsumen dengan kebutuhan dan karakter yang berbeda. Hal ini sejalan dengan Sugiyono (2015) yang menjelaskan bahwa lingkungan kerja yang harmonis dapat meningkatkan motivasi dan efektivitas kerja. Komunikasi yang ramah, sopan, dan solutif juga membuat konsumen merasa dihargai. Temuan ini diperkuat oleh Firdaus et al. (2024) yang menyatakan bahwa komunikasi yang baik menjadi indikator penting dalam menjaga hubungan antara perusahaan dan konsumen dalam sektor jasa. Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam tidak hanya menghasilkan pelayanan yang sesuai nilai syariat, tetapi juga mendukung budaya kerja yang produktif, komunikatif, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Meskipun memberikan banyak dampak positif, penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo masih menghadapi sejumlah tantangan. Lonjakan volume paket pada musim tertentu dapat menyebabkan antrean panjang, tekanan kerja tinggi, risiko kesalahan input data, keterlambatan, serta penurunan kualitas interaksi antara petugas dan konsumen. Keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi hambatan karena petugas harus bekerja lebih cepat dalam situasi ramai sehingga komunikasi pelayanan berpotensi kurang humanis. Temuan ini sejalan dengan Arfiansyah (2021) yang menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya manusia dapat memengaruhi kualitas komunikasi dan kepuasan konsumen. Selain itu, masalah teknis seperti kerusakan barang, salah sortir, dan keterlambatan distribusi tetap menjadi tantangan karena konsumen menuntut pertanggungjawaban dari penyedia layanan. Hal ini berkaitan dengan pandangan Mustaq (2003) bahwa tanggung jawab dan keadilan harus tetap dijaga dalam praktik bisnis, termasuk ketika terjadi permasalahan dalam proses pelayanan. Kurangnya pemahaman

konsumen terhadap prosedur pengiriman, ketentuan barang berbahaya, dan standar pengemasan juga dapat menimbulkan kesalahpahaman, sebagaimana dijelaskan oleh Zubair (2023). Oleh karena itu, secara kritis dapat ditegaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam tidak cukup hanya bertumpu pada kesadaran moral individu, tetapi harus didukung oleh SOP yang kuat, teknologi yang efektif, sumber daya manusia yang memadai, edukasi konsumen, dan sistem penanganan keluhan yang responsif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan konsumen di J&T Express Pasar Pon Ponorogo telah berjalan cukup baik dan tercermin dalam prinsip kejujuran, amanah, keadilan, transparansi, tanggung jawab, dan ihsan. Nilai-nilai tersebut diterapkan dalam proses pelayanan, seperti penimbangan dan pencatatan paket secara akurat, penyampaian informasi layanan secara jelas, perlakuan yang setara kepada konsumen, penggunaan sistem pelacakan paket, serta penanganan keluhan secara komunikatif. Penerapan etika bisnis Islam ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas pelayanan, kenyamanan konsumen, citra perusahaan, serta kepercayaan pelanggan terhadap jasa pengiriman.

Kekuatan penelitian ini terletak pada kajiannya yang menghubungkan nilai-nilai etika bisnis Islam dengan praktik pelayanan konsumen pada sektor jasa ekspedisi secara langsung di lapangan. Namun, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan di satu lokasi layanan, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi ke seluruh cabang atau perusahaan ekspedisi lainnya. Selain itu, penelitian ini lebih menekankan pendekatan kualitatif sehingga belum mengukur tingkat kepuasan konsumen secara kuantitatif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas lokasi penelitian, membandingkan beberapa perusahaan jasa ekspedisi, serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods agar pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan konsumen dapat diukur secara lebih mendalam.

REFERENSI

- Al-Qaradawi, Y. (2001). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani.
- Antonio, M. S. (2011). *Bank Syariah: Teori dan Praktik*. Gema Insani.
- Arfiansyah, A. (2021). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Corporate Social Responsibility PT Garudafood Kabupaten Pati. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3).
- Beekun, R. I. (1997). *Islamic Business Ethics*. International Institute of Islamic Thought.
- Biati, L., & Andika, Y. T. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Diva Sejahtera Blokagung Banyuwangi. *Ico Edusha*, 2(1).
- Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Penebar Plus.

- Fazira, E. (2024). *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pengguna Jasa Pengiriman atas Ketidaksesuaian Barang yang Diterima: Studi Kasus di J&T Express Cabang Purwodadi* [PhD thesis, Universitas Islam Sultan Agung Semarang]. <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/33700>
- Firdaus, A., Husain, S. P., & Soelistya, D. (2024). *Etika Bisnis Syariah*.
- Hasan, A. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Pustaka Pelajar.
- Husnullail, M., & Jailani, M. S. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data dalam Riset Ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 70–78.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2025). *Marketing Management*.
- Mardikari, D. (2025). Etika Bisnis Islam di PT BPRS Mu'amalah Cilegon dalam Menerapkan Prinsip Keadilan dan Tanggung Jawab. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(2).
- Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 11(2), 221–240. <https://doi.org/10.24235/amwal.v11i2.5340.g2602>
- Mustaq, A. (2003). *Etika Bisnis dalam Islam* (S. Rahman, Trans.). Pustaka Al-Kautsar.
- Nurrisa, F., & Hermina, D. (2025). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data. *Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran*, 2(3), 793–800.
- Oktaviany, M., Akbar, M. A. G., & Dhavira, K. P. P. (2025). Dampak Penerapan Etika Bisnis Syariah terhadap Kinerja Perusahaan di Indonesia. *Islamic Economics and Business Review*, 4(1), 102–115. <https://doi.org/10.59580/iesbir.v4i1.10065>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Susanti, H. (2021). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Biaya Pengiriman pada Jasa JNE, J&T, dan TIKI: Studi Kasus di Kabupaten Tanah Datar. <https://repo.uinmybatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/21271>
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2022). 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>
- Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wulandari, S., & Suwitho, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Jiwa. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1117>
- Yustanto, G. D., et al. (2024). Etika Bisnis dalam Islam: Pedoman Sukses dengan Kejujuran dan Keadilan. *TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis Syariah*, 1(2).
- Zubair, M. K. (2023). *Implementasi Etika Bisnis Islam*.