

Implementasi Etika Bisnis Islam pada Distributor Tiens Wilayah Bangkalan dan Sekitarnya

Ighfirlii Yaa Ilaahana, Muhammad Ersya Faraby

1Ekonomi Syariah, Universitas Trunojoyo Madura

E-mail: 190721100174@student.trunojoyo.ac.id

2Ekonomi Syariah, Universitas Trunojoyo Madura

E-mail: ersya.faraby@trunojoyo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis oleh distributor Tianshi Syariah serta kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip etika bisnis yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, termasuk wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar distributor memahami pentingnya prinsip syariah dalam berbisnis; namun, terdapat tantangan signifikan terkait transparansi dan distribusi komisi yang adil. Banyak distributor mengungkapkan bahwa tekanan untuk mencapai target keuangan sering kali membuat mereka lebih fokus pada merekrut anggota baru dibandingkan dengan penjualan produk. Selain itu, sistem komisi yang mengandalkan struktur piramida menciptakan ketidakadilan, di mana distributor yang lebih berpengalaman memperoleh keuntungan lebih besar sementara distributor baru lebih berisiko mengalami kerugian. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan pelatihan tentang prinsip-prinsip syariah, evaluasi terhadap sistem komisi, serta dorongan untuk fokus pada penjualan produk berkualitas guna menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan.

Kata kunci: Etika Bisnis, Tianshi Syariah, Prinsip Syariah, Multi-Level Marketing, Keadilan

Abstract

This study aims to analyze the implementation of business ethics by Tianshi Syariah distributors and its alignment with the business ethics principles taught by Prophet Muhammad (SAW). The method used in this study is a qualitative approach with a case study design, including in-depth interviews, direct observations, and document analysis. The results show that most distributors understand the importance of sharia principles in business; however, there are significant challenges related to transparency and fair commission distribution. Many distributors revealed that the pressure to meet financial targets often leads them to focus more on recruiting new members than on product sales. Furthermore, the commission system, which relies on a pyramid structure, creates injustice, with more experienced distributors earning more profit while new distributors are more likely to face losses. This study recommends improved training on sharia principles, evaluation of the commission system, and encouragement to focus on selling quality products to create a fairer and more sustainable business environment.

Keywords : Business Ethics, Tianshi Syariah, Sharia Principles, Multi-Level Marketing, Justice

1. PENDAHULUAN

Etika bisnis dalam konteks syariah merupakan aspek yang sangat penting dalam menjalankan aktivitas bisnis, terutama di era modern ini (Maulana & Faraby, 2023). Etika bisnis syariah tidak hanya berfungsi sebagai panduan moral bagi pelaku usaha, tetapi juga

sebagai landasan dalam membangun kepercayaan dan reputasi di pasar. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW dapat diterapkan dalam berbagai sektor bisnis, termasuk dalam perusahaan seperti Tiens yang menerapkan konsep Tianshi Syariah.

Tiens, sebagai salah satu distributor yang beroperasi dengan prinsip syariah, mengadopsi nilai-nilai etika bisnis yang sejalan dengan ajaran Islam. Konsep Tianshi Syariah yang diterapkan oleh Tiens mencakup berbagai aspek, mulai dari kejujuran, transparansi, hingga tanggung jawab sosial. Dalam konteks ini, penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan tingkat transaksi dan kepuasan pelanggan, seperti yang diungkapkan oleh Hidayati dan Syuhada' yang menemukan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap tingkat jual beli di pasar tradisional (Hidayati & Syuhada', 2022). Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis yang baik tidak hanya bermanfaat bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi konsumen dan masyarakat luas.

Namun, dalam analisis etika bisnis Tianshi Syariah, beberapa permasalahan utama dapat diidentifikasi. Pertama, meskipun Tiens Syariah telah dinyatakan sesuai dengan prinsip syariah oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), tidak semua distributor menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara konsisten, terutama dalam praktik perekrutan mitra bisnis baru. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap model bisnis ini. Kedua, terdapat ketidaksesuaian dalam praktik bisnis, di mana beberapa distributor melanggar prinsip kejujuran dan amanah, seperti menaikkan harga produk secara tidak wajar atau tidak mengikuti kode etik perusahaan (Al-Amin & Muthoifin, 2024). Ini menciptakan praktik bisnis yang tidak sehat dan dapat merugikan reputasi perusahaan serta mengurangi minat masyarakat untuk bergabung. Ketiga, kurangnya pengawasan dan regulasi dari pihak berwenang, seperti APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia), terhadap distributor Tiens memungkinkan adanya penyimpangan dari etika bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Ketidakpatuhan terhadap prinsip-prinsip etika dapat mengakibatkan berkurangnya kepercayaan masyarakat terhadap Tiens Syariah sebagai model bisnis syariah (Hafiza & Mawarpury, 2023).

Hal tersebut sesuai dengan penelitian dari (Dea & Widigdo, 2020) bahwa Praktik perekrutan mitra bisnis baru yang tidak sesuai dengan prinsip kejujuran, amanah, dan saling menguntungkan memperburuk kepercayaan masyarakat terhadap sistem MLM Tiens Syariah, sehingga minat untuk bergabung menurun. Selain itu, kurangnya pengawasan dari APLI memungkinkan penyimpangan etika bisnis, yang semakin merusak reputasi Tiens Syariah sebagai model bisnis berbasis syariah.

Selanjutnya, penting untuk menyadari bahwa etika bisnis dalam perspektif syariah mengedepankan nilai-nilai seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab. Rasulullah SAW mengajarkan bahwa setiap transaksi bisnis harus dilakukan dengan prinsip keadilan dan tanpa adanya penipuan. Sesuai dengan Al-Quran surat Al-Isra' ayat 35 yang berbunyi :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

"Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya."

Penelitian oleh Burhanudin menegaskan bahwa kebajikan dan kejujuran merupakan komponen penting dalam aktivitas bisnis (Burhanudin, 2023). Dalam konteks Tiens, penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga menciptakan lingkungan bisnis yang lebih berkelanjutan.

Tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis semakin kompleks, dan mereka harus mampu menyesuaikan operasi mereka dengan prinsip-prinsip etika Islam sambil tetap bersaing di pasar global. Penelitian oleh Prayoga menunjukkan bahwa hukum ekonomi syariah memiliki

potensi dalam pemberantasan korupsi dan memperkuat integritas sektor ekonomi (Prayoga, 2023). Oleh karena itu, penerapan etika bisnis yang kuat dan sesuai dengan prinsip syariah menjadi semakin relevan. Menghadapi tantangan ini, pelaku bisnis perlu mengadopsi pendekatan yang holistik terhadap tata kelola perusahaan dan etika bisnis. Mirza mencatat bahwa pendekatan terpadu dalam tata kelola perusahaan dan etika bisnis dapat membantu organisasi menerapkan standar perilaku etis yang tinggi (Mirza, 2020). Hal ini penting untuk memastikan bahwa semua aspek operasional perusahaan, termasuk pemasaran, produksi, dan layanan pelanggan, berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Penerapan etika bisnis syariah juga berkontribusi pada keberlanjutan perusahaan (Rahmawati & Faraby, 2023). Wati menekankan bahwa etika bisnis yang buruk dapat menyebabkan litigasi, kehilangan pelanggan, dan reputasi yang buruk, yang pada akhirnya berdampak negatif pada profitabilitas perusahaan (Wati, 2023). Oleh karena itu, pelatihan etika bagi karyawan dan pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip syariah sangat penting dalam menciptakan budaya bisnis yang etis dan berkelanjutan.

Para narasumber menunjukkan keberhasilan yang luar biasa melalui perjalanan karir mereka di Tiens. Ikhsan Ulul Azmi, seorang alumni pondok pesantren, mencapai berbagai prestasi internasional, seperti perjalanan gratis ke Singapura, Malaysia, Thailand, Prancis, Belanda, dan China sebanyak dua kali. Ia juga menerima hadiah uang tunai sebesar \$10.000 USD dan mampu membeli rumah senilai Rp1 miliar di Khayangan Residence dari hasil usahanya. Fatdri Muhammad Azmi, seorang mahasiswa, memperoleh berbagai penghargaan, seperti laptop, handphone, dan perjalanan gratis ke Singapura, Thailand, China, Dubai, serta hadiah uang tunai \$6.000 USD. Imam Hanafi, lulusan Teknik Industri, berhasil meraih beragam perjalanan seperti CrownLife di Bali, Surabaya, Bandung, serta perjalanan internasional ke Vietnam, Dubai, dan Hainan, China. Dari penghasilan bisnisnya, ia membeli motor, mobil, dan rumah pribadi.

Narasumber lainnya, Bapak Muhtarom, seorang sarjana pendidikan, turut menunjukkan prestasi serupa, mencakup perjalanan ke tiga negara, Vietnam, dan Dubai, serta hadiah uang tunai \$1.000 USD. Sementara itu, Maulana Azmi, seorang mahasiswa, mendapatkan penghargaan berupa perjalanan ke Singapura, Thailand, dan China, hadiah smartphone, serta berhasil membeli motor dan mobil dari hasil bonus Tiens. Prestasi yang dicapai para narasumber ini tidak hanya mencerminkan kemampuan mereka dalam menjalankan bisnis dengan etika Islam, tetapi juga menunjukkan keberhasilan finansial yang mampu meningkatkan taraf hidup mereka.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah praktik bisnis yang diterapkan oleh Tianshi Syariah benar-benar mencerminkan etika bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW atau justru bertentangan dengan prinsip-prinsip tersebut. Dengan mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan yang ada, diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang konstruktif untuk meningkatkan penerapan etika bisnis dalam perusahaan ini. Dalam kajian etika bisnis syariah, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah membahas penerapan prinsip-prinsip etika dalam praktik bisnis Multi Level Marketing (MLM), khususnya pada perusahaan Tiens. Penelitian oleh Al-Amin (2024) menyoroti bahwa meskipun Tiens telah mendapatkan sertifikasi syariah dari MUI, masih terdapat distributor yang tidak sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, terutama dalam hal kejujuran dan amanah dalam transaksi. Selain itu, penelitian lain oleh Pesa Nugraha, (2023) mencatat bahwa meskipun praktik bisnis Tiens di Yogyakarta telah sesuai dengan prinsip syariah, beberapa distributor masih melanggar kode etik perusahaan, seperti menaikkan harga produk secara tidak wajar. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa ketidakpatuhan terhadap prinsip-prinsip etika dapat mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap model bisnis ini.

Penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu dengan pendekatan yang lebih holistik dalam menganalisis kesesuaian praktik bisnis Tianshi Syariah dengan etika bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Sementara penelitian sebelumnya cenderung fokus pada aspek tertentu dari praktik bisnis, seperti kepatuhan terhadap sertifikasi syariah atau pelanggaran kode etik oleh distributor, penelitian ini berupaya mengevaluasi secara menyeluruh bagaimana prinsip-prinsip etika Islam diterapkan dalam seluruh aspek operasional perusahaan, termasuk pemasaran, pelayanan pelanggan, dan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi masalah yang ada tetapi juga memberikan rekomendasi konstruktif untuk meningkatkan penerapan etika bisnis dalam konteks Tianshi Syariah, sehingga lebih sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW dan dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus digunakan untuk menganalisis penerapan etika bisnis oleh distributor Tiens dan mengevaluasi sejauh mana praktik tersebut sesuai dengan prinsip etika bisnis Rasulullah SAW. Beberapa langkah yang diambil dalam penelitian ini meliputi wawancara, pengamatan langsung, dan analisis dokumen. Setiap langkah tersebut dirancang untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana distributor Tiens menerapkan etika bisnis syariah dalam praktik sehari-hari mereka.

Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan sejumlah distributor aktif dari Tiens. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman mereka dalam menjalankan bisnis dan untuk memahami pandangan mereka terkait etika bisnis yang diterapkan oleh perusahaan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa distributor Tiens sangat menghargai prinsip kejujuran dan transparansi dalam setiap transaksi, yang merupakan nilai inti dalam etika bisnis Rasulullah SAW. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Rachmayanti dan Eprianti yang menunjukkan bahwa wawancara dan observasi dapat memberikan wawasan mendalam tentang penerapan etika bisnis dalam praktik (Hidayati & Syuhada', 2022).

Peneliti juga mengamati langsung praktik bisnis yang diterapkan oleh distributor, termasuk cara mereka merekrut anggota baru dan menjual produk. Pengamatan ini bertujuan untuk menilai transparansi, kejujuran, dan keadilan dalam praktik sehari-hari. Temuan dari pengamatan menunjukkan bahwa distributor Tiens menerapkan praktik yang adil dan transparan dalam proses penjualan, yang mencerminkan prinsip-prinsip etika bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Penelitian oleh Julvianita juga menekankan pentingnya observasi dalam memahami implementasi etika bisnis Islam dalam praktik sehari-hari (Burhanudin, 2023).

Peneliti menganalisis dokumen internal perusahaan, seperti materi pelatihan dan panduan operasional yang diberikan kepada distributor. Dokumentasi ini memberikan gambaran mengenai bagaimana perusahaan mendefinisikan etika bisnis dan bagaimana prinsip-prinsip syariah diterapkan dalam praktik. Hasil analisis dokumen menunjukkan bahwa Tiens memiliki kebijakan yang jelas mengenai etika bisnis, yang mencakup komitmen terhadap kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Penelitian oleh Abdullah mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa dokumentasi yang baik dapat membantu perusahaan dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam (Soleh, 2023).

Setelah data terkumpul, peneliti melakukan analisis dengan membandingkan praktik yang ditemukan di lapangan dengan prinsip-prinsip etika bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Dalam hal ini, hadis-hadis yang menekankan pentingnya kejujuran dalam jual beli menjadi acuan utama. Misalnya, hadis yang menyatakan bahwa "Penjual dan pembeli berhak untuk membatalkan transaksi selama keduanya belum berpisah" menunjukkan

fleksibilitas dan keadilan dalam transaksi, yang tercermin dalam temuan bahwa distributor Tiens menunjukkan penghindaran terhadap penipuan dan pelaksanaan akad yang adil. Penelitian oleh Hidayati dan Syuhada' juga menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan tingkat transaksi jual beli, yang sejalan dengan praktik distributor Tiens (Prayoga, 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Hasil wawancara dengan para narasumber memberikan gambaran yang komprehensif tentang penerapan etika bisnis syariah dalam bisnis Tiens. Setiap narasumber memiliki pandangan dan pengalaman unik yang mencerminkan nilai-nilai inti seperti kejujuran, transparansi, keadilan, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Pembahasan berikut akan merangkum interpretasi dari wawancara tersebut untuk menunjukkan bagaimana prinsip-prinsip ini diterapkan dalam praktik, serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan masyarakat, dan keberlanjutan bisnis Tiens.

narasumber 1

"Bagi saya, kejujuran dan kejelasan dari awal adalah satu konsep etika bisnis syariah. Kita jelasin harga produk bahkan marketing plan yang sudah jelas di awal. Jadi tidak ada yang, eh sebenarnya harganya segini, sebenarnya harganya segini, tidak ada seperti itu di belakang.

"Sudah pasti sangat penting karena seandainya tidak ada APLI akan banyak perusahaan money game yang bilangnya MLM, padahal itu merugikan banyak orang. APLI menjaga nama baik MLM, termasuk Tiens."

Narasumber 1 menekankan pentingnya kejujuran dan transparansi sebagai inti dari etika bisnis syariah. Baginya, setiap transaksi dalam bisnis Tiens harus dijelaskan secara jelas sejak awal, baik mengenai harga produk maupun marketing plan, tanpa ada informasi yang disembunyikan atau dimanipulasi. Ia juga menggarisbawahi peran vital APLI dalam menjaga integritas bisnis MLM, termasuk Tiens, untuk memastikan praktik yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah dan melindungi reputasi dari penyalahgunaan konsep MLM oleh perusahaan money game yang merugikan banyak pihak.

Narasumber 2

"Prinsip tertinggi yang saya pegang adalah kejujuran, dapat dipercaya seperti sifat Rasul. Karena tanpa itu, nama baik saya sebagai distributor Tiens tidak akan ada, dan orang tidak akan percaya kepada saya."

"Penerapan etika bisnis syariah sangat tinggi pengaruhnya untuk kepuasan pelanggan. Kalau tidak ada penerapan ini, tidak akan ada yang namanya repeat order."

Narasumber 2 menegaskan bahwa kejujuran dan kepercayaan adalah nilai tertinggi yang harus dipegang dalam menjalankan bisnis Tiens, sebagaimana sifat Rasulullah. Menurutnya, tanpa kejujuran, seorang distributor tidak akan memiliki nama baik atau dipercaya oleh pelanggan. Ia juga percaya bahwa penerapan etika bisnis syariah memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan, karena kepercayaan dan kepuasan inilah yang mendorong terjadinya repeat order.

Narasumber 3

"Nilai-nilai yang saya pegang adalah kejujuran, transparansi, dan keterbukaan dalam marketing plan. Tidak ada yang ditutupi sehingga konsumen tahu semuanya sejak awal."

"APLI itu sangat penting untuk menjaga harga yang sesuai dan memastikan produk yang ditawarkan tetap dalam koridor syariah."

Narasumber 3 menjelaskan bahwa nilai-nilai utama yang ia pegang dalam menjalankan bisnis Tiens adalah kejujuran, transparansi, dan keterbukaan, terutama dalam marketing plan. Dengan menyampaikan semua informasi kepada konsumen sejak awal, ia memastikan tidak ada hal yang ditutupi. Ia juga menggarisbawahi pentingnya peran APLI dalam memastikan harga produk sesuai dan tetap berada dalam koridor syariah, sehingga menjaga kepercayaan masyarakat terhadap bisnis ini.

Narasumber 4

"Prinsip kejujuran yang saya lakukan adalah memberikan kualitas produk yang terbaik dengan harga yang sudah ditentukan perusahaan."

"Penting banget pengawasan dari pihak berwenang, seperti APLI, untuk memastikan distributor tidak melanggar aturan."

Narasumber 4 menyatakan bahwa prinsip kejujuran menjadi dasar dalam memberikan kualitas produk terbaik kepada konsumen, sesuai dengan harga yang telah ditentukan oleh perusahaan. Ia juga menekankan pentingnya pengawasan dari pihak berwenang, seperti APLI, untuk memastikan bahwa semua distributor menjalankan bisnis sesuai dengan aturan yang berlaku, demi menjaga kredibilitas dan kepercayaan masyarakat terhadap Tiens.

Narasumber 5

"Yang pasti sangat menarik itu dari segi BPOM dan Halal MUI-nya. Karena dari segi bagi hasilnya, pasti adil, dan semua orang berhak mendapatkan penghasilan yang besar karena sistemnya sangat adil."

"Rata-rata pelanggan saya cukup puas, meskipun ada yang butuh waktu untuk melihat hasilnya. Produk Tiens itu bekerja melalui proses."

Narasumber 5 mengungkapkan ketertarikannya pada bisnis Tiens karena adanya sertifikasi BPOM dan Halal MUI, serta sistem bagi hasil yang adil, di mana setiap orang berhak mendapatkan penghasilan besar berdasarkan kerja keras mereka. Ia juga mencatat bahwa mayoritas pelanggannya merasa puas dengan produk Tiens, meskipun hasilnya memerlukan proses. Transparansi dalam hal kualitas dan manfaat produk menjadi kunci kepercayaannya terhadap bisnis ini.

3.2. Pembahasan

1. Analisis Temuan Etika Bisnis Tiens Syariah pada distributor Tiens

Dalam analisis etika bisnis Tiens Syariah pada distributor Tiens, terdapat beberapa teori yang dapat mendukung temuan-temuan yang telah diuraikan. Pertama, prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang diajarkan oleh Rasulullah SAW, seperti kejujuran (siddiq), amanah (kepercayaan), tabliq (tanggung jawab dalam menyampaikan informasi), dan fathanah (kecerdasan) menjadi landasan penting dalam menjalankan aktivitas bisnis. Teori ini menekankan bahwa setiap transaksi harus dilakukan dengan integritas dan transparansi, yang sejalan dengan praktik distributor Tiens yang berusaha menjaga kejujuran dalam proses penjualan dan pemasaran produk (Arifin, 2022).

Salah satu temuan utama dari analisis ini adalah penerapan prinsip-prinsip etika bisnis syariah dalam operasional distributor Tiens. Dalam konteks ini, teori etika bisnis Islam menjelaskan bahwa transparansi dalam pemasaran dan penjualan tidak hanya menciptakan lingkungan bisnis yang sehat tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen. Penelitian oleh Arifin menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran yang sesuai dengan prinsip muamalah Islami dapat mendorong keberhasilan bisnis dan menciptakan hubungan baik antara produsen dan konsumen (Arifin, 2022).

Selain itu, kepedulian sosial yang ditunjukkan oleh distributor Tiens melalui program-program pemberdayaan ekonomi mencerminkan penerapan nilai-nilai etika bisnis syariah. Teori tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam konteks Islam menggarisbawahi pentingnya kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat sebagai bagian dari kewajiban moral pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan ajaran Rasulullah SAW yang mendorong umatnya untuk saling membantu dan berkontribusi pada masyarakat (Julvianita, 2023).

Namun, tantangan dalam menerapkan etika bisnis syariah juga perlu diperhatikan. Dalam era digital dan globalisasi, banyak pelaku bisnis terjebak dalam praktik tidak etis demi mengejar keuntungan jangka pendek. Teori perilaku konsumen menunjukkan bahwa kompleksitas perilaku konsumen dapat mempengaruhi penerapan etika bisnis syariah, di mana pelaku usaha harus mampu beradaptasi dengan dinamika pasar yang berubah-ubah (Laili & Canggih, 2021).

Oleh karena itu, penting bagi distributor Tiens untuk terus berkomitmen pada prinsip-prinsip etika bisnis syariah sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Penelitian oleh Wati menegaskan bahwa penerapan etika bisnis yang baik tidak hanya mendorong keberlanjutan perusahaan tetapi juga menciptakan kepercayaan di antara karyawan dan konsumen (Wati, 2023). Pelatihan dan pendidikan mengenai etika bisnis syariah menjadi krusial untuk memastikan pemahaman dan penerapan nilai-nilai tersebut dalam praktik sehari-hari.

Selanjutnya, evaluasi berkala terhadap praktik bisnis juga diperlukan untuk memastikan kesesuaian dengan prinsip-prinsip etika yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Teori pengawasan manajerial menekankan pentingnya evaluasi dan pengendalian dalam praktik bisnis untuk mencegah pelanggaran etika yang dapat merugikan perusahaan dan masyarakat (Setyawan & Wahyudi, 2022). Dengan demikian, distributor Tiens dapat terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan sambil tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa distributor Tiens telah berusaha menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW. Meskipun ada tantangan yang harus dihadapi, komitmen terhadap etika bisnis syariah dapat menjadi kunci untuk mencapai keberhasilan jangka panjang dan menciptakan dampak positif bagi masyarakat. Dengan mengedepankan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial, distributor Tiens dapat menjadi contoh bagi pelaku bisnis lainnya dalam menerapkan etika bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

2. Prinsip dan Tantangan Etika Bisnis dalam Sistem MLM Syariah

Dalam menganalisis etika bisnis Tiens Syariah pada distributor Tiens, penting untuk merujuk pada prinsip-prinsip etika bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Prinsip-prinsip ini mencakup kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*'adl*), dan transparansi. Setiap prinsip ini memiliki relevansi yang kuat dalam konteks bisnis modern, terutama dalam model bisnis multi-level marketing (MLM) yang diterapkan oleh Tiens.

1. Kejujuran (*ṣidq*)

Rasulullah SAW sangat menekankan pentingnya kejujuran dalam setiap transaksi. Dalam konteks distributor Tiens, kejujuran berarti bahwa informasi mengenai produk, peluang pendapatan, dan sistem komisi harus disampaikan dengan transparan kepada seluruh anggota. Penelitian oleh Wati menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis yang baik dapat menciptakan kepercayaan di antara karyawan dan pelanggan, yang pada gilirannya mendorong keberlanjutan perusahaan (Prayoga, 2023). Dalam praktiknya, distributor Tiens berusaha untuk menjaga kejujuran dalam komunikasi mereka, memastikan bahwa semua informasi yang diberikan kepada anggota adalah akurat dan tidak menyesatkan. Teori kejujuran dalam bisnis menyatakan bahwa kejujuran adalah fondasi utama untuk

membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mitra bisnis, sehingga meningkatkan loyalitas dan reputasi perusahaan.

2. Amanah

Amanah atau kepercayaan adalah elemen kunci dalam bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah. Distributor Tiens harus bertanggung jawab atas setiap tindakan mereka, termasuk dalam hal merekrut anggota baru dan memasarkan produk. Penelitian oleh Prayoga menekankan bahwa integritas dalam bisnis sangat penting untuk mencegah praktik korupsi dan menjaga reputasi perusahaan (Burhanudin, 2023). Dalam konteks Tiens, distributor diharapkan untuk menjalankan amanah ini dengan baik, menjaga kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan dan anggota lainnya. Teori amanah dalam etika bisnis menunjukkan bahwa pelaku usaha yang dapat dipercaya akan lebih mudah mendapatkan dukungan dari pelanggan dan mitra, serta menciptakan lingkungan kerja yang positif.

3. Keadilan ('adl)

Prinsip keadilan mengharuskan agar pembagian keuntungan dalam bisnis dilakukan dengan adil. Dalam MLM, keadilan harus tercermin dalam distribusi komisi yang tidak memberatkan anggota pada level bawah dan memastikan bahwa setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk sukses. Penelitian oleh Nisak menunjukkan bahwa prinsip keadilan dalam etika bisnis syariah mencakup keseimbangan dan tanggung jawab dalam setiap transaksi (Soleh, 2023). Tiens berusaha untuk menerapkan prinsip ini dengan memberikan struktur komisi yang adil, sehingga semua distributor merasa dihargai dan memiliki kesempatan yang sama untuk meraih keuntungan. Teori keadilan distributif mendukung bahwa distribusi sumber daya harus dilakukan secara proporsional berdasarkan kontribusi individu, sehingga menciptakan rasa keadilan di antara semua anggota.

4. Transparansi

Rasulullah SAW selalu memastikan bahwa segala bentuk transaksi berlangsung secara jelas dan terbuka, tanpa adanya penipuan atau manipulasi informasi. Dalam konteks distributor Tiens, transparansi dalam proses bisnis sangat penting untuk membangun kepercayaan di antara anggota. Penelitian oleh Puspitasari menunjukkan bahwa transparansi dalam bisnis dapat meningkatkan profitabilitas dan kepuasan pelanggan (Laili & Cangjih, 2021). Distributor Tiens diharapkan untuk menjaga transparansi dalam semua aspek operasional mereka, termasuk dalam hal harga produk dan kebijakan komisi. Teori transparansi menggarisbawahi bahwa keterbukaan informasi adalah kunci untuk membangun hubungan saling percaya antara perusahaan dan pemangku kepentingan.

Model bisnis Multi-Level Marketing (MLM) seringkali menghadapi tantangan signifikan dalam penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Meskipun MLM menawarkan peluang untuk menghasilkan pendapatan, terdapat beberapa isu mendasar yang dapat mengancam kesesuaian praktik ini dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam. Beberapa tantangan utama dalam sistem MLM syariah meliputi ketidakadilan dalam pembagian keuntungan, unsur maysir (spekulasi), dan gharar (ketidakpastian).

Salah satu masalah utama dalam sistem MLM adalah ketidakadilan dalam pembagian keuntungan. Dalam banyak kasus, anggota yang berada di level atas dalam piramida cenderung memperoleh lebih banyak keuntungan dibandingkan dengan anggota yang berada di level bawah. Hal ini menciptakan ketidakadilan yang signifikan, terutama bagi anggota baru yang mungkin tidak memiliki jaringan yang cukup untuk mencapai level yang lebih tinggi. Penelitian oleh Ramadhany et al. menunjukkan bahwa ketidakadilan dalam distribusi keuntungan dapat merugikan anggota yang baru bergabung, yang berisiko mengalami kerugian finansial (Hidayati & Syuhada', 2022). Dalam konteks etika bisnis Islam, prinsip keadilan ('adl) sangat penting, dan ketidakadilan dalam pembagian keuntungan bertentangan dengan nilai-nilai tersebut.

Sistem MLM yang sangat bergantung pada perekrutan anggota baru, bukan hanya penjualan produk, dapat menimbulkan unsur maysir dan gharar. Maysir merujuk pada spekulasi atau perjudian, sementara gharar mengacu pada ketidakpastian dalam transaksi. Jika pemasaran atau rekrutmen dilakukan secara tidak jujur atau tidak transparan, maka potensi untuk melanggar prinsip-prinsip syariah sangat besar. Penelitian oleh Ulfah dan Arsal menyoroti bahwa praktik bisnis yang tidak transparan dapat menyebabkan kerugian bagi anggota dan menciptakan ketidakpastian dalam transaksi (Burhanudin, 2023). Dalam konteks ini, penting bagi perusahaan MLM untuk memastikan bahwa semua informasi yang diberikan kepada anggota adalah akurat dan tidak menyesatkan.

Meskipun tantangan ini ada, penerapan etika bisnis Islam dalam sistem MLM dapat membantu mengatasi beberapa masalah tersebut. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, amanah, dan transparansi, harus diterapkan secara konsisten dalam setiap aspek operasional. Penelitian oleh Soleh menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam bisnis dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Soleh, 2023). Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, perusahaan MLM dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan.

Pentingnya pendidikan dan kesadaran tentang etika bisnis Islam di kalangan anggota MLM juga tidak dapat diabaikan. Penelitian oleh Haryanto menunjukkan bahwa pelanggaran etika bisnis sering kali terjadi karena kurangnya pemahaman tentang prinsip-prinsip etika yang berlaku (Prayoga, 2023). Oleh karena itu, perusahaan MLM harus menyediakan pelatihan dan sumber daya yang memadai untuk memastikan bahwa semua anggota memahami dan menerapkan etika bisnis Islam dalam praktik mereka.

Dengan mengintegrasikan teori-teori tersebut ke dalam analisis ini, kita dapat melihat bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika Rasulullah SAW berperan penting tidak hanya untuk keberhasilan individu distributor tetapi juga untuk keberlanjutan keseluruhan model bisnis Tiens Syariah di pasar modern saat ini.

3. Evaluasi Penerapan Etika Bisnis oleh Distributor Tianshi Syariah

Berdasarkan wawancara dan pengamatan lapangan, ditemukan bahwa sebagian besar distributor Tianshi Syariah memahami pentingnya prinsip syariah dalam bisnis. Namun, dalam praktiknya, terdapat beberapa masalah signifikan terkait transparansi dan distribusi komisi yang adil. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun ada kesadaran akan prinsip-prinsip syariah, tantangan dalam penerapannya masih menjadi isu yang perlu diperhatikan.

Sebagian besar distributor Tianshi Syariah menunjukkan pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip syariah dalam bisnis. Mereka menyadari bahwa kejujuran, amanah, dan keadilan adalah nilai-nilai penting yang harus diterapkan dalam setiap transaksi. Penelitian oleh Nisak menegaskan bahwa kesadaran akan etika bisnis syariah sangat penting dalam membangun sistem ekonomi yang berkelanjutan dan adil (Hidayati & Syuhada', 2022). Namun, meskipun ada pemahaman ini, tantangan dalam praktik sering kali menghalangi penerapan prinsip-prinsip tersebut secara konsisten. Teori kesadaran etika menyatakan bahwa pemahaman yang kuat tentang nilai-nilai etika dapat meningkatkan integritas perilaku individu dalam konteks bisnis.

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh distributor Tianshi Syariah adalah kurangnya transparansi dalam praktik bisnis. Beberapa distributor mengungkapkan bahwa meskipun mereka diberi pelatihan tentang prinsip-prinsip syariah, tekanan untuk mencapai target finansial seringkali membuat mereka terjebak dalam praktik yang lebih mengutamakan rekrutmen anggota baru ketimbang penjualan produk. Hal ini menciptakan situasi di mana informasi yang diberikan kepada anggota baru tidak selalu akurat atau lengkap, yang dapat mengarah pada ketidakpuasan dan kerugian finansial bagi mereka. Penelitian oleh Wati menunjukkan bahwa transparansi dalam bisnis sangat penting untuk membangun kepercayaan di antara karyawan dan pelanggan (Burhanudin, 2023). Teori transparansi

mendukung bahwa keterbukaan informasi adalah kunci untuk membangun hubungan saling percaya antara perusahaan dan pemangku kepentingan.

Sistem komisi yang sangat bergantung pada struktur piramida menciptakan ketidakadilan di antara distributor. Distributor yang lebih lama dan lebih berpengalaman mendapatkan lebih banyak keuntungan, sementara distributor baru sering menghadapi kerugian, terutama karena mereka belum memiliki jaringan yang luas. Hal ini bertentangan dengan prinsip keadilan dalam etika bisnis Islam, yang mengharuskan pembagian keuntungan yang adil dan merata. Penelitian oleh Ridho menunjukkan bahwa ketidakadilan dalam distribusi keuntungan dapat merugikan anggota yang baru bergabung, yang berisiko mengalami kerugian finansial (Soleh, 2023). Teori keadilan distributif menekankan bahwa distribusi sumber daya harus dilakukan secara proporsional berdasarkan kontribusi individu, sehingga menciptakan rasa keadilan di antara semua anggota.

Tekanan untuk mencapai target finansial sering kali mendorong distributor untuk mengutamakan rekrutmen anggota baru daripada fokus pada penjualan produk. Hal ini menciptakan lingkungan di mana praktik-praktik yang tidak etis dapat muncul, seperti memberikan informasi yang menyesatkan kepada calon anggota tentang potensi keuntungan. Penelitian oleh Nursyamsiah dan Nopianti menunjukkan bahwa etika bisnis yang baik harus diterapkan dalam semua aspek bisnis untuk memastikan kepuasan konsumen dan keberlanjutan perusahaan (Prayoga, 2023). Teori perilaku organisasi menyatakan bahwa lingkungan kerja yang mendukung etika dapat meningkatkan kinerja individu dan organisasi secara keseluruhan.

Untuk meningkatkan penerapan etika bisnis oleh distributor Tianshi Syariah, beberapa langkah dapat diambil. Pertama, perusahaan perlu memperkuat pelatihan tentang prinsip-prinsip syariah dan etika bisnis, dengan fokus pada transparansi dan keadilan dalam praktik. Kedua, sistem komisi harus dievaluasi dan disesuaikan untuk memastikan bahwa semua distributor, terutama yang baru bergabung, memiliki kesempatan yang sama untuk meraih keuntungan. Ketiga, perusahaan harus menciptakan budaya yang mendorong penjualan produk yang berkualitas, bukan hanya fokus pada perekrutan anggota baru. Penelitian oleh Hakim menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam harus tercermin dalam semua aspek bisnis untuk menciptakan lingkungan yang adil dan berkelanjutan (Mirza, 2020). Teori perubahan organisasi menyatakan bahwa perubahan budaya organisasi diperlukan untuk memastikan keberhasilan implementasi nilai-nilai etika.

Dalam keseluruhan analisis ini, penting untuk menekankan bahwa meskipun distributor Tianshi Syariah memiliki pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah, tantangan nyata tetap ada dalam penerapannya. Oleh karena itu, perlu ada upaya berkelanjutan dari pihak manajemen untuk memperkuat komitmen terhadap nilai-nilai etika agar praktik bisnis tidak hanya sesuai dengan teori tetapi juga dapat dipraktikkan secara efektif di lapangan. Dengan demikian, hal ini akan membantu membangun reputasi positif bagi perusahaan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap model bisnis MLM syariah seperti Tiens.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari analisis etika bisnis Tiens Syariah pada distributor Tiens menunjukkan bahwa meskipun distributor memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip syariah, tantangan dalam penerapan praktik etika bisnis masih signifikan. Kesadaran akan nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, dan keadilan menjadi inti dari etika bisnis Islam. Namun, kurangnya transparansi dalam komunikasi dan ketidakadilan dalam sistem distribusi komisi menjadi hambatan utama dalam penerapan prinsip-prinsip ini secara konsisten. Tekanan untuk mencapai target finansial sering kali mendorong distributor untuk lebih fokus

pada perekrutan anggota baru daripada penjualan produk, yang dapat menciptakan praktik tidak etis dan ketidakpuasan di kalangan anggota baru.

Untuk meningkatkan penerapan etika bisnis, perusahaan perlu memperkuat pelatihan tentang prinsip-prinsip syariah dan etika bisnis dengan penekanan pada transparansi dan keadilan. Evaluasi sistem komisi juga diperlukan untuk memastikan semua distributor, terutama yang baru bergabung, memiliki kesempatan yang sama untuk meraih keuntungan. Selain itu, perusahaan harus menciptakan budaya yang mendorong penjualan produk berkualitas, bukan hanya fokus pada perekrutan anggota baru. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar fokus ditujukan pada analisis lebih mendalam mengenai dampak penerapan prinsip-prinsip etika bisnis syariah terhadap kinerja jangka panjang distributor Tiens. Penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai etika ini mempengaruhi loyalitas pelanggan dan retensi anggota dalam jangka waktu tertentu. Dengan pendekatan ini, penelitian selanjutnya dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang efektivitas strategi etika bisnis dalam konteks MLM syariah.

6. REFERENSI

- Al-Amin, & Muthoifin. (2024). Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Bisnis Multi Level Marketing Tiens Syariah. *7(1)*, 395–403. <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v7i1.866>. Review
- Arifin, M. (2022). Pemasaran syariah dalam perspektif hadits dan aplikasinya pada perbankan syariah. *Jurnal Pemikiran Perbankan Syariah*, *5(2)*, 83-97. <https://doi.org/10.51476/madanisyariah.v5i2.382>
- Burhanudin, J. (2023). Tinjauan etika bisnis islam pada penetapan upah jasa angkut barang di terminal. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 115-120. <https://doi.org/10.29313/jrps.v2i2.2902>
- Dea, L., & Widigdo, M. S. A. (2020). Tinjauan etika bisnis islam pada praktik bisnis multi level marketing Tiens Syariah di Yogyakarta. 6.
- FITRIYANI, A. (2023). Implementasi aksioma etika bisnis islam (studi kasus PT. Arminareka Perdana cabang Yogyakarta). *Lariba*, *4(2)*, 1-15. <https://doi.org/10.53649/lariba.v4i2.268>
- Hafiza, S., & Mawarpury, M. (2018). Pemaknaan Kebahagiaan oleh Remaja Broken Home. *5*, 59–66. <https://doi.org/10.15575/psy.v5i1.1956>
- Hakim. (2023). Analisis pengaruh word of mouth, kualitas produk, dan etika bisnis islam terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, *3(2)*, 92-104. <https://doi.org/10.18326/jiem.v3i2.92-104>
- Hidayati, S., & Syuhada', S. (2022). Pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap tingkat transaksi jual beli di pasar tradisional. *Adilla Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, *5(1)*, 20-38. <https://doi.org/10.52166/adilla.v5i1.2889>
- Julvianita, J. (2023). Analisis etika bisnis islam dalam penjualan daging sapi studi kasus implementasi prinsip-prinsip islam. *Jurnal Asy-Syarikah Jurnal Lembaga Keuangan Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *5(2)*, 115-122. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v5i2.2012>
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan label halal terhadap kepuasan konsumen produk body lotion Citra (studi kasus mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, *8(6)*, 743. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>
- Mashudi, M. (2018). Perilaku dan budaya konsumen madura dalam dinamika etika bisnis syariah. *Al-Insiyroh Jurnal Studi Keislaman*, *2(2)*, 133-149. <https://doi.org/10.35309/alinsiyroh.v2i2.3326>

- Melania, F., & Ridwan, A. (2022). Pengaruh penerapan etika pemasaran islami terhadap kepuasan pelanggan (studi pada pelanggan produk Chiztikk Surabaya). *Jurnal Iqtisaduna*, 8(1), 43-56. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i1.29069>
- Mirza, M. (2020). Prinsip-prinsip good corporate governance dan business ethic pada PT Unilever. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(3), 261-271. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i3.107>
- Maulana, M. V., & Faraby, M. E. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sapi di Pasar Rojokoyo Kediri. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(3), 129–143.
- Nisak, C. (2023). Etika bisnis perspektif etika bisnis syariah. *ECONIS*, 1(2), 107-118. <https://doi.org/10.61994/econis.v1i2.204>
- Nursyamsiah, & Nopianti. (2021). Pengaruh etika bisnis islam dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha Rofi Collection Ciamis. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1(1), 20. <https://doi.org/10.53566/jer.v1i1.20>
- Pesa Nugraha, P. (2023). Keunikan model marketing dari mulut ke mulut dalam era digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(10), 3160–3169. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i10.589>
- Prayoga, T. (2023). Potensi sistem hukum ekonomi syariah dalam pencegahan korupsi wujudkan integritas sektor ekonomi. *Al-Aqdu Journal of Islamic Economics Law*, 3(2), 135. <https://doi.org/10.30984/ajiel.v3i2.2850>
- Puspitasari, L. (2016). Etika bisnis islam: teori dan aplikasi pada perusahaan manufaktur. *El Muhasaba Jurnal Akuntansi (E-Journal)*, 7(2), 113. <https://doi.org/10.18860/em.v7i2.3884>
- Rahmawati, D. A., & Faraby, M. E. (2023). IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG MUSLIM PADA DESTINASI WISATA PANTAI LOMBANG. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(2), 209–218. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i2.1426>