

THE INFLUENCE OF UNDERSTANDING SHARIA BUSINESS ETHICS ON THE SERVICE QUALITY OF EXPEDITION SERVICE PROVIDERS IN NABIRE

PENGARUH PEMAHAMAN ETIKA BISNIS SYARIAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PELAKU USAHA JASA EKSPEDISI DI NABIRE

Rawi Allan Iriandi¹, Ramelan Tahanina²

IAIN Parepare, Indonesia

STAI Asy-Syafi'iyah Nabire, Indonesia

allansungkar88@gmail.com , ramelantahanina6316@gmail.com

ABSTRACT

*This study aims to deeply analyze how the understanding of Sharia business ethics affects the service quality of expedition service providers in Nabire Regency. The geographical conditions and logistical challenges in Nabire demand a high level of integrity from service providers. Understanding Sharia business ethics serves not only as a moral foundation but also as a solution to issues regarding delivery uncertainty and goods security. By prioritizing transparency in tariffs and cargo conditions, business actors can minimize gharar (uncertainty) practices that often trigger customer complaints in the region. The research method used is qualitative with a descriptive case study approach. Data were collected through in-depth interviews, passive participant observation, and documentation involving expedition owners, operational employees, and customers. The results indicate that the internalization of Sharia principles—such as *siddiq* (honesty), *amanah* (responsibility), *fathonah* (professionalism), and *tabligh* (transparency)—shapes tangible service patterns. Business actors who understand these values are proven to be more responsive in handling complaints, more trustworthy in securing goods, and more transparent in communication. Practically, this research implies that improving service quality in Nabire's logistics sector does not solely depend on physical infrastructure but also on the development of human resources with integrity. The consistent application of Sharia ethical principles is proven to create stronger customer loyalty compared to mere price competition.*

Keywords: *Sharia Business Ethics, Service Quality, Expedition Services, Case Study, Nabire.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana pemahaman etika bisnis syariah mempengaruhi kualitas pelayanan pelaku usaha jasa ekspedisi di Kabupaten Nabire. Kondisi geografis dan tantangan logistik di Nabire menuntut tingkat integritas yang tinggi dari para penyedia layanan. Pemahaman etika bisnis syariah tidak hanya berfungsi sebagai landasan moral, tetapi juga sebagai solusi atas permasalahan ketidakpastian waktu pengiriman dan keamanan barang. Dengan mengedepankan transparansi dalam tarif dan kondisi barang, pelaku usaha dapat meminimalisir praktik *gharar* (ketidakjelasan) yang sering memicu keluhan pelanggan di wilayah tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, dan dokumentasi yang melibatkan pemilik ekspedisi, karyawan operasional, serta pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa internalisasi prinsip syariah—seperti *siddiq* (kejujuran), *amanah* (tanggung jawab), *fathonah* (profesionalisme), dan *tabligh* (transparansi)—membentuk pola pelayanan yang nyata. Pelaku usaha yang memahami nilai-nilai ini terbukti lebih responsif dalam menangani keluhan, lebih amanah dalam menjaga barang, dan lebih transparan dalam berkomunikasi. Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kualitas pelayanan di sektor logistik Nabire tidak hanya bergantung pada infrastruktur fisik, tetapi juga pada pengembangan sumber daya manusia yang berintegritas. Penerapan prinsip etika syariah secara konsisten terbukti mampu menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih kuat dibandingkan sekadar persaingan harga.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Syariah, Kualitas Pelayanan, Jasa Ekspedisi, Studi Kasus, Nabire.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian global dan pesatnya kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor industri, termasuk sektor logistik dan jasa ekspedisi. Era digitalisasi dan tingginya aktivitas perdagangan elektronik (*e-commerce*) telah mengubah pola konsumsi masyarakat, di mana transaksi jual beli kini tidak lagi dibatasi oleh jarak dan batas wilayah geografis. Hal ini secara langsung memicu lonjakan mobilitas barang yang menuntut adanya sistem distribusi yang cepat, efisien, dan dapat diandalkan. Dalam konteks ini, perusahaan jasa ekspedisi memiliki peran yang sangat vital sebagai tulang punggung (*backbone*) rantai pasok perekonomian, yang menjembatani antara produsen, distributor, hingga konsumen akhir.

Di Indonesia, dengan karakteristik geografisnya yang berupa kepulauan, peran jasa ekspedisi menjadi semakin krusial, terlebih di wilayah-wilayah Timur Indonesia seperti Kabupaten Nabire. Sebagai ibu kota dari Provinsi Papua Tengah, Nabire memiliki posisi strategis dan berfungsi sebagai pintu gerbang sekaligus pusat transit (*hub*) logistik bagi kabupaten-kabupaten di wilayah pegunungan sekitarnya, seperti Dogiyai, Deiyai, Paniai, hingga Intan Jaya. Kondisi geografis yang menantang dan infrastruktur transportasi yang masih terus berkembang membuat proses distribusi barang di wilayah ini memiliki tingkat kesulitan dan risiko yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan wilayah di Pulau Jawa atau bagian barat Indonesia lainnya.

Mengingat peran vital dan tantangan berat tersebut, persaingan antar pelaku usaha jasa ekspedisi di Nabire menjadi semakin ketat. Untuk dapat bertahan dan memenangkan pangsa pasar, para pelaku usaha tidak lagi bisa hanya mengandalkan tarif pengiriman yang murah. Kualitas pelayanan (*service quality*) telah menjelma menjadi faktor penentu utama bagi konsumen dalam memilih jasa ekspedisi. Konsumen saat ini menuntut pengiriman yang tepat waktu, jaminan keamanan barang agar terhindar dari kerusakan atau kehilangan, sistem pelacakan (*tracking*) yang akurat, serta penanganan keluhan pelanggan yang responsif dan ramah.

Namun pada praktiknya, dinamika operasional jasa ekspedisi seringkali memunculkan berbagai permasalahan yang merugikan konsumen. Keluhan mengenai keterlambatan jadwal pengiriman tanpa pemberitahuan yang jelas, kerusakan paket akibat kelalaian penanganan (*mishandling*), hilangnya barang, hingga ketidaktransparanan dalam struktur biaya tambahan kerap menjadi realitas di lapangan. Praktik-praktik semacam ini pada dasarnya mencerminkan adanya degradasi nilai-nilai moral dan etika dalam berbisnis, di mana orientasi mengejar keuntungan jangka pendek (*profitabilitas semata*) seringkali mengorbankan hak-hak dan kepuasan konsumen.

Untuk mengatasi permasalahan yang bermuara pada perilaku dan integritas pelaku usaha tersebut, diperlukan sebuah landasan nilai yang kuat dalam operasional bisnis. Salah satu pendekatan yang relevan dan komprehensif adalah penerapan Etika Bisnis Syariah. Secara konseptual, etika bisnis syariah bukan sekadar aturan dogma agama yang eksklusif, melainkan seperangkat prinsip universal yang bersumber dari nilai-nilai Islam guna menciptakan aktivitas ekonomi yang berkeadilan, transparan, dan membawa kemaslahatan bersama (*rahmatan lil 'alamin*).

Etika bisnis syariah berlandaskan pada prinsip-prinsip utama seperti *Siddiq* (kejujuran), *Amanah* (dapat dipercaya dan bertanggung jawab), *Fathonah* (kecerdasan/kompetensi profesional), dan *Tabligh* (transparansi atau komunikasi yang baik). Dalam konteks jasa ekspedisi, pemahaman terhadap prinsip *Siddiq* akan mencegah pelaku usaha untuk memberikan janji palsu terkait estimasi waktu pengiriman. Prinsip *Amanah* akan mendorong karyawan dan manajemen untuk menjaga paket konsumen dengan sebaik-baiknya seolah-olah barang tersebut adalah milik mereka sendiri. Prinsip *Tabligh* akan memastikan adanya transparansi tarif dan kejelasan informasi barang (terhindar dari praktik *gharar* atau

ketidakjelasan), sementara *Fathonah* memastikan bahwa sistem operasional dijalankan oleh sumber daya manusia yang cakap dan profesional.

Pemahaman dan internalisasi yang baik terhadap etika bisnis syariah ini diyakini memiliki korelasi yang kuat terhadap peningkatan kualitas pelayanan. Ketika para pelaku usaha jasa ekspedisi di Nabire menyadari bahwa bekerja bukan sekadar bentuk transaksi komersial dengan manusia, melainkan juga bentuk ibadah dan pertanggungjawaban moral kepada Tuhan (transcendental), maka akan tercipta sebuah kontrol internal (self-control) yang kuat. Motivasi ini pada gilirannya akan menghasilkan standar pelayanan yang melampaui standar operasional biasa, menciptakan keadilan bisnis, dan pada akhirnya membangun kepercayaan serta loyalitas konsumen yang berkelanjutan di tengah berbagai tantangan logistik daerah.

Berdasarkan paparan fenomena di atas, peneliti melihat adanya urgensi untuk mengkaji lebih dalam sejauh mana nilai-nilai etis ini dipahami dan diimplementasikan oleh penyedia layanan logistik di daerah yang memiliki tantangan unik seperti Nabire. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan ini ke dalam sebuah penelitian ilmiah dengan judul: "**Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Syariah terhadap Kualitas Pelayanan Pelaku Usaha Jasa Ekspedisi di Nabire**".

2. METODE

2.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus (*case study*) bersifat deskriptif-analitis. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik—seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan—terkait penerapan nilai-nilai religius dalam aktivitas bisnis. Studi kasus secara spesifik digunakan untuk menyoroti secara mendalam satu latar (*setting*) fenomena tertentu, yaitu praktik pelayanan jasa ekspedisi di wilayah dengan tantangan logistik khusus, agar diperoleh gambaran yang utuh mengenai bagaimana internalisasi etika bisnis syariah beroperasi di lapangan.

2.2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti di lapangan adalah mutlak. Peneliti bertindak sebagai instrumen kunci (*human instrument*) yang terjun langsung ke lokasi penyedia jasa ekspedisi. Peran peneliti adalah sebagai pengamat partisipan pasif, di mana peneliti berinteraksi dengan subjek penelitian di lingkungan natural mereka tanpa mengintervensi atau mengubah rutinitas kerja para karyawan ekspedisi maupun transaksi pelanggan.

2.3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Nabire. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan purposive bahwa Nabire merupakan pusat transit (*hub*) dan pintu gerbang logistik utama bagi wilayah-wilayah pegunungan di sekitarnya. Karakteristik geografis ini membuat intensitas penggunaan jasa ekspedisi sangat tinggi, sehingga dinamika pelayanan, tantangan operasional, dan potensi pelanggaran etika bisnis (seperti keterlambatan atau kerusakan barang) lebih kompleks dan sangat relevan untuk diteliti.

2.4. Data dan Sumber Data

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* (penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu) yang kemudian dapat berkembang dengan teknik *Snowball Sampling* jika data dirasa belum jenuh. Sumber data dibagi menjadi dua:

- a. **Data Primer:** Data yang diperoleh langsung dari sumber asli melalui wawancara. Informan kunci (*key informants*) meliputi:
 1. Pemilik atau Manajer Jasa Ekspedisi: Untuk menggali kebijakan perusahaan dan pemahaman filosofis terkait etika bisnis syariah.

2. Karyawan Operasional (Kurir, Staf Gudang, *Customer Service*): Untuk melihat implementasi etika (*siddiq, amanah, fathonah, tabligh*) dalam operasional sehari-hari.
3. Pelanggan/Konsumen: Konsumen yang minimal telah menggunakan jasa ekspedisi terkait lebih dari tiga kali, untuk mengukur kepuasan dan kualitas pelayanan dari sudut pandang pengguna.

b. Data Sekunder: Data pendukung yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, seperti Standar Operasional Prosedur (SOP) perusahaan, data volume pengiriman harian, rekapitulasi komplain pelanggan, literatur akademik, serta regulasi pemerintah daerah terkait tata niaga dan logistik.

1. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang komprehensif, peneliti menggunakan tiga teknik utama:

- a. Observasi Mendalam: Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap lingkungan fisik penyedia jasa ekspedisi, tata cara karyawan menerima barang, transparansi penimbangan dan penentuan tarif, serta sikap karyawan saat menangani keluhan pelanggan yang barangnya terlambat atau rusak.
- b. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*): Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan, namun tetap fleksibel untuk berkembang sesuai jawaban informan. Fokus wawancara adalah menggali indikator kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) yang diwarnai oleh pemahaman etika syariah.
- c. Dokumentasi: Pengumpulan jejak rekam operasional, seperti desain resi pengiriman (untuk melihat klausul asuransi/perjanjian), pamflet tarif (untuk melihat indikasi *gharar* atau transparansi), serta dokumentasi visual aktivitas bongkar muat di gudang ekspedisi.

2.5. Teknik Analisis Data

Data kualitatif yang telah terkumpul dianalisis secara interaktif dan berkesinambungan menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), melalui tiga tahapan:

- a. Kondensasi Data (*Data Condensation*): Proses menyeleksi, menyederhanakan, dan mentransformasi data kasar dari catatan lapangan. Pernyataan informan yang tidak relevan dengan fokus etika bisnis syariah akan disisihkan, sementara data utama dikategorikan berdasarkan prinsip-prinsip syariah (*siddiq, amanah, fathonah, tabligh*).
- b. Penyajian Data (*Data Display*): Merangkai data yang telah dikondensasi ke dalam bentuk teks naratif, bagan, atau matriks hubungan. Hal ini memudahkan peneliti untuk melihat pola bagaimana kejujuran staf memengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan, atau bagaimana tanggung jawab kurir berdampak pada keamanan barang.
- c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing and Verification*): Merumuskan makna dari data yang disajikan, membandingkannya dengan teori etika bisnis syariah, dan memverifikasi temuan tersebut secara berulang hingga diperoleh kesimpulan akhir yang solid.

2.6. Pengecekan Keabsahan Data Untuk menghindari bias peneliti dan memastikan data yang disajikan objektif dan valid, penelitian ini menerapkan beberapa teknik keabsahan data:

- a. Triangulasi Sumber: Membandingkan informasi yang diberikan oleh manajer ekspedisi dengan kenyataan yang diungkapkan oleh karyawan dan keluhan pelanggan.
- b. Triangulasi Teknik: Memverifikasi konsistensi jawaban hasil wawancara dengan temuan observasi di lapangan dan bukti dokumen tertulis.
- c. Member Check: Mengonfirmasi kembali draf temuan penelitian kepada para informan

(terutama pihak manajemen ekspedisi) untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan apa yang mereka maksudkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Nabire, sebuah wilayah yang secara geografis dan administratif memiliki fungsi strategis sebagai pusat transit dan pintu gerbang utama logistik bagi kabupaten-kabupaten di wilayah pegunungan Papua Tengah, seperti Dogiyai, Deiyai, Paniai, hingga Intan Jaya. Kondisi topografi yang menantang, keterbatasan infrastruktur jalan penghubung darat pada rute-rute tertentu, serta faktor cuaca yang fluktuatif membuat aktivitas distribusi barang di wilayah ini memiliki tingkat risiko yang sangat tinggi.

Dalam ekosistem logistik yang serba menantang ini, kehadiran jasa ekspedisi tidak hanya berfungsi sebagai entitas pengirim barang, melainkan sebagai urat nadi perekonomian daerah. Tingginya ketergantungan masyarakat dan pelaku usaha lokal terhadap pasokan barang dari luar daerah (seperti dari Pulau Jawa atau Makassar) membuat frekuensi pengiriman via jalur laut dan udara sangat padat. Tingkat persaingan antar penyedia jasa ekspedisi di Nabire pun semakin ketat. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan pengamatan pada bagaimana penyedia jasa ekspedisi mengelola operasional mereka dengan mengintegrasikan nilai-nilai etika bisnis syariah sebagai landasan untuk menjaga kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen di tengah berbagai keterbatasan infrastruktur daerah.

3.2. Hasil Penelitian: Implementasi Etika Bisnis Syariah dalam Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil observasi partisipan pasif dan wawancara mendalam dengan pihak manajemen ekspedisi, karyawan operasional, serta konsumen di Nabire, temuan penelitian ini dikategorikan ke dalam empat pilar utama etika bisnis syariah yang bersinggungan langsung dengan dimensi kualitas pelayanan (*Service Quality*).

a. Implementasi Nilai *Siddiq* (Kejujuran) dalam Keandalan Pelayanan (*Reliability*)

Siddiq atau kejujuran merupakan fondasi utama dalam bertransaksi. Dalam konteks jasa ekspedisi di Nabire, implementasi nilai *siddiq* terwujud pada keandalan perusahaan dalam memberikan informasi yang akurat mengenai estimasi waktu kedatangan (ETA) barang. Berdasarkan temuan di lapangan, pelaku usaha yang mengedepankan etika syariah tidak akan memberikan janji palsu (*overpromising*) kepada konsumen hanya untuk memenangkan transaksi.

Ketika terjadi kendala teknis, seperti keterlambatan jadwal kapal sandar di Pelabuhan Samabusa atau putusnya akses jalan trans menuju wilayah pegunungan akibat longsor, pihak ekspedisi yang jujur akan segera menginformasikan kondisi riil tersebut kepada pelanggan. Hal ini selaras dengan dimensi *Reliability* (keandalan), di mana kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya menjadi tolok ukur utama. Kejujuran staf loket dalam menimbang barang secara presisi di hadapan pelanggan, tanpa melakukan manipulasi berat (mark-up timbangan) untuk meraup keuntungan ekstra, menjadi temuan nyata bagaimana nilai *siddiq* membentuk kualitas pelayanan yang berintegritas.

b. Implementasi Nilai *Amanah* (Tanggung Jawab) dalam Jaminan Keamanan (*Assurance*)

Sifat *amanah* mewajibkan setiap pelaku usaha untuk menjaga barang yang dititipkan dengan sebaik-baiknya. Temuan observasi di beberapa gudang ekspedisi menunjukkan bahwa internalisasi nilai *amanah* sangat mempengaruhi standar penanganan barang (*handling*). Karyawan yang menyadari bahwa paket konsumen adalah sebuah titipan yang kelak akan dipertanggungjawabkan (baik kepada atasan maupun secara transendental kepada Tuhan), cenderung memperlakukan barang dengan kehati-hatian tingkat tinggi.

Dimensi kualitas pelayanan yang dipengaruhi secara langsung oleh nilai ini adalah *Assurance* (Jaminan). Konsumen di Nabire seringkali mengirimkan barang bernilai tinggi atau barang pecah belah. Praktik *amanah* di lapangan terlihat dari keengganan kurir atau staf bongkar muat untuk melempar paket, ketaatan pada instruksi *fragile* (mudah pecah), serta kesiapan manajemen dalam memberikan kompensasi atau ganti rugi yang adil apabila terbukti terjadi kerusakan akibat kelalaian internal perusahaan. Tanggung jawab ini menghapus rasa was-was konsumen, menciptakan rasa aman yang esensial dalam bisnis jasa logistik.

c. Implementasi Nilai *Fathonah* (Profesionalisme/Kecerdasan) dalam Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Dalam etika bisnis Islam, *Fathonah* diartikan sebagai kecerdasan, kompetensi, dan profesionalisme. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyedia jasa ekspedisi yang memiliki SDM yang *fathonah* mampu menunjukkan tingkat daya tanggap (*responsiveness*) yang sangat baik terhadap dinamika dan keluhan konsumen. Karyawan dituntut untuk bekerja secara efektif dan efisien, cerdas dalam memilih rute distribusi alternatif ketika rute utama mengalami kendala, serta solutif dalam menangani komplain.

Sebagai contoh, ketika seorang konsumen menanyakan status keberadaan paketnya yang tertahan, staf *customer service* yang profesional tidak akan memberikan jawaban yang berbelit-belit atau mengabaikan pesan tersebut. Kecerdasan intelektual dan emosional yang dibingkai oleh nilai *fathonah* mendorong staf untuk merespons dengan cepat, melacak barang melalui sistem (resi), dan memberikan solusi konkret. Lebih jauh, manajemen yang *fathonah* terus melakukan inovasi, seperti digitalisasi pencatatan dan perbaikan tata letak (*layout*) gudang penumpukan barang untuk mempercepat proses sortir di Nabire.

d. Implementasi Nilai *Tabligh* (Transparansi) dalam Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangibles*)

Tabligh berarti menyampaikan dengan benar, komunikatif, dan transparan. Dalam operasional logistik, transparansi informasi sangat krusial untuk menghindari *gharar* (ketidakjelasan yang merugikan salah satu pihak). Hasil temuan lapangan mengindikasikan bahwa ekspedisi yang menerapkan etika *tabligh* selalu menyampaikan rincian tarif dasar, biaya tambahan (seperti asuransi atau *packing* kayu), dan syarat ketentuan pengiriman secara terbuka sejak awal transaksi di loket.

Transparansi ini berjalan beriringan dengan dimensi *Empathy* (kepedulian). Komunikasi yang ramah, sopan, dan transparan dari para pegawai menunjukkan bahwa perusahaan menempatkan posisi mereka pada sudut pandang konsumen. Penjelasan yang artikulatif mengenai kebijakan pengiriman mencegah timbulnya perselisihan di kemudian hari. Selain itu, nilai *tabligh* juga terepresentasi pada dimensi *Tangibles* (bukti fisik), seperti pencetakan nota resi yang jelas, daftar harga yang dipampang secara publik di area ruang tunggu, serta pelabelan barang yang sistematis.

3.3. PEMBAHASAN

Berdasarkan paparan hasil penelitian di atas, analisis mendalam menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat signifikan dan resiprokal antara pemahaman etika bisnis syariah dengan peningkatan kualitas pelayanan jasa ekspedisi di Kabupaten Nabire. Dalam perspektif manajemen strategis operasional, penerapan etika berbasis religiusitas ini bukan sekadar pemenuhan kewajiban moral teologis, melainkan bertransformasi menjadi *competitive advantage* (keunggulan bersaing) yang sangat kuat.

Di tengah kondisi Nabire sebagai pusat logistik regional yang menantang, masalah asimetri informasi antara penyedia jasa logistik dan konsumen sering terjadi. Praktik-praktik manipulatif seperti menaikkan harga di luar tarif resmi, kelalaian dalam menjaga barang

kiriman, atau penundaan pengiriman tanpa alasan yang sah kerap menjadi pemicu hilangnya loyalitas konsumen. Namun, pelaku usaha yang secara konsisten menginternalisasi prinsip *Siddiq*, *Amanah*, *Fathonah*, dan *Tabligh* terbukti mampu menekan angka keluhan konsumen (customer complaints) secara drastis.

Secara teoritis, jika disandingkan dengan teori kualitas pelayanan (SERVQUAL) dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, etika bisnis syariah beroperasi sebagai variabel intervening yang menguatkan kinerja dimensi fisik dan non-fisik pelayanan.

1. Kejujuran (*Siddiq*) memperkuat Keandalan (*Reliability*).
2. Tanggung jawab (*Amanah*) memastikan Jaminan (*Assurance*).
3. Kecerdasan prosedural (*Fathonah*) mempercepat Daya Tanggap (*Responsiveness*).
4. Keterbukaan komunikasi (*Tabligh*) memanifestasikan Empati (*Empathy*).

Pelaku usaha di Nabire yang menjadikan nilai-nilai ini sebagai budaya organisasi (*organizational culture*) menyadari bahwa keuntungan material bukanlah satu-satunya tujuan (*maqashid*) berbisnis, melainkan juga pencarian keberkahan (*falah*). Pola pikir ini menciptakan sebuah mekanisme pengendalian internal (*internal control*) yang jauh lebih efektif dibandingkan sekadar pengawasan dari manajer atau kamera CCTV. Pegawai tidak mencurangi timbangan bukan karena takut ditegur atasan, melainkan karena kesadaran akan nilai *siddiq*. Pegawai menjaga paket agar tidak rusak bukan sekadar takut potong gaji, melainkan karena kesadaran penuh akan nilai *amanah*.

Implikasi manajerial dari penelitian ini menegaskan bahwa untuk memenangkan pasar ekspedisi di wilayah dengan tantangan infrastruktur yang kompleks, persaingan harga yang murah (*price war*) tidak lagi relevan dan tidak berkelanjutan. Kualitas pelayanan yang dijiwai oleh integritas moral dan etika syariah justru menciptakan *customer retention* (retensi pelanggan) jangka panjang. Konsumen bersedia membayar tarif yang wajar, selama mereka mendapatkan kepastian, keamanan, dan pelayanan yang jujur dan transparan. Oleh karena itu, edukasi dan internalisasi etika bisnis syariah sangat direkomendasikan untuk dimasukkan ke dalam program pelatihan rutin sumber daya manusia bagi penyedia jasa logistik dan ekspedisi di wilayah Papua Tengah.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini menegaskan bahwa pemahaman dan internalisasi etika bisnis syariah memiliki peran fundamental dalam membentuk kualitas pelayanan pelaku usaha jasa ekspedisi di Kabupaten Nabire. Nilai-nilai syariah yang terinternalisasi tidak hanya berfungsi sebagai norma moral, tetapi juga bertransformasi menjadi standar perilaku operasional yang sistematis dan berkelanjutan. Implementasi prinsip *siddiq*, *amanah*, *fathonah*, dan *tabligh* terbukti secara konsisten meningkatkan dimensi kualitas pelayanan, meliputi keandalan, jaminan, daya tanggap, empati, serta bukti fisik layanan. Secara lebih luas, integrasi nilai-nilai tersebut mampu menciptakan keunggulan bersaing jangka panjang, khususnya dalam konteks wilayah dengan kompleksitas logistik tinggi seperti Nabire, di mana kepercayaan, kepastian, dan transparansi menjadi determinan utama dalam membangun loyalitas pelanggan. Dengan demikian, etika bisnis syariah tidak hanya relevan dalam perspektif normatif, tetapi juga memiliki implikasi strategis dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha jasa ekspedisi.

Saran yang diajukan dalam penelitian ini diarahkan pada penguatan implementasi praktis dan pengembangan kajian akademik di masa mendatang. Bagi pelaku usaha jasa ekspedisi, diperlukan integrasi eksplisit prinsip etika bisnis syariah ke dalam standar operasional prosedur perusahaan, disertai dengan pengembangan kapasitas sumber daya manusia yang menekankan keseimbangan antara kompetensi teknis dan integritas moral. Selain itu, peningkatan transparansi informasi layanan menjadi aspek krusial untuk meminimalisir asimetri informasi dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Bagi pemerintah daerah dan

instansi terkait, diperlukan sinergi regulasi dan pengawasan yang lebih efektif guna mendorong praktik bisnis yang berorientasi pada perlindungan konsumen dan tata kelola yang akuntabel. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan pendekatan kuantitatif dengan cakupan sampel yang lebih luas serta mempertimbangkan variabel tambahan, seperti digitalisasi layanan logistik, guna memperkaya analisis mengenai determinan kualitas pelayanan dalam perspektif etika bisnis syariah.

5. DAFTAR PUSTAKA

Buku Teks

- Alma, B., & Priansa, D. J. (2021). *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, B. (2022). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya (Edisi Kedua)*. Jakarta: Kencana.
- Djakfar, M. (2021). *Etika Bisnis Islam: Tataran Teoritis dan Praktis*. Malang: UIN Maliki Press.
- Huda, N., dkk. (2023). *Ekonomi Syariah: Pendekatan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cetakan Terbaru)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2022). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal Ilmiah

- Fauzi, A., & Kurniawan, R. (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Etika Bisnis Syariah". *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 10(2), 145-158.
- Hakim, L., & Yuliana, R. (2024). "Analisis Praktik Gharar pada Jasa Ekspedisi dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen di Era E-Commerce". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 88-102.
- Rahman, A., & Wulandari, S. (2022). "Implementasi Prinsip Siddiq dan Amanah dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 8(2), 112-125.
- Siregar, M. A., & Harahap, I. (2025). "Optimalisasi Kinerja Supply Chain Management Melalui Internalisasi Nilai-Nilai Fathonah dan Tabligh". *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 12(1), 45-60.
- Suharto, E., & Amalia, N. (2023). "Strategi Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Service Quality Berbasis Religiusitas pada Perusahaan Ekspedisi". *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 8(3), 210-225.

Dokumen dan Regulasi

- Pemerintah Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*. Lembaran Negara RI Tahun 2009, No. 96. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI). (Berbagai fatwa terkait transaksi jasa/ljarah dan etika perlindungan konsumen yang relevan).