

# **ANALISIS ETIKA BISNIS BERDASARKAN PEMIKIRAN AL-IMAM GHAZALI: STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MINIRAL WATER DAN MBS BAKERY**

Mohammad Majduddin  
Universitas Kiai Abdullah Faqih (Unkafa) Gresik  
E-Mail: [Muhammadmajduddin.inkafa@gmail.com](mailto:Muhammadmajduddin.inkafa@gmail.com)

**Abstract:** This research aims to investigate the implementation of business ethics in Mineral Water Companies by referring to the principles that emerged in the thoughts of Al-Imam Ghazali. The case study method is used to gain an in-depth understanding of the business practices, policies and values adopted by the company. The research subjects involved mineral water companies and MBS Bakery, selected based on their good reputation in business practices and commitment to ethical values. Data was collected through interviews, observation and document analysis. Data analysis was carried out qualitatively with a thematic and comparative approach. The research results show that the Mineral Water Company consistently applies the principles of business ethics, including honesty, justice and social responsibility. The implications of this research show that the application of business ethics can be a strategic force to improve company performance, increase consumer trust, and strengthen the company's image regarding environmental sustainability. Recommendations include improved employee training programs, marketing strategies more focused on ethical values, and increased environmental sustainability efforts. Thus, this research not only provides in-depth insight into the business practices of Mineral Water Company but also confirms the importance of business ethics in achieving long-term sustainable success.

**Key word:** *Business Ethics, Thoughts of Al-Imam Ghazali, Mineral water company, MBS Bakery*

## Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perhatian terhadap etika bisnis menjadi sangat penting. Etika bisnis mencakup nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip yang mengatur perilaku dan tindakan dalam konteks bisnis.<sup>1</sup> Etika bisnis yang baik memainkan peran yang krusial dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pemangku kepentingan, serta dalam menjaga integritas dan reputasi perusahaan.

Salah satu pemikir Islam yang memberikan pandangan yang kuat terkait etika bisnis adalah Al-Imam Ghazali. Al-Imam Ghazali, juga dikenal sebagai Hujjat al-Islam, adalah seorang cendekiawan Muslim terkenal yang hidup pada abad ke-11.<sup>2</sup> Pemikiran dan konsep yang diajukan oleh Al-Imam Ghazali dalam bidang etika bisnis memiliki relevansi yang tinggi dalam konteks bisnis modern. Dalam penelitian ini, kami akan menganalisis etika bisnis berdasarkan pemikiran Al-Imam Ghazali dengan melakukan studi kasus pada dua perusahaan, yaitu perusahaan air mineral dan perusahaan roti MBS. Studi kasus ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis menurut Al-Imam Ghazali dapat diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari.

Perusahaan air mineral dan perusahaan roti MBS dipilih sebagai objek studi kasus karena keduanya merupakan perusahaan yang beroperasi dalam sektor makanan dan minuman yang memiliki dampak langsung pada kesehatan dan kesejahteraan konsumen.<sup>3</sup> Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan praktik bisnis di kedua perusahaan ini. Melalui penelitian ini, kami berharap dapat mengidentifikasi aspek-etika bisnis yang muncul dalam praktik bisnis perusahaan air mineral dan perusahaan roti MBS berdasarkan pemikiran Al-Imam Ghazali. Selain itu, kami juga akan menganalisis dampak penerapan etika bisnis yang baik berdasarkan pemikiran Al-Imam Ghazali terhadap kinerja perusahaan dan persepsi pemangku kepentingan.

<sup>1</sup> Mashudi Mashudi, “Perilaku Dan Budaya Konsumen Madura Dalam Dinamika Etika Bisnis Syariah,” *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman* 2, no. 2 (2018): 133–49.

<sup>2</sup> KH Muhammad Sholikhin, *Menyatu Diri Dengan Ilahi* (Penerbit Narasi, 2010).

<sup>3</sup> Mohammad Majduddin, “Kajian Terhadap Standar Dan Sistem Sertifikasi Halal Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Di Pondok Pesantren Mambaus Sholihin,” *MASADIR: Jurnal Hukum Islam* 2, no. 2 (2022): 494–510.

Penelitian terdahulu yang terkait dengan etika bisnis telah banyak dilakukan, namun penelitian yang khusus menganalisis etika bisnis berdasarkan pemikiran Al-Imam Ghazali masih terbatas. Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji pemikiran dan kontribusi Al-Imam Ghazali dalam berbagai bidang, termasuk filsafat, teologi, dan pendidikan. Penelitian sebelumnya telah memberikan pemahaman yang luas tentang konsep etika bisnis dalam konteks Islam. Salah satu teori yang relevan adalah teori Maqasid al-Shariah.<sup>4</sup> Teori ini mengemukakan bahwa tujuan utama dari syariat Islam adalah menjaga dan melindungi lima aspek inti kehidupan, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda.<sup>5</sup> Dalam konteks bisnis, prinsip-prinsip Maqasid al-Shariah dapat menjadi landasan untuk memahami etika bisnis yang berorientasi pada keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan masyarakat.

Selain itu, teori Etika Keberlanjutan juga relevan dalam konteks bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Teori ini menekankan pentingnya mempertimbangkan dampak bisnis terhadap lingkungan dan masyarakat secara luas.<sup>6</sup> Dalam perspektif Al-Imam Ghazali, konsep etika bisnis yang baik harus mencakup keberlanjutan dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan perusahaan, konsumen, dan lingkungan.<sup>7</sup> Hasil penelitian terdahulu juga memberikan wawasan yang berharga terkait etika bisnis dalam konteks Islam. Misalnya, penelitian yang mengkaji implementasi etika bisnis berdasarkan prinsip-prinsip Islam di perusahaan-perusahaan, menemukan bahwa prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, integritas, dan keberlanjutan memainkan peran penting dalam praktik bisnis yang bertanggung jawab.<sup>8</sup> Selain itu, penelitian lain menganalisis pengaruh penerapan etika bisnis berdasarkan Islam terhadap kinerja keuangan

---

<sup>4</sup> Andi Muhammad Akmal, “Kehujahan Maqasid Al-Syari’ah,” *Ash-Shahabah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 4, no. 1 (2018): 20–27.

<sup>5</sup> Siti Sarah dan Nur Isyanto, “Maqashid Al-Syari’ah Dalam Kajian Teoritik Dan Praktek,” *Tayri’: Journal of Islamic Law* 1, no. 1 (2022): 69–104.

<sup>6</sup> Zainur Rifai, “Pelaporan Berkelanjutan Sebagai Konteks Evaluasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan,” *Akuntansi* ’45 4, no. 1 (2023): 32–39.

<sup>7</sup> Luhur Prasetyo, *Menilai Kesehatan Bank Syariah Berbasis Maqashid Al-Syari’ah* (Penerbit NEM, 2022).

<sup>8</sup> Desi Efianti, “Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil,” *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 1, no. 2 (2018): 171–203.

usaha kecil dan menengah.<sup>9</sup> Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam memiliki kinerja keuangan yang lebih baik daripada perusahaan yang tidak menerapkannya.

Dalam konteks studi kasus pada perusahaan air mineral dan perusahaan roti MBS, analisis etika bisnis berdasarkan pemikiran Al-Imam Ghazali dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang aspek-aspek etika bisnis yang perlu diperhatikan dalam praktik bisnis kedua perusahaan tersebut. Misalnya, prinsip keadilan dan keseimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis, perlindungan konsumen, tanggung jawab sosial perusahaan, dan pemeliharaan lingkungan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan air mineral dan perusahaan roti MBS dalam memperbaiki atau meningkatkan praktik bisnis mereka yang berlandaskan pada etika bisnis menurut pemikiran Al-Imam Ghazali. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan pemahaman tentang etika bisnis Islam dan penerapannya dalam konteks bisnis modern.

Dengan demikian, melalui penelitian ini, diharapkan dapat tercipta kesadaran yang lebih tinggi tentang pentingnya menerapkan etika bisnis berdasarkan pemikiran Al-Imam Ghazali dalam praktik bisnis Islam. Kesadaran ini diharapkan dapat mendorong perusahaan-perusahaan di sektor makanan dan minuman untuk mengintegrasikan nilai-nilai etika bisnis yang Islami dalam semua aspek kegiatan bisnis mereka, sehingga dapat menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat yang lebih luas.

## Metode

Penelitian ini mengadopsi pendekatan studi kasus untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang praktik bisnis perusahaan mineral water dan MBS Bakery dalam konteks etika bisnis berdasarkan pemikiran Al-Imam Ghazali. Melalui studi kasus, peneliti dapat menganalisis praktik bisnis, kebijakan, dan nilai-nilai yang diadopsi oleh kedua perusahaan tersebut. Subjek penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria inklusi, yaitu reputasi baik dalam praktik bisnis dan komitmen terhadap nilai-nilai etika sesuai pemikiran Al-Imam Ghazali.

---

<sup>9</sup> Ekarina Katmas, Nur Faizah, and Ayu Wulandari, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah," *Jurnal Aisy Syukriyyah* 23, no. 1 (2022): 22–35.

Penelitian ini akan melibatkan perusahaan mineral water dan MBS Bakery sebagai subjek penelitian. Kedua perusahaan ini terpilih karena reputasi baik dan komitmen terhadap nilai-nilai etika berdasarkan pemikiran Al-Imam Ghazali. Pengumpulan data akan melibatkan interaksi dengan manajemen, karyawan, dan pemangku kepentingan terkait lainnya. Analisis data akan bersifat kualitatif, melibatkan pengorganisasian, pemilihan, dan interpretasi data dari wawancara, observasi, dan dokumen terkait. Rancangan studi kasus sebagai pendekatan utama, memungkinkan analisis mendalam tentang etika bisnis perusahaan mineral water dan MBS Bakery sesuai pemikiran Al-Imam Ghazali. Populasi penelitian mencakup semua perusahaan mineral water dan MBS Bakery di wilayah tertentu, dengan sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan reputasi baik dan praktik bisnis yang berkaitan dengan etika. Data akan dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan manajemen, karyawan, dan pelanggan, dan dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisis kualitatif. Validitas penelitian diperkuat melalui triangulasi data dan pemilihan sampel yang representatif.

## Hasil dan Pembahasan

### Perusahaan Mineral Water dan MBS Bakery

Perusahaan mineral water dan MBS Bakery berada dibawah naungan Pondok Pesantren Mambaus Sholihin Gresik menjadi fokus penelitian ini sebagai dua entitas bisnis yang memenuhi kriteria inklusi yang ketat. Pemilihan kriteria ini didasarkan pada reputasi baik keduanya dalam praktik bisnis serta komitmen yang mereka tunjukkan terhadap nilai-nilai etika yang mengacu pada pemikiran Al-Imam Ghazali.<sup>10</sup> Perusahaan mineral water, sebagai produsen minuman, telah membangun citra sebagai penyedia minuman berkualitas tinggi, sementara MBS Bakery terkenal dalam menghasilkan produk roti dan kue yang lezat dan inovatif.<sup>11</sup> Penelitian ini tidak hanya berfokus pada pemahaman umum tentang keberhasilan bisnis keduanya, tetapi juga mencari wawasan yang mendalam tentang implementasi etika bisnis. Dalam analisis praktik bisnis, peneliti telah menelusuri bagaimana

---

<sup>10</sup> Febriana Ika Rahmatyani, “*Implementasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Pada FijFa Hotel Malang Ditinjau Dari Pandangan Imam Al-Ghazali*,” 2020.

<sup>11</sup> Mohammad Majduddin, “kajian terhadap standar dan sistem sertifikasi halal yang efektif untuk meningkatkan daya saing usaha di pondok pesantren mambaus sholihin,” *masadir: jurnal hukum islam* 2, no. 2 (2022): 494–510.

keduanya menjalankan operasional sehari-hari, mulai dari manajemen sumber daya manusia hingga strategi pemasaran. Begitu pula dengan kebijakan yang diadopsi, penelitian ini akan mengungkap bagaimana nilai-nilai etika tercermin dalam keputusan dan langkah-langkah strategis yang diambil oleh perusahaan.<sup>12</sup>

Perusahaan mineral water, dengan keunggulan di bidang minuman, dan MBS Bakery, dengan keahlian mereka dalam produk roti dan kue, menawarkan perspektif yang berbeda dalam penelitian ini. Analisis nilai-nilai etika Al-Imam Ghazali akan memberikan landasan filosofis untuk mengevaluasi komitmen keduanya terhadap etika bisnis. Sebagai perusahaan yang beroperasi di sektor makanan dan minuman, perhatian terhadap nilai-nilai etika tidak hanya menciptakan keunggulan kompetitif, tetapi juga membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya.

Penelitian ini membawa kita dalam perjalanan yang mengharukan melalui kisah luar biasa Perusahaan Mineral Water. Di balik setiap gelas, tersembunyi cerita hidup yang mengalir begitu alami dan indah. Pendekatan studi kasus yang teliti memungkinkan kita menggali lebih dalam, menemukan sejarah yang tidak ternilai dari perusahaan ini. Setiap butiran, setiap cerita dalam perjalanan ini adalah nyata, sebuah perjuangan yang membentuk fondasi teguh yang melandasi eksistensi mereka. Dalam cairan jernih setiap tetes air mineral, tersemat tekad dan semangat perusahaan ini untuk menjalin kehidupan. Mereka bukan sekadar bisnis, tetapi pencipta makna di setiap langkahnya. Melalui pendekatan studi kasus yang penuh perasaan, peneliti berhasil membuka lembaran sejarah yang memotret tekad yang luar biasa, sukses yang diraih melalui jerih payah tak terhitung.

Sejarah Perusahaan Mineral Water adalah sebuah perjalanan hati, melewati rintangan dan tantangan yang membentuk karakternya. Dan dalam setiap fase, kita merasakan getaran emosi yang melekat pada setiap individu yang terlibat. Itulah kekuatan dan keunikan perusahaan ini, bukan hanya sebagai produsen air mineral, tetapi sebagai penjaga cerita hidup yang begitu berharga. Sejak langkah pertama yang diambil oleh pendiri Perusahaan Mineral Water, aroma dedikasi dan semangat yang membara telah mewarnai setiap langkahnya. Dalam setiap tetes air

<sup>12</sup> Mohammad Majduddin, "Observasi Penelitian Etika Bisnis Imam Ghazali di Mineral Water dan MBS Bakery Pondok Pesantren Mambaus Sholihin Gresik," September 9, 2023, Gresik.

mineral yang dihasilkan, terkandung lebih dari sekadar segar, namun juga nilai-nilai etika bisnis yang mendalam, sebagaimana yang dianut menurut pemikiran Al-Imam Ghazali. Ini bukan hanya tentang menciptakan minuman, melainkan tentang membentuk sebuah komunitas yang meleburkan kualitas dan kepedulian terhadap etika dalam setiap aspek operasionalnya.

Setiap gelas air mineral adalah ciptaan yang mengalir dari hati, mengandung cerita dan komitmen yang tak terucapkan. Perusahaan Mineral Water tidak sekadar berdiri sebagai produsen minuman, melainkan sebagai pelopor komunitas yang tulus dalam menjaga integritas dan etika. Mereka bukan hanya menjual produk, tetapi juga membagikan sebuah pengalaman yang menyentuh hati, yang bermula dari sejauh langkah pertama pendiri. Dalam setiap embusan angin yang membawa aroma kesejukan, terdengar suara hati perusahaan ini yang memancar kepedulian terhadap etika bisnis. Mereka membentuk lebih dari sekadar merek, tetapi sebuah identitas yang mengalir dalam sejarah setiap tetesan air mineral yang mereka hasilkan. Kedalaman nilai-nilai ini menciptakan jalinan emosional dengan pelanggan, menjadikan setiap tegukan sebagai pengalaman yang memberi kehangatan.

Dari pendiri yang penuh dedikasi hingga setiap individu dalam tim, Perusahaan Mineral Water merangkai cerita hidup dalam setiap produknya. Ini adalah perjalanan emosional, di mana air mineral bukan hanya minuman, melainkan penjelmaan dari kepedulian dan integritas yang terus mengalir dalam setiap langkahnya.

Profil Perusahaan Mineral Water tidak hanya sebatas sekedar bisnis yang merangkum angka dan statistik. Di dalam jiwanya, perusahaan ini membawa kehadiran yang erat dengan setiap pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya<sup>13</sup>. Mereka mengukir makna yang mendalam dalam membangun hubungan yang tidak hanya berlangsung sebentar, tetapi berkelanjutan, seiring waktu. Dibalut dengan reputasi baik yang bersinar seperti sinar matahari terbenam, Perusahaan Mineral Water menciptakan fondasi yang kuat melalui praktik bisnis yang transparan dan berintegritas. Kepercayaan bukanlah sekadar kata, melainkan cerminan dari setiap tindakan yang mereka ambil. Inilah yang menjadikan perusahaan ini bukan hanya sebuah merek, tetapi simbol keberhasilan yang disemayamkan dalam nilai-nilai luhur.

---

<sup>13</sup> Majduddin.

Di setiap gelas air mineral yang mereka sediakan, terasa kehangatan hubungan yang dibangun dengan cermat. Perusahaan ini meleburkan diri dalam setiap kehidupan yang disentuhnya, menciptakan ikatan yang lebih kuat daripada sekadar bisnis. Dalam kejujuran dan dedikasi, Perusahaan Mineral Water bukan sekadar penyedia minuman, melainkan pengembala emosional yang merangkul makna sejati dari keterlibatan. Dalam setiap tetes keberhasilan yang diraih, terpatri nilai-nilai luhur yang terus dijaga. Perusahaan Mineral Water bukan hanya menjual air mineral, melainkan menghadirkan simbol keberhasilan yang bersandar pada kejujuran, integritas, dan keterlibatan. Di balik label mereknya, tersemat cerita kehidupan yang terus beresonansi, menjadi nyanyian emosional dari sebuah perjalanan yang membentuk lebih dari sekadar profil bisnis.

Produk-produk Perusahaan Mineral Water bukanlah sekadar minuman, melainkan sebuah perjalanan sensorial yang membela setiap indera. Seperti menyelami alam semesta melalui sentuhan air, mereka membawa kita ke pengalaman yang begitu mendalam. Dari sumber air alam yang murni, perusahaan ini bukan sekadar menyajikan, melainkan menciptakan sebuah mahakarya rasa yang dipadu dengan keaslian dan kesehatan. Setiap tegukan adalah seperti membuka lembaran kenangan yang terlipat rapi. Rasanya lebih dari sekadar sensasi di lidah; itu adalah kehangatan dari batin yang mengalir setiap kali bersentuhan dengan bibir. Mereka tidak hanya menjual minuman, tetapi menciptakan serangkai kenangan dan keceriaan yang tertuang dalam setiap gelas. Inilah warisan yang mereka persembahkan, sebuah jejak emosional yang membangun cerita kehidupan.

Dalam setiap gelas air mineral, terbaca perjalanan panjang dan tekad yang ditanamkan oleh setiap individu dalam tim. Itu adalah lebih dari sekadar minum, itu adalah menyatu dengan alam, mengenang keberagaman rasa yang dihadirkan. Perusahaan Mineral Water adalah pencipta momen-momen kecil yang membentuk kenangan indah, menghadirkan kebahagiaan dalam setiap tegukan, dan meninggalkan warisan tak terlupakan dalam setiap lubuk hati. Perusahaan Mineral Water bukanlah sekadar nama yang berkibar di dunia bisnis, melainkan sebuah kisah hidup yang mengalir dalam setiap tetes air mineral yang mereka hasilkan. Sejak langkah pertama yang diambil oleh pendiri, kehadiran mereka terasa seperti orkestra emosi, membangun sejarah yang tak ternilai. Dalam penelitian ini, kita menyelami lebih dalam,

mengungkap bagaimana setiap aspek dari perusahaan ini membentuk keberhasilan yang tak hanya materi, tetapi juga bermakna.

Sejarah Perusahaan Mineral Water menjadi landasan yang membangun fondasi kuat untuk masa depannya. Kisah tekad dan perjuangan pendiri meresap dalam setiap langkah, menciptakan identitas yang tak lekang oleh waktu. Ini bukan hanya tentang air mineral, tetapi juga tentang sebuah perjalanan panjang yang menggambarkan kehidupan dan visi yang teguh. Profil perusahaan menjadi cermin dari komitmen mereka dalam membangun hubungan yang berkelanjutan. Mereka tidak hanya berinteraksi dengan pelanggan, tetapi membaur dengan karyawan dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan reputasi baik yang terukir melalui praktik bisnis yang transparan, Perusahaan Mineral Water bukan hanya sebagai produsen, melainkan sebagai bagian dari masyarakat yang peduli dan terlibat. Produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini bukan sekadar minuman, melainkan sebuah pengalaman sensorial yang membangkitkan setiap indera. Dari sumber air alam yang murni, tercipta keunggulan rasa yang menjadi cerminan keaslian dan kesehatan. Setiap tegukan adalah seutas kenangan, sebuah warisan yang menciptakan jejak emosional dalam hidup setiap pelanggan.

Di balik layar, struktur organisasi perusahaan menjadi pilar keharmonisan. Setiap anggota tim memiliki peran penting, dan nilai-nilai etika bisnis Al-Imam Ghazali terpatri dalam keputusan dan tindakan sehari-hari. Mereka tidak hanya menghasilkan air mineral, tetapi juga menggelorakan semangat untuk menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kesuksesan perusahaan ini tak terukur hanya dalam angka-angka, tetapi juga dalam jejak kemanusiaan yang mereka tinggalkan. Kebijakan berkelanjutan dan tanggung jawab sosial menjadi cermin dari komitmen Perusahaan Mineral Water sebagai agen perubahan yang baik. Hasil penelitian ini membentuk gambaran emosional tentang perusahaan yang bukan hanya meraih puncak kesuksesan bisnis, melainkan juga menjadi inspirasi dalam mewujudkan etika bisnis yang tulus dan berkelanjutan. Perusahaan Mineral Water adalah lebih dari sekadar bisnis; mereka adalah arsitek sebuah cerita hidup yang menginspirasi dan memberi makna.

## **Implementasi etika bisnis berdasarkan pemikiran Al-Imam Ghazali**

Dalam penelitian ini, perhatian utama tertuju pada eksplorasi implementasi etika bisnis yang bersumber dari pemikiran Al-Imam Ghazali. Pemikiran ini membawa dimensi moral yang mendalam, meresap dalam setiap aspek praktik bisnis perusahaan, dan membentuk landasan yang kukuh untuk mencapai keberlanjutan dan kesuksesan.<sup>14</sup> Pemikiran Al-Imam Ghazali, seorang cendekiawan Islam ternama, memberikan dasar filosofis yang kaya akan nilai-nilai moral dalam konteks bisnis.<sup>15</sup> Prinsip-prinsip etika yang diterapkan bukan sekadar aturan, tetapi sebuah pandangan hidup yang menyeluruh. Kejujuran dan integritas, menurut Ghazali, bukan hanya aspek penting dalam bisnis, melainkan fondasi yang membangun kepercayaan dan keberlanjutan dalam jangka panjang.<sup>16</sup>

Dalam meresapi pemikiran Ghazali, Perusahaan Mineral Water membangun landasan etika bisnisnya. Kejujuran dijadikan pilar utama dalam setiap transaksi bisnis, menciptakan atmosfer kepercayaan di antara pelanggan, mitra bisnis, dan seluruh pemangku kepentingan. Kejujuran ini bukan hanya tentang menyampaikan informasi yang benar, tetapi juga tentang konsistensi dalam menjalankan nilai-nilai moral dalam setiap aspek operasional. Selain itu, prinsip keadilan Ghazali tercermin dalam kebijakan perlakuan yang adil dan setara terhadap seluruh elemen perusahaan.<sup>17</sup> Dalam konteks ini, Perusahaan Mineral Water menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan harmonis, di mana setiap individu dihargai dan memiliki hak yang setara. Prinsip keadilan ini menjadi landasan dalam pengambilan keputusan, memastikan bahwa nilai-nilai etika bisnis tidak hanya diucapkan, tetapi dijalankan dengan konsistensi.

Pemikiran Ghazali juga mendorong Perusahaan Mineral Water untuk melibatkan diri dalam tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial diintegrasikan sebagai bagian tak terpisahkan dari operasional

<sup>14</sup> Sarini Syarifuddin and Muhammad Ikhwan Saputra, “*Al-Ghazali Dan Perilaku Pasar: Perpektif Etika Bisnis Dalam Kitab Ihya Ulum Ad-Din*,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 501–7.

<sup>15</sup> MHI Jonwari, “*Nilai-Nilai Tasawwuf Dalam Fikih Mu’amalah (Tela’ah Atas Pemikiran Al-Ghazali)*,” n.d.

<sup>16</sup> Eko Yuliawan, “*Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian*,” *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 12, no. 1 (2018): 34–49.

<sup>17</sup> Imam Rasyidin, “*Implementasi Denda Dalam Akad Pembiayaan Pada Perbankan Syariah Terhadap Prinsip Keadilan Dan Kemanfaatan: Studi Comparative Law Dengan Penerapan Bunga Di Bank Konvensional*,” 2021.

perusahaan, menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.<sup>18</sup> Perusahaan ini bukan hanya berbisnis untuk meraih keuntungan semata, tetapi juga sebagai agen perubahan yang bertanggung jawab terhadap keberlanjutan dunia.

Dalam menggali implementasi etika bisnis berbasis pemikiran Al-Imam Ghazali, penelitian ini memaparkan bahwa nilai-nilai moral bukanlah sekadar tambahan, melainkan dasar yang mengokohkan eksistensi Perusahaan Mineral Water. Kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial bukan hanya menjadi kata-kata, tetapi menjadi nyata dalam setiap tindakan dan keputusan yang diambil oleh perusahaan.<sup>19</sup> Melalui pendekatan ini, terbentuklah landasan etika bisnis yang mendalam, menjadi fondasi bagi perusahaan dalam mencapai keberlanjutan dan kesuksesan yang bermakna.

Perusahaan Mineral Water menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis yang kokoh, yang bersumber dari pemikiran Al-Imam Ghazali. Kejujuran dan integritas menjadi fondasi utama dalam setiap transaksi bisnis mereka. Kepercayaan, menurut mereka, tidak hanya diperoleh melalui kualitas produk, tetapi juga melalui kejujuran dalam setiap interaksi bisnis.<sup>20</sup> Ini bukan hanya nilai, tetapi menjadi pondasi utama dalam membangun dan memelihara hubungan bisnis yang berkelanjutan.<sup>21</sup> Prinsip keadilan menjadi panduan dalam pengambilan keputusan di Perusahaan Mineral Water.<sup>22</sup> Mereka menekankan perlakuan adil dan setara terhadap karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Perusahaan ini membangun lingkungan yang inklusif dan harmonis, di mana setiap individu dihargai dan diberikan hak yang setara. Prinsip ini tidak hanya diakui sebagai pedoman, tetapi diintegrasikan dalam budaya perusahaan yang mendalam.<sup>23</sup>

---

<sup>18</sup> Mohamad Nur Utomo, *Ramah Lingkungan Dan Nilai Perusahaan* (Jakad Media Publishing, 2019).

<sup>19</sup> Maslahatun Kamilah et al., “Ethical Leadership: Literature Study,” *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research* 2, no. 4 (2023): 655–80.

<sup>20</sup> Majduddin, “Observasi Penelitian Etika Bisnis Imam Ghozali di Mineral Water dan MBS Bakery Pondok Pesantren Mambaus Sholihin Gresik.”

<sup>21</sup> Lintang Edityastono et al., “Penguatan Resiliensi Dan Daya Saing UMKM Di Era Digital Melalui Strategi Branding Dan Komunikasi Bisnis,” *Jurnal KARINOV* 6, no. 1 (2023): 47–53.

<sup>22</sup> Majduddin, “Kajian Terhadap Standar Dan Sistem Sertifikasi Halal Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Di Pondok Pesantren Mambaus Sholihin,” 2022.

<sup>23</sup> Mohammad Majduddin, “Wawancara Etika Bisnis dengan Pimpinan Perusahaan” (Mandiri, Oktober 2023).

Tanggung jawab sosial merupakan bagian integral dari operasional Perusahaan Mineral Water. Mereka tidak hanya melihat bisnis sebagai entitas yang berdiri sendiri, tetapi sebagai bagian dari masyarakat dan lingkungan sekitar. Dalam upaya memberikan kontribusi positif, perusahaan ini menerapkan kebijakan tanggung jawab sosial, menciptakan dampak positif yang berkelanjutan. Citra perusahaan yang peduli terhadap keberlanjutan menjadi cermin dari nilai-nilai etika yang mereka anut. Dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip ini, Perusahaan Mineral Water tidak hanya memegang teguh pada nilai-nilai itu sendiri, tetapi juga mengintegrasikannya dalam setiap aspek operasional.<sup>24</sup> Kejujuran tidak hanya diutarakan dalam kata-kata, tetapi terlihat dalam transparansi dalam setiap proses bisnis. Keadilan bukan hanya slogan, tetapi tercermin dalam perlakuan setara kepada seluruh anggota perusahaan.

Tanggung jawab sosial bukan hanya wacana, melainkan praktik nyata yang menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.<sup>25</sup> Perusahaan Mineral Water menjadikan keberlanjutan sebagai tanggung jawab, memastikan bahwa setiap tindakan bisnis mereka tidak hanya memberikan keuntungan ekonomis, tetapi juga meninggalkan jejak positif dalam warisan keberlanjutan.<sup>26</sup> Keberhasilan perusahaan ini tidak hanya dilihat dari segi finansial, tetapi juga dari dampak positif yang mereka bawa bagi masyarakat. Kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial bukan hanya menjadi nilai tambah, melainkan pondasi yang mengokohkan eksistensi Perusahaan Mineral Water. Dalam penelitian ini, terungkaplah bahwa implementasi etika bisnis berbasis moral bukanlah sekadar pilihan, tetapi menjadi prasyarat utama dalam membentuk bisnis yang berdaya tahan dan bermakna.

### **Implementasi Etika Bisnis di Perusahaan Mineral Water**

Implementasi etika bisnis di Perusahaan Mineral Water mengilustrasikan komitmen yang konkret dan menyeluruh melalui berbagai kebijakan dan tindakan. Dalam hal manajemen sumber daya

<sup>24</sup> Majuddin.

<sup>25</sup> Willya Achmad, "Pemetaan Sosial Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Dinamika Program Pemberdayaan Di Indonesia," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 4 (2023): 4367–80.

<sup>26</sup> Fauzan Fauzan, Setianingrum Nurul, and Mauliyah Nur Ika, "Etika Bisnis Dan Profesi," 2023.

manusia, perusahaan menjunjung tinggi kesejahteraan karyawan dengan menerapkan kebijakan seperti program pelatihan dan kesehatan.<sup>27</sup> Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan karyawan, tetapi juga mendukung aspek kesehatan dan kebahagiaan mereka, menciptakan iklim kerja yang positif, dan membentuk karyawan yang produktif.

Dalam aspek pemasaran, Perusahaan Mineral Water menempatkan kejujuran dan transparansi sebagai landasan utama. Komitmen untuk memberikan informasi yang jujur dan transparan kepada konsumen terlihat dalam setiap strategi pemasaran. Selain menonjolkan keunggulan produk, perusahaan juga berusaha memberikan pemahaman mendalam tentang nilai-nilai etika bisnis yang mereka anut. Ini bukan sekadar taktik pemasaran, melainkan upaya sungguh-sungguh untuk membangun kepercayaan pelanggan, sehingga konsumen merasa yakin dengan produk dan nilai-nilai yang diwakili oleh perusahaan.

Di sektor keberlanjutan lingkungan, Perusahaan Mineral Water mengambil langkah-langkah nyata untuk menjadi agen perubahan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Mereka mengimplementasikan praktik-praktik ramah lingkungan, seperti pengelolaan limbah yang bertanggung jawab dan penggunaan sumber daya alam yang berkelanjutan. Langkah-langkah ini tidak hanya mencerminkan tanggung jawab terhadap bumi, tetapi juga menunjukkan peran perusahaan dalam menjaga keberlanjutan lingkungan bagi generasi mendatang.

Penelitian ini membuka tirai terhadap gambaran penuh warna tentang implementasi etika bisnis di Perusahaan Mineral Water. Dari prinsip-prinsip etika yang mendalam hingga tindakan konkret dalam setiap lapisan operasional, perusahaan ini tidak hanya mencapai kesuksesan bisnis, tetapi juga menjadi contoh nyata tentang bagaimana etika bisnis dapat menjadi kekuatan pendorong dalam menciptakan lingkungan bisnis yang berlandaskan moral dan kemanusiaan.

Dalam menghadapi dinamika bisnis modern, Perusahaan Mineral Water menunjukkan bahwa keberhasilan bukan hanya terukur dari pencapaian finansial semata, tetapi juga dari dampak positif yang dihasilkan dalam berbagai aspek kehidupan. Implementasi etika bisnis bukanlah sekadar strategi, melainkan suatu kebutuhan esensial untuk menghadirkan perusahaan yang berdaya tahan, bermakna, dan

---

<sup>27</sup> Majduddin, "Wawancara Etika Bisnis dengan Pimpinan Perusahaan."

memberikan nilai tambah positif bagi seluruh ekosistem bisnisnya.<sup>28</sup> Dalam ranah pemasaran, Perusahaan Mineral Water menonjolkan kejujuran dan transparansi sebagai landasan strategi mereka. Informasi yang disampaikan kepada konsumen tidak hanya berkutat pada keunggulan produk, melainkan juga memberikan gambaran mendalam mengenai nilai-nilai etika bisnis yang menjadi dasar perusahaan. Konsistensi ini mencerminkan kesesuaian yang kuat antara prinsip-prinsip etika bisnis dan praktik implementasinya dalam strategi pemasaran.

Perusahaan Mineral Water tidak hanya mengakui nilai-nilai etika bisnis sebagai retorika semata. Mereka memperlihatkan komitmen yang nyata dalam mengaplikasikan prinsip-prinsip ini dalam seluruh aspek operasionalnya. Dalam manajemen sumber daya manusia, kebijakan kesejahteraan karyawan bukan hanya sekadar formalitas tetapi mencerminkan tekad untuk menciptakan lingkungan kerja yang positif dan mendukung perkembangan individu. Dalam konteks pemasaran, kejujuran dan transparansi bukan hanya menjadi kata-kata, melainkan menjadi fondasi yang membentuk kepercayaan konsumen. Informasi yang disampaikan tidak hanya untuk kepentingan penjualan tetapi juga untuk membangun hubungan yang jujur dan transparan dengan konsumen.

Di sektor keberlanjutan lingkungan, praktik-praktik yang ramah lingkungan bukanlah sekadar formalitas, tetapi mencerminkan komitmen nyata untuk bertanggung jawab terhadap bumi. Perusahaan Mineral Water menunjukkan bahwa kesesuaian antara nilai-nilai etika bisnis dan praktik implementasinya bukanlah konsep semata, tetapi diwujudkan dalam tindakan riil yang memberikan dampak positif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menggambarkan bahwa Perusahaan Mineral Water tidak hanya mengikuti tren etika bisnis, tetapi benar-benar mempraktikkannya dalam setiap aspek operasionalnya. Kesesuaian yang tampak antara prinsip-prinsip etika bisnis dan implementasi praktisnya membuktikan bahwa perusahaan ini bukan hanya berbicara tentang etika bisnis, melainkan menghidupkannya dalam setiap langkahnya. Penelitian ini melibatkan evaluasi mendalam terhadap efektivitas implementasi etika bisnis di Perusahaan Mineral Water dan bagaimana hal tersebut memengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Temuan dari penelitian ini

---

<sup>28</sup> Andreas Budihardjo et al., *Fenomena Bisnis Ekonomi Terkini: Seri 2 2022-2023* (Praesetya Mulya Publishing, 2023).

menunjukkan bahwa implementasi yang kokoh dari prinsip-prinsip etika bisnis memberikan dampak positif yang signifikan terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan.

Pertama, dalam ranah manajemen sumber daya manusia, implementasi kebijakan yang mendukung kesejahteraan karyawan secara langsung menghasilkan peningkatan produktivitas dan loyalitas karyawan. Pelatihan yang diberikan tidak hanya meningkatkan keterampilan, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang positif. Inisiatif ini mendukung pertumbuhan individu, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja keseluruhan perusahaan. Kedua, dalam aspek pemasaran, kejujuran dan transparansi dalam komunikasi kepada konsumen membentuk dasar kuat kepercayaan. Informasi yang disampaikan kepada konsumen tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai etika bisnis yang dipegang oleh perusahaan. Ini memberikan dampak positif pada reputasi perusahaan dan meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Di bidang keberlanjutan lingkungan, implementasi praktik-praktik ramah lingkungan menjadikan Perusahaan Mineral Water sebagai pilihan utama bagi konsumen yang peduli lingkungan. Dampak positif ini tidak hanya menciptakan keuntungan kompetitif tetapi juga meningkatkan daya tarik produk Perusahaan Mineral Water di pasaran.

Dalam kesimpulan, penilaian menyeluruh tentang kesesuaian antara prinsip-prinsip etika bisnis dan implementasi di Perusahaan Mineral Water, bersama dengan efektivitas implementasinya dalam meningkatkan kinerja perusahaan, memberikan gambaran bahwa perusahaan ini telah berhasil menerapkan etika bisnis sebagai pilar kesuksesannya. Implementasi yang konsisten dan efektif bukan hanya menciptakan keberhasilan bisnis, tetapi juga menjadikan Perusahaan Mineral Water sebagai model inspiratif dalam mewujudkan etika bisnis yang berbasis moral dan berkelanjutan.

## Kesimpulan

Penelitian ini menyelidiki implementasi etika bisnis berdasarkan pemikiran Al-Imam Ghazali di Perusahaan Mineral Water. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan ini secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial, dalam berbagai aspek operasionalnya. Kesesuaian yang kuat antara nilai-nilai etika bisnis dan implementasi nyata terlihat dalam manajemen sumber daya manusia, pemasaran, dan

praktik keberlanjutan lingkungan. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa Perusahaan Mineral Water telah berhasil mengintegrasikan etika bisnis ke dalam DNA perusahaan. Praktik etika bisnis yang konsisten memberikan dampak positif pada kinerja perusahaan, terutama dalam hal produktivitas karyawan, kepercayaan konsumen, dan citra perusahaan terkait keberlanjutan lingkungan. Implikasi ini memberikan gambaran bahwa penerapan etika bisnis dapat menjadi kekuatan strategis untuk kesuksesan jangka panjang. Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi dapat diajukan. Pertama, perusahaan dapat terus memperkuat program pelatihan dan pengembangan karyawan untuk meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas. Kedua, strategi pemasaran yang fokus pada nilai-nilai etika bisnis dapat ditingkatkan untuk memperluas pengaruh positif pada citra perusahaan. Terakhir, upaya keberlanjutan lingkungan dapat ditingkatkan dengan mengidentifikasi inovasi dan praktik terkini untuk meminimalkan dampak lingkungan. Dengan mengimplementasikan rekomendasi ini, diharapkan Perusahaan Mineral Water dapat memperkuat posisinya sebagai pemimpin industri yang tidak hanya sukses secara bisnis tetapi juga menjadi agen perubahan positif dalam mewujudkan etika bisnis yang berkelanjutan.

### Daftar Pustaka

- Achmad, Willya. "Pemetaan Sosial Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Dinamika Program Pemberdayaan Di Indonesia." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 4 (2023): 4367–80.
- Akmal, Andi Muhammad. "Kehujahan Maqasid Al-Syari'ah." *Ash-Shababah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 4, no. 1 (2018): 20–27.
- Budihardjo, Andreas, Aulia Ardista Wiradarmo, Fati Ramadhanti, Indra Saputra, Luki Safriana, M Setiawan Kusmulyono, Prita Prasetya, Sammy Kristamuljana, Sonny Agustiawan, and Wayan R Susila. *Fenomena Bisnis Ekonomi Terkini: Seri 2 2022-2023*. Prasetiya Mulya Publishing, 2023.

- Edityastono, Lintang, Hapsari Dian Sylvatri, Karisma Sri Rahayu, and Nur Ambulani. "Penguatan Resiliensi Dan Daya Saing UMKM Di Era Digital Melalui Strategi Branding Dan Komunikasi Bisnis." *Jurnal KARINOV* 6, no. 1 (2023): 47–53.
- Eflanti, Desi. "Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil." *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 1, no. 2 (2018): 171–203.
- Fauzan, Fauzan, Setianingrum Nurul, and Mauliyah Nur Ika. "Etika Bisnis Dan Profesi," 2023.
- Jonwari, MHI. "Nilai-Nilai Tasawwuf Dalam Fikih Mu'amalah (Tela'ah Atas Pemikiran Al-Ghazali)," n.d.
- Kamilah, Maslahatun, Urjuan Mamduh, Ira Alvina Damayanti, and Mochammad Isa Anshori. "Ethical Leadership: Literature Study." *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research* 2, no. 4 (2023): 655–80.
- Katmas, Ekarina, Nur Faizah, and Ayu Wulandari. "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Jurnal Asy-Syukriyyah* 23, no. 1 (2022): 22–35.
- Majduddin, Mohammad. "Kajian terhadap standar dan sistem sertifikasi halal yang efektif untuk meningkatkan daya saing usaha di pondok pesantren mambaus sholihin." *MASADIR: Jurnal Hukum Islam* 2, no. 2 (2022): 494–510.
- \_\_\_\_\_. "Kajian terhadap standar dan sistem sertifikasi halal yang efektif untuk meningkatkan daya saing usaha di pondok pesantren mambaus sholihin." *MASADIR: Jurnal Hukum Islam* 2, no. 2 (2022): 494–510.
- \_\_\_\_\_. "Observasi Penelitian Etika Bisnis Imam Ghozali di Mineral Water dan MBS Bakery Pondok Pesantren Mambaus Sholihin Gresik," September 9, 2023. Gresik.
- \_\_\_\_\_. "Wawancara Etika Bisnis dengan Pimpinan Perusahaan." Mandiri, Oktover 2023.
- Mashudi, Mashudi. "Perilaku Dan Budaya Konsumen Madura Dalam Dinamika Etika Bisnis Syariah." *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman* 2, no. 2 (2018): 133–49.
- Prasetyo, Luhur. *Menilai Kesehatan Bank Syariah Berbasis Maqashid Al-Syari'ah*. Penerbit NEM, 2022.

- Rahmatyani, Febriana Ika. "Implementasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Pada Fif-Fa Hotel Malang Ditinjau Dari Pandangan Imam Al-Ghazali," 2020.
- Rasyidin, Imam. "Implementasi Denda Dalam Akad Pembiayaan Pada Perbankan Syariah Terhadap Prinsip Keadilan Dan Kemanfaatan: Studi Comparative Law Dengan Penerapan Bunga Di Bank Konvensional," 2021.
- Rifai, Zainur. "Pelaporan Berkelanjutan Sebagai Konteks Evaluasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan." *Akuntansi* 45.4, no. 1 (2023): 32–39.
- Sarah, Siti, and Nur Isyanto. "Maqashid Al-Syari'ah Dalam Kajian Teoritik Dan Praktek." *Tasyri: Journal of Islamic Law* 1, no. 1 (2022): 69–104.
- Sholikhin, KH Muhammad. *Menyatui Diri Dengan Ilahi*. Penerbit Narasi, 2010.
- Syarifuddin, Sarini, and Muhammad Ikhwan Saputra. "Al-Ghazali Dan Perilaku Pasar: Perpesktif Etika Bisnis Dalam Kitab Ihya Ulum Ad-Din." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 501–7.
- Utomo, Mohamad Nur. *Ramah Lingkungan Dan Nilai Perusahaan*. Jakarta: Media Publishing, 2019.
- Yuliawan, Eko. "Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian." *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 12, no. 1 (2018): 34–49.