

## Prototype Saudagar Muslim Etika Pelaku Bisnis Islami dalam Praktik Kewirausahaan Farmasi Apotek Lugina Rancaekek

M. Furqon Baihaqi<sup>1</sup>, Riska Auliandini<sup>2</sup>, Yuniza<sup>3</sup>, Mochamad Fadlani Salam<sup>4</sup>

Universitas Muhammadiyah Bandung<sup>1,2,3,4</sup>

\*Email Korespondensi: [riskaauliandinii@gmail.com](mailto:riskaauliandinii@gmail.com)

### ABSTRACT

#### Sejarah Artikel:

Diterima 20-07-2025  
Disetujui 24-07-2025  
Diterbitkan 26-07-2025

*Pharmaceutical entrepreneurship practices require not only efficiency and profitability but also adherence to business ethics, particularly within the context of Islamic values. This study aims to examine the implementation of Islamic business ethics in the management of Lugina Pharmacy in Rancaekek District, highlighting aspects of profit-making, price transparency, and patient care. The method used is descriptive qualitative with a case study approach through observation, interviews, documentation, and literature review. The results show that Lugina Pharmacy integrates the principles of shiddiq (honesty), amanah (trustworthiness), tabligh (conveying the truth), and fathonah (intelligence) in its pharmaceutical services. Pricing practices are in accordance with the Highest Retail Price (HET), patient education is implemented ethically, and the 5S values (smile, greet, greet, polite, and courteous) become the core service culture. These findings reinforce that Islamic business ethics can increase consumer trust and loyalty and become a superior strategy in facing competition in the pharmaceutical industry. This study recommends strengthening Islamic entrepreneurship education for pharmaceutical personnel as an effort to shape the character of modern Muslim traders who are professional, spiritual, and benefit-oriented.*

**Keywords:** Islamic Business Ethics, Pharmacy, Pharmaceutical Entrepreneurship, Muslim Merchants, Consumer Trust

### ABSTRAK

Praktik kewirausahaan farmasi tidak hanya menuntut efisiensi dan profitabilitas, tetapi juga kepatuhan terhadap etika bisnis, khususnya dalam konteks nilai-nilai Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi etika bisnis Islami dalam pengelolaan Apotek Lugina di Kecamatan Rancaekek, dengan menyoroti aspek pengambilan keuntungan, transparansi harga, dan pelayanan pasien. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kajian literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Apotek Lugina mengintegrasikan prinsip shiddiq (jujur), amanah (dapat dipercaya), tabligh (menyampaikan kebenaran), dan fathonah (cerdas) dalam pelayanan kefarmasian. Praktik harga sesuai dengan Harga Eceran Tertinggi (HET), edukasi pasien diterapkan secara beretika, dan nilai 5S (senyum, sapa, salam, sopan, santun) menjadi budaya pelayanan utama. Temuan ini memperkuat bahwa etika bisnis Islami mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen serta menjadi strategi unggulan dalam menghadapi persaingan industri farmasi. Studi ini merekomendasikan penguatan pendidikan kewirausahaan Islami bagi tenaga kefarmasian sebagai upaya membentuk karakter saudagar

---

Muslim modern yang profesional, spiritual, dan berorientasi maslahat.

**Kata Kunci :** Etika Bisnis Islam, Apotek, Kewirausahaan Farmasi, Saudagar Muslim, Kepercayaan Konsumen

**Bagaimana Cara Sitosi Artikel ini:**

M. Furqon Baihaqi, Riska Auliandini, Yuniza, & Mochamad Fadlani Salam. (2025). Prototype Saudagar Muslim Etika Pelaku Bisnis Islami dalam Praktik Kewirausahaan Farmasi Apotek Lugina Rancaekek. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(4b), 2480-2487. <https://doi.org/10.63822/cj38vm37>

## PENDAHULUAN

Bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Sedangkan etika adalah komponen pendukung para pelaku bisnis atau usaha terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya (Rismawati, 2020).

Jadi etika bisnis merupakan aturan-aturan main yang berhubungan erat dengan norma-norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku di dalam masyarakat, yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pihak-pihak yang melakukan aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta. Jadi dalam etika bisnis ini berhubungan erat dengan stakeholder maupun konsumen.

Bisnis dengan segala macam bentuknya terjadi dalam kehidupan kita setiap hari, sejak bangun pagi hingga tidur kembali. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Bisnis memiliki makna dasar sebagai “the buying and selling of goods and services” (membeli dan menjual merupakan bagian pelayanan). Bisnis tak lain adalah suatu organisasi penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang di inginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Rasulullah SAW, sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, Ciri-ciri Rasulullah SAW berbisnis diantaranya adalah: Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis.

Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya” (H.R.Al-Quzwani). “Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami”(H.R.Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

Syekh Wahbah al-Zuhaili mengatakan bahwa seorang pengusaha tidak mendapatkan untung dari sepertiga modalnya. Pendapat lain seperti Ibn 'Arabi mengatakan bahwa profit taking harus melihat etika pasar. Anda tidak dapat mengambil terlalu banyak keuntungan. Karena jual beli merupakan bagian dari akad mu'awadhabh yaitu akad tukar menukar. Artinya, apabila mengambil keuntungan yang terlalu besar maka telah jatuh pada keputusan yang diambil dari pemberian orang lain dengan cara batil, bukan kategori pertukaran. Di sisi lain, Islam tidak memberikan batasan tertentu dalam mengambil untung. Islam hanya memberikan etika bisnis bagi pelaku usaha dan konsumen. Bagi pelaku usaha tidak boleh melakukan kecurangan-kecurangan, sedangkan bagi konsumen harus memahami produk dan harga yang dibutuhkan. Jadilah pembisnis yang jujur dan konsumen yang cerdas.

Ibn Taimiyah merupakan seorang pelopor dalam penjelasannya tentang penentuan harga dalam hubungannya dengan penawaran dan permintaan. Ibn Taimiyah juga melakukan pembahasan mengenai pengaturan tingkat harga oleh pemerintah serta juga memberi perhatian pada monopoli, oligopoli, dan monopsoni. Ide-ide yang sama tidak ditemukan dalam tulisan Aquinas, dan juga tidak didalam skolastik dari abad-abad sesudahnya. Sebagai tambahan dari harga pasar, Ibn Taimiyah juga membahas konsep-konsep keuntungan yang adil (just profit), upah yang adil (just Wage), dan kompensasi yang adil (just compensation). Dalam hadis riwayat Abu Zar, Rasulullah SAW mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis, dan Allah tidak akan memperdulikannya nanti di hari kiamat (H.R. Muslim). Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat

meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.

Dari pemaparan diatas penulis ingin meneliti tentang bagaimana Etika Pelaku Bisnis diapotek lugina wilayah Rancaekek dalam Mengambil Keuntungan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Hal yang menarik bagi penulis untuk mengkaji dan meneliti tentang pelaku bisnis apotek lugina wilayah Rancaekek adalah bagaimana cara menetapkan batasan keuntungannya. Menghadapi pesaing-pesaing yang makin ketat, tentunya sebagai pengusaha akan selalu memperhatikan hal-hal yang terkait dengan etika dalam berbisnis agar dapat memberikan pelayanan yang sangat maksimal kepada para pelanggan. Melalui tahap perencanaan, pelaksanaan penelitian, dan tahap laporan penelitian, penulis dapat dengan mudah menuliskan kesimpulan dan hasil penelitian dilapangan yang menjadi objek penelitian.

## METODE

### Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan suatu proses penelitian yang dilakukan dengan mendeskripsikan apa yang ada di dalam lapangan dengan instrumen utama peneliti itu sendiri. Dalam penelitian ini penulis melakukan studi dengan kajian literatur guna untuk memperoleh data yang valid mengenai etika pelaku bisnis pada apotek lugina dalam mengambil keuntungan yang ditinjau dari perspektif Islam sesuai dengan pokok masalah yang ada.

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Apotek Lugina yang berlokasi di Jalan Raya Majalaya–Rancaekek Desa No. 5, Bojongloa, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40394. Pengumpulan data dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2025. Karena pertimbangan efisiensi dan fleksibilitas waktu, wawancara dilakukan secara daring melalui platform Zoom. Tempat dan waktu penelitian dipilih secara purposive karena Apotek Lugina dinilai memenuhi kriteria sebagai objek studi yang relevan dengan topik penelitian, yaitu praktik pelayanan kefarmasian dan manajemen apotek.

### Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu. Informan utama adalah Apt. Dikdik Maulana Yusuf, S.Farm., selaku pemilik dan penanggung jawab Apotek Lugina. Informan ini dipilih karena memiliki pengetahuan langsung dan pengalaman dalam mengelola apotek, sehingga dapat memberikan informasi yang mendalam dan sesuai dengan fokus penelitian. Informasi dari informan digunakan sebagai sumber utama dalam menggambarkan praktik nyata di lapangan.



*Gambar 1. Tampak Dalam Apotek Lugina*

## Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur. Wawancara ini dipilih karena sesuai dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan fleksibel. Wawancara dilakukan secara daring melalui aplikasi Zoom pada tanggal 9 Juli 2025 dengan durasi sekitar 30 menit. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data langsung dari informan dengan pendekatan yang lebih interaktif dan komunikatif.

## Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara yang berisi daftar pertanyaan terbuka. Pertanyaan dalam pedoman ini disusun berdasarkan tujuan dan fokus penelitian, meliputi aspek pelayanan kefarmasian, manajemen apotek, serta nilai-nilai kerja profesional yang diterapkan di Apotek Lugina. Pedoman wawancara ini digunakan untuk membantu peneliti agar proses wawancara tetap terarah namun tetap fleksibel. Selain itu, peneliti juga mencatat jawaban informan dan merekam wawancara (dengan izin) untuk dokumentasi dan keperluan analisis data.

## Prosedur Wawancara

Prosedur wawancara dilakukan secara bertahap dan sistematis. Peneliti terlebih dahulu menghubungi informan untuk menjelaskan maksud dan tujuan penelitian, serta menjadwalkan waktu wawancara. Wawancara dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2025 selama kurang lebih 30 menit secara daring melalui aplikasi Zoom. Wawancara dimulai dengan pertanyaan pembuka yang bersifat ringan, lalu dilanjutkan dengan pertanyaan inti berdasarkan pedoman yang telah disiapkan. Selama proses wawancara, peneliti aktif mencatat dan merekam informasi penting untuk dianalisis lebih lanjut.



Gambar 2. Proses Wawancara

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Apotek Lugina merupakan salah satu apotek yang telah beroperasi secara resmi sejak tahun 2022 dan tunduk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku. Operasional apotek ini mengacu pada Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2021 tentang Standar Kegiatan Usaha

dan Produk pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Kesehatan. Regulasi ini menegaskan bahwa apotek sebagai fasilitas pelayanan kefarmasian wajib memenuhi standar sarana, prasarana, serta tenaga kefarmasian agar dapat melayani masyarakat secara legal dan profesional (Kementerian Kesehatan RI, 2021).

Dalam menjalankan aktivitas pelayanan kefarmasian, Apotek Lugina menjadikan nilai kejujuran sebagai fondasi utama dalam interaksi antara tenaga farmasi dan pasien. Kejujuran merupakan prinsip etika yang tercantum dalam Kode Etik Apoteker Indonesia, yang menyatakan bahwa apoteker wajib memberikan informasi yang jujur, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan kepada pasien, terutama terkait indikasi, dosis, serta efek samping obat. Penerapan nilai ini sejalan dengan tujuan pelayanan farmasi yang berfokus pada keselamatan dan kepuasan pasien (Ikatan Apoteker Indonesia, 2012).

Apotek Lugina juga menerapkan prinsip pelayanan prima berbasis nilai-nilai 5S, yaitu senyum, sapa, salam, sopan, dan santun. Nilai-nilai ini menjadi bagian dari komunikasi interpersonal dalam pelayanan publik, yang dapat membangun hubungan emosional antara tenaga kefarmasian dan pasien. Pendekatan ini terbukti secara empiris dapat meningkatkan kepuasan pasien dan menciptakan pengalaman positif saat mengakses layanan kesehatan. Penelitian oleh Sari & Ramadani (2021) menyatakan bahwa pelayanan dengan pendekatan 5S mampu meningkatkan kepuasan pasien di apotek hingga 84,7%, terutama dalam aspek keramahan dan kesantunan (Sari & Ramadani, 2021).

Penerapan 5S di Apotek Lugina dilakukan secara konsisten melalui pelatihan pelayanan dan penanaman budaya kerja yang humanis. Setiap tenaga kefarmasian diarahkan untuk menerapkan senyum sebagai bentuk kehangatan, sapa untuk menciptakan rasa dihargai, salam sebagai ungkapan hormat, serta sopan dan santun sebagai bagian dari etika profesional. Hal ini sesuai dengan pedoman pelayanan publik Kemenpan-RB yang mewajibkan seluruh tenaga layanan untuk menerapkan prinsip komunikasi efektif dan humanis dalam rangka menciptakan pelayanan publik yang berkualitas dan berkeadilan (Kemenpan-RB, 2017).

Dengan mengintegrasikan nilai kejujuran dan prinsip 5S dalam pelayanannya, Apotek Lugina berupaya membentuk sistem pelayanan kefarmasian yang tidak hanya berorientasi pada keamanan terapi, tetapi juga pada etika, kenyamanan, dan kepuasan pengguna. Hal ini sejalan dengan standar pelayanan kefarmasian yang diatur dalam Permenkes No. 73 Tahun 2016, yang menyebutkan bahwa pelayanan kefarmasian harus mencakup aspek informasi, komunikasi, dan edukasi kepada pasien secara komprehensif dan beretika (Kementerian Kesehatan RI, 2016).

Responden menjelaskan bahwa motivasi utama membuka Apotek Lugina adalah meningkatkan pendapatan demi memenuhi kebutuhan keluarga, yang sejalan dengan maqāṣid syariah terkait kesejahteraan keluarga lewat usaha halal. Ia juga mengungkap belum pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan Islami, menunjukkan adanya kebutuhan untuk akses edukasi syariah bagi apoteker Muslim agar usaha lebih selaras nilai profesional dan Islami.

Prinsip kejujuran, amanah, halal, dan thayyib diterapkan dalam seluruh aspek operasional Apotek Lugina dari perencanaan hingga evaluasi berdasarkan ketentuan seperti Permenkes No. 9/2017 dan PMK No. 98/2015. Menunjukkan bahwa integrasi nilai Islami dalam pelayanan klinik farmasi termasuk kehalalan obat, keadilan layanan, dan menjaga maslahat pasien dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien Muslim (Rozak, 2025).

Dalam menyikapi persaingan usaha, narasumber menekankan bahwa rezeki telah diatur oleh Tuhan, sehingga lebih memandang persaingan sebagai peluang pelayanan masyarakat, bukan ajang kompetisi tidak etis. Menurut Widyaningrum, (2023). Di Apotek Karunia Sehat Baru mendapati bahwa

layanan berbasis nilai Rabbaniyyah, Akhlaqiyah, dan Insaniyyah memberikan dampak positif terhadap loyalitas pasien.

Kepercayaan konsumen dibangun dengan pelayanan berbasis prinsip 5S (senyum, sapa, salam, sopan, santun), mencerminkan nilai ihsan Islam memberikan layanan terbaik sebagai bentuk ibadah. Bahwa mutu pelayanan farmasi sangat memengaruhi tingkat kepuasan (>75 %) dan loyalitas (~45 %) pasien (Potaboga, 2024).

Transparansi harga dan kualitas dijaga melalui kepatuhan pada Harga Eceran Tertinggi (HET) dan edukasi kepada pasien agar tidak terjadi markup atau penyimpangan mutu. Hubungan yang jelas antara layanan berkualitas dan loyalitas pelanggan, di mana kualitas layanan lebih berpengaruh terhadap loyalitas dibandingkan harga (Amna ,2023).

Tantangan utama dalam mempertahankan loyalitas pasien agar tidak berpindah ke apotek lain, karena hal ini berdampak langsung pada pendapatan. Menunjukkan bahwa kualitas layanan farmasi sangat berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan kecenderungan konsumen untuk kembali/refer apotek tersebut (Budianto ,2022).

Responden berharap generasi pengusaha Muslim di bidang farmasi dapat lebih unggul dari segi pelayanan dan edukasi pasien, bukan sekadar mengejar keuntungan finansial. Edukasi obat menurut narasumber diperlukan agar pasien memperoleh manfaat yang positif jangka panjang. Mendukung pengembangan tenaga farmasi yang mengintegrasikan nilai Islam, regulasi, dan pelayanan edukatif dalam praktik profesional (Rozak, 2025).

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Apotek Lugina Rancaekek merupakan representasi praktik kewirausahaan farmasi yang mengintegrasikan etika bisnis Islami secara nyata dalam operasionalnya. Penerapan prinsip kejujuran, amanah, edukasi yang benar, serta pelayanan berbasis nilai 5S menjadi strategi utama dalam membangun loyalitas dan kepercayaan konsumen. Pengambilan keuntungan dilakukan secara proporsional dengan mematuhi ketentuan Harga Eceran Tertinggi (HET) dan prinsip keadilan sebagaimana ditekankan oleh para ulama ekonomi Islam. Integrasi nilai maqāṣid syariah, seperti perlindungan maslahat pasien dan kehalalan usaha, menjadikan Apotek Lugina tidak hanya berorientasi pada profit tetapi juga keberkahan dan keberlanjutan. Studi ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan model saudagar Muslim di sektor farmasi modern serta menjadi dasar untuk memperkuat kurikulum kewirausahaan Islami bagi tenaga farmasi di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amna, S. R. (2023). Narrative Review: Pengaruh Kualitas Layanan & Harga terhadap Loyalitas Pasien, *Majalah Farmasetik*. 21(2): 2406-9086.
- Budianto, A., Pradani, D. Y. (2022). Service Quality & Customer Satisfaction di Apotek NH Beji, *Pharmacy Reports*, 2 (1), 53-59.
- Ikatan Apoteker Indonesia. (2012). *Kode etik apoteker Indonesia. Ikatan Apoteker Indonesia (IAI)*. Kementerian Kesehatan Republik

---

Indonesia. (2016). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2021). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2021 tentang Standar Kegiatan Usaha dan Produk pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Kesehatan.

Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia. (2017). Peraturan Menteri PANRB Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik.

Potabuga, N. R.(2024). Pengaruh Layanan Kefarmasian terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Instansi Farmasi RSUD X, *Jurnal Farmasi & Sains Indonesia*. 6 (1), 144–153.

Rozak, M.(2022). Penerapan Nilai Islami dalam Pelayanan Farmasi Klinis: Kajian Sistematis Etika, Kehalalan, dan Kepuasan Pasien. *Jurnal Kajian Islam Modern*. 12 (1) :2337-8298.

Rismawati, E. (2020). Etika Pelaku Bisnis Pada Apotek Sunda Farma Di Kecamatan Sepaku Dalam Mengambil Keuntungan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Cahya mandalika*. vol. 1 (1): 1811-1818

Sari, I. P., & Ramadani, D. (2021). Penerapan 5S terhadap kepuasan pasien. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 13(2), 105–112.

Widyaningrum, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Loyalitas Pasien di Apotek Karunia Sehat Baru Ungaran.*Jurnal Farmamedika*. 8(2), 185–191.

Dalam Mengambil Keuntungan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Cahya mandalika*. vol. 1 (1): 1811-1818.