

**Penerapan Etika Bisnis Islam dan Prinsip Budaya Bugis Sebagai Strategi Penguatan Karyawan pada CV Surya Indah Group**

**Ayu Puspa Kirana,<sup>1</sup> Aksi Hamzah,<sup>2</sup> Sitti Nikmah Marzuki<sup>3</sup>**

Program Studi Ekonomi Syariah, Program Pascasarjana  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone  
ayupuspakirana017@gmail.com<sup>1</sup>, aksihamzah@gmail.com<sup>2</sup>,  
nikmah.marzuki@gmail.com<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the implementation of Islamic business ethics and Bugis cultural principles as a strategy for employee empowerment at CV Surya Indah Group in Bone Regency. In today's highly competitive business environment, empowering employees is a key factor in achieving organizational success, especially when approached through local cultural and spiritual values. This research employs a qualitative descriptive method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation involving both employees and management. The findings reveal that Islamic business ethics values such as *siddiq* (honesty), *amanah* (trustworthiness), *tabligh* (communicativeness), and *fathanah* (wisdom) have been internalized in the company's work culture. Furthermore, Bugis cultural values such as *sipakatau* (mutual respect), *sipakalebbi* (mutual honor), and *getteng* (firmness in principle) strengthen employee loyalty and responsibility toward the organization. The synergy between these religious and cultural values has proven effective in fostering a harmonious work environment, enhancing motivation, and encouraging long-term employee retention. The implication of this study suggests that organizations can sustainably strengthen human resources by integrating local cultural wisdom and Islamic ethics into their employee management strategies.*

**Keywords:** *Islamic Business Ethics, Bugis Culture, Employee Empowerment, CV Surya Indah Group*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dan prinsip budaya Bugis sebagai strategi penguatan karyawan pada CV Surya Indah Group di Kabupaten Bone. Dalam era kompetisi bisnis yang kompetitif, pemberdayaan karyawan menjadi kunci keberhasilan perusahaan, khususnya dengan pendekatan berbasis nilai-nilai lokal dan spiritual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi terhadap karyawan dan manajemen perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam seperti *siddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (komunikatif), dan *fathanah* (cerdas) telah diinternalisasi dalam budaya kerja karyawan. Selain itu, prinsip budaya Bugis seperti *sipakatau* (saling memaniakan), *sipakalebbi* (saling memuliakan), dan *getteng* (teguh pendirian) memperkuat loyalitas serta rasa tanggung jawab karyawan terhadap perusahaan. Sinergi kedua nilai tersebut terbukti efektif dalam menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, meningkatkan motivasi, dan mendorong loyalitas jangka panjang. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa

perusahaan dapat memperkuat SDM secara berkelanjutan dengan mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal dan etika Islam dalam sistem manajemen karyawan.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam, Budaya Bugis, Penguatan Karyawan, CV Surya Indah Group

## PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis global yang semakin intensif, perusahaan tidak lagi hanya dituntut untuk mengejar profitabilitas semata, melainkan juga membangun fondasi organisasi yang adaptif dan berkelanjutan. Sumber daya manusia memegang peranan sentral sebagai aset strategis yang menentukan keberhasilan jangka panjang. Karyawan yang kompeten, termotivasi, dan memiliki komitmen tinggi merupakan motor penggerak inovasi, efisiensi operasional, dan keunggulan kompetitif Perusahaan (Verma & Singh, 2023). Penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan karyawan (*employee empowerment*) tidak hanya mengoptimalkan potensi individu, tetapi juga berdampak positif pada kinerja organisasi, produktivitas, dan kepuasan kerja. Dengan melibatkan individu dalam pengambilan keputusan, memberikan pengakuan atas kontribusi mereka, serta menciptakan rasa memiliki, organisasi mampu membentuk tenaga kerja yang lebih terlibat dan loyal (Jashwant, 2023). Oleh karena itu, strategi pemberdayaan menjadi pendekatan manajemen krusial untuk menciptakan lingkungan kerja yang suportif, partisipatif, dan bermakna secara psikologis.

CV Surya Indah Group yang berlokasi di Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan, wilayah yang kental dengan budaya Bugis dan mayoritas penduduk Muslim menjadi konteks yang menarik dalam melihat penerapan strategi pemberdayaan berbasis nilai. Perusahaan ritel ini menunjukkan upaya menyinergikan etika bisnis Islam dengan prinsip-prinsip budaya Bugis dalam pengelolaan sumber daya manusia. Berdasarkan hasil wawancara, saat ini perusahaan memiliki sekitar 30 orang karyawan. Dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, tercatat delapan karyawan perempuan mengundurkan diri dengan alasan dominan terkait keputusan personal seperti menikah dan mengabdikan kepada keluarga. Fenomena ini menunjukkan bahwa pengunduran diri terjadi bukan karena ketidakpuasan kerja, melainkan karena faktor sosial dan budaya yang normatif. Hal ini justru mengindikasikan tingkat kenyamanan kerja dan loyalitas karyawan yang cukup tinggi.

Stabilitas retensi karyawan tersebut memperkuat dugaan bahwa perusahaan telah berhasil menciptakan lingkungan kerja yang memberdayakan. Faktor-faktor seperti sistem kompensasi yang dianggap adil, bentuk apresiasi terhadap kinerja, serta internalisasi nilai-nilai luhur dalam operasional sehari-hari, diduga menjadi unsur utama yang memengaruhi loyalitas karyawan. Dalam konteks masyarakat Bugis yang menjunjung tinggi nilai sosial dan religius, pendekatan yang mengedepankan etika dan budaya lokal dapat memberikan resonansi yang lebih dalam dibandingkan strategi manajemen konvensional.

Penerapan etika bisnis Islam dalam hal ini mencakup nilai-nilai *Siddiq* (jujur), *Amanah* (dapat dipercaya), *Tabligh* (komunikatif), dan *Fatanah* (cerdas), yang mampu menciptakan relasi kerja yang harmonis dan berkelanjutan (Nugraheni, Musa

Alhabshi, & Rosman, 2024). Sementara itu, prinsip budaya Bugis seperti *Sipakatau* (saling memaniakan), *Sipakalebbi* (saling memuliakan), *Sipakainge* (saling mengingatkan), *Getteng* (teguh pendirian), *Adatongeng* (berkata benar), dan *Temmapasileaingeng* (tidak membeda-bedakan) mendorong terciptanya lingkungan kerja yang berlandaskan kemanusiaan dan empati. Nilai-nilai tersebut berkontribusi dalam membangun kepercayaan diri, rasa memiliki, dan kesadaran terhadap dampak sosial dari pekerjaan inti dari konsep pemberdayaan yang holistik (Ridha, 2023).

Penelitian-penelitian sebelumnya telah mengkaji pemberdayaan karyawan dari berbagai perspektif. Secara umum, kajian tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga fokus utama: (1) dimensi, strategi umum, dan kendala pemberdayaan diantaranya dilakukan oleh Giedraitis et al. (Giedraitis, Romeryte-Sereikiene, & Vaiksnoras, 2024), Febrianti dan Muslim (Febrianti & Muslim, 2022), Jaya dan Pendrian (Putra Jaya & Pendrian, 2024) serta Hazem dan Sharif (Hazem & Sharif, 2022) menunjukkan bahwa pemberdayaan berdampak pada peningkatan performa dan motivasi, namun umumnya menggunakan pendekatan kuantitatif atau struktural. (2) Hubungan pemberdayaan dengan pengembangan SDM dan kinerja melalui pelatihan dan komunikasi diantaranya dilakukan oleh Ningrum et al. (Ningrum, Iskandar, & Burhanudin, 2020), Rahmawati et al. (Rahmawati, Witjaksono, & Ramli, 2024), dan Wahyudi et al. (Wahyudi, Basri, Anggraini, Kusnadi, & Arafah, 2022) berfokus pada pelatihan dan pengembangan SDM sebagai upaya peningkatan kinerja. (3) Konteks organisasi spesifik dan implementasi strategis di antaranya dilakukan oleh Sa'diyah dan Wispandono (Evi Nur Sa'diyah & Raden Mas Moch Wispandono, 2023), Tangdirerung et al. (Tangdirerung, Hamid, & Rukaiyah, 2024), serta Alwedyan et al. (Alwedyan et al., 2023) mengulas pemberdayaan dalam konteks spesifik seperti digitalisasi, sektor publik, atau perbankan.

Kesenjangan dari studi-studi tersebut adalah kurangnya eksplorasi mendalam terhadap pemberdayaan karyawan yang berbasis pada integrasi nilai religius dan budaya lokal. Khususnya dalam konteks perusahaan ritel di wilayah dengan karakteristik budaya kuat seperti Kabupaten Bone, pendekatan ini masih jarang diangkat. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan etika bisnis Islam dan prinsip budaya Bugis sebagai strategi inti dalam penguatan karyawan. Dengan menggabungkan kedua sistem nilai tersebut, studi ini bertujuan memberikan perspektif baru dalam mengembangkan strategi manajemen SDM yang kontekstual, berkelanjutan, dan berakar pada kearifan lokal.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus pada CV Surya Indah Group yang berlokasi di Kabupaten Bone. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk memahami secara mendalam penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dan prinsip budaya Bugis dalam strategi penguatan karyawan. Subjek penelitian meliputi pimpinan perusahaan, karyawan tetap, dan staf manajemen yang relevan dengan proses pengambilan kebijakan. Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu: wawancara mendalam, observasi langsung, dan

dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman, persepsi, dan sikap terkait implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam dan prinsip budaya Bugis dalam lingkungan kerja. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan teknik, serta pengecekan ulang kepada narasumber (*member checking*). Metode ini dipilih untuk memberikan gambaran yang komprehensif dan kontekstual mengenai strategi penguatan karyawan berbasis nilai-nilai lokal dan religius di lingkungan bisnis ritel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Penerapan Etika Bisnis Islam pada Karyawan CV Surya Indah Group**

Etika bisnis Islam berasal dari Al-Qur'an dan Sunnah, yang menjadi panduan moral bagi pengusaha Muslim dalam menjalankan bisnis. CV Surya Indah Group, sebagai perusahaan yang beroperasi di lingkungan mayoritas Muslim dan dimiliki oleh pengusaha Muslimah, menunjukkan usaha nyata untuk menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktiknya. Hasil pengamatan dan wawancara menunjukkan bahwa nilai-nilai utama seperti *Siddiq* (Jujur), *Amanah* (Dapat dipercaya), *Tabligh* (Menyampaikan), dan *Fatanah* (Cerdas) sudah menjadi bagian dari kegiatan operasional perusahaan, meskipun tingkat pemahaman dan penerapannya masih berbeda-beda. Penerapan nilai-nilai ini menjadi fokus pembahasan pada bagian berikut.

#### ***Siddiq* (Jujur)**

Kejujuran (*Siddiq*) adalah dasar utama dalam hubungan bisnis menurut Islam (Erni & Abdul Matin Bin Salman, 2024). Ini berarti harus ada sikap lurus hati dalam perkataan, perbuatan, dan semua aspek transaksi. Prinsip ini menuntut adanya keterbukaan dan kebenaran dalam setiap interaksi. Di CV Surya Indah Group, penerapan *Siddiq* menjadi perhatian utama. Implementasinya terlihat jelas melalui sistem transparansi harga yang menggunakan label dan *barcode*, memungkinkan pelanggan untuk melakukan verifikasi secara mandiri (Masda, 2025). Lebih lanjut, karyawan secara konsisten memberikan informasi produk yang akurat dan apa adanya, tanpa ada upaya melebih-lebihkan fungsi atau menyembunyikan kekurangan (Agustiani, 2025). Pihak manajemen, melalui pengawas, mengonfirmasi bahwa penetapan harga didasarkan pada perhitungan modal yang jelas dari distributor ditambah margin keuntungan yang wajar, dan informasi ini dibuka kepada pihak yang berkepentingan (Ahmad, 2025). Komitmen terhadap *Siddiq* ini terlihat sangat mendalam pada praktik pembedaan harga buah langsung berdasarkan tingkat kesegarannya, yang dikomunikasikan secara eksplisit kepada pelanggan, memberikan mereka pilihan yang adil (Hanafing, 2025). Penanaman nilai *Siddiq* ini dilakukan secara berkelanjutan, dimulai dari proses rekrutmen, pengarahan harian, hingga kajian agama mingguan yang bersifat reflektif (Hanafing, 2025). Dampak positif dari praktik ini dirasakan langsung oleh pelanggan, yang menyatakan kepuasan mereka terhadap kejujuran karyawan dalam memberikan informasi terkait harga, kualitas produk, lokasi barang, serta program diskon yang berjalan (Haerani, 2025). Praktik

ini secara nyata mengamalkan seruan QS. At-Taubah/9:119 untuk senantiasa bersama orang-orang yang benar, yang dalam konteks bisnis berarti membangun reputasi atas dasar integritas (RI, 2022).

#### **Amanah (Dapat dipercaya)**

*Amanah*, artinya dapat dipercaya atau memegang teguh tanggung jawab, adalah konsep penting dalam etika Islam yang berlaku di semua bidang kehidupan, termasuk bisnis (Azwar, Mulyawan, & Usman, 2024). Prinsip Amanah terinternalisasi dalam struktur organisasi dan budaya kerja perusahaan. Ini diwujudkan melalui pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas kepada setiap karyawan, di mana mereka didorong untuk fokus pada bidangnya masing-masing namun tetap memiliki kesadaran untuk saling membantu demi kelancaran operasional secara keseluruhan (Masda, 2025). Pengamatan peneliti di lapangan turut mengonfirmasi adanya atmosfer kerja yang kolaboratif dan saling mendukung. Karyawan, khususnya di posisi krusial seperti kasir, menunjukkan kesadaran tinggi akan pentingnya menjaga kepercayaan atasan dengan bekerja secara jujur, teliti, dan bertanggung jawab (Agustiani, 2025). Pengawas menjelaskan lebih lanjut mengenai spesifikasi tanggung jawab di area tertentu, seperti petugas lorong, serta fleksibilitas yang diharapkan dari karyawan untuk membantu tugas di luar deskripsi pekerjaan utama saat dibutuhkan (Ahmad, 2025). Kepala toko menambahkan aspek disiplin sebagai bagian integral dari Amanah, di mana karyawan diharapkan untuk tetap berada di pos masing-masing, terutama pada jam-jam sibuk, demi menjaga kualitas layanan (Asri, 2025). Makna Amanah di CV Surya Indah Group diperluas oleh pemilik hingga mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap publik. Contoh konkretnya adalah pelaksanaan tera ulang timbangan secara berkala oleh instansi pemerintah yang berwenang untuk menjamin keadilan takaran, serta sistem pengelolaan barang rusak atau mendekati tanggal kedaluwarsa melalui prosedur retur yang ketat untuk melindungi konsumen (Hanafing, 2025). Integritas karyawan dalam melaporkan dan menangani barang rusak juga menjadi bukti nyata penerapan Amanah. Komitmen perusahaan terhadap penegakan Amanah juga terlihat dari mekanisme sanksi yang bertahap dan tegas, mulai dari teguran lisan, surat peringatan, hingga pemberhentian untuk pelanggaran berat seperti pencurian, yang menunjukkan keseriusan dalam menjaga aset dan reputasi. Praktik ini mencerminkan kepatuhan terhadap larangan berkhianat terhadap amanat sebagaimana termaktub dalam QS. Al-Anfal/8:27 (RI, 2022).

#### **Tabligh (Menyampaikan)**

Prinsip *Tabligh* dalam etika bisnis Islam berarti kewajiban menyampaikan informasi secara benar, jelas, lengkap, dan tidak menyembunyikan fakta penting kepada pihak lain, terutama pelanggan (Ghozali, Yasin, Nasution, & Safitri, 2024). Prinsip *Tabligh* menjadi landasan dalam strategi komunikasi dan pelayanan pelanggan di CV Surya Indah Group. Karyawan secara konsisten berupaya memberikan informasi produk secara benar, jelas, komprehensif, dan mudah dipahami oleh pelanggan. Kecepatan dan ketepatan respons karyawan terhadap pertanyaan atau kebutuhan informasi pelanggan menjadi salah satu indikator keberhasilan penerapan *Tabligh*. Terdapat instruksi yang jelas dari manajemen bahwa

karyawan tidak diperkenankan menjawab “tidak tahu” secara pasif, melainkan harus proaktif mencari informasi yang akurat terlebih dahulu atau mengarahkan pelanggan kepada personel yang lebih kompeten, seperti *Sales Promotion Girl* (SPG) atau *Beauty Advisor* (BA) untuk produk-produk spesifik (Asri, 2025). Hal ini bertujuan untuk memastikan validitas informasi yang disampaikan. Pelanggan pada umumnya memberikan respons positif terhadap upaya ini, menyatakan kepuasan atas kesigapan, kejelasan, dan keramahan karyawan dalam memberikan informasi (Damayanti, 2025). Meskipun demikian, terdapat catatan konstruktif mengenai variasi kedalaman informasi produk spesifik yang diterima pelanggan, tergantung pada apakah informasi tersebut berasal dari karyawan umum atau SPG/BA yang memiliki pengetahuan produk lebih mendalam (Haerani, 2025). Pemilik perusahaan juga secara tegas menekankan pentingnya transparansi total mengenai kondisi aktual barang, termasuk produk yang mendekati tanggal kedaluwarsa, sebagai bagian dari tanggung jawab moral (Hanafing, 2025) (Hj. Farida Hanafing, Wawancara, 2025). Landasan spiritual dari praktik *Tabligh* ini dapat ditarik dari esensi perintah Allah dalam QS. Al-Ma'idah/5:67 untuk menyampaikan risalah dengan benar dan utuh (RI, 2022).

## **Fatanah (Cerdas)**

*Fatanah*, artinya cerdas, bijaksana, cakap, atau punya pemahaman tajam, adalah kualitas penting bagi Muslim dalam perannya, termasuk bisnis (Husnul Khatimah, Annisa Nur Fadhillah, Anis Rahayu, & Annisa Habsah Maualana, 2024). *Fatanah* diwujudkan melalui serangkaian upaya berkelanjutan dalam pelatihan dan pengembangan kompetensi sumber daya manusia di CV Surya Indah Group. Meskipun sebagian karyawan awalnya menyatakan bahwa pembelajaran lebih banyak bersifat informal melalui *on-the-job training* dari senior atau pengawas (Masda, 2025), pihak manajemen mengonfirmasi adanya struktur program pengembangan yang lebih formal. Ini mencakup pelatihan dasar yang disesuaikan dengan posisi (kasir, petugas lorong), program pendampingan oleh karyawan berpengalaman, hingga pelatihan lanjutan yang melibatkan instruktur eksternal, pengiriman karyawan untuk mengikuti seminar atau lokakarya di luar daerah, kursus keterampilan spesifik (seperti pemasaran digital melalui TikTok), dan sesi *coaching* untuk meningkatkan kemampuan analisis dan pemecahan masalah (Hanafing, 2025). Aspek *Fatanah* juga tercermin dalam kemampuan praktis karyawan dalam menangani keluhan pelanggan secara profesional: mendengarkan dengan empati, mengidentifikasi akar masalah, mencari solusi yang tepat, atau jika perlu, meneruskan keluhan tersebut kepada pihak yang lebih berwenang (Agustiani, 2025). Keluhan pelanggan tidak dianggap sebagai masalah, melainkan sebagai umpan balik berharga yang dijadikan bahan evaluasi dan pembelajaran kolektif dalam sesi pengarahan (Asri, 2025). Pelanggan secara umum menilai karyawan CV Surya Indah Group cukup ramah, profesional, dan memiliki pemahaman yang baik mengenai tugas mereka (Damayanti, 2025). Pengamatan peneliti juga mendukung persepsi ini melalui respons cepat karyawan terhadap kebutuhan pelanggan, meskipun terdapat masukan dari pelanggan mengenai perlunya peningkatan pro aktivitas dalam beberapa situasi. Upaya pengembangan

Fatanah ini sejalan dengan apresiasi Islam terhadap hikmah (kebijaksanaan) sebagaimana disebutkan dalam QS. Al-Baqarah/2:269 (RI, 2022).

Secara komprehensif, penerapan keempat pilar etika bisnis Islam ini menunjukkan bahwa CV Surya Indah Group tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga berupaya menjalankan bisnis secara holistik dengan landasan moral yang kuat. Temuan ini senada dan memperkuat hasil penelitian sebelumnya oleh Eva Rosyidah dan Khusniati Rofiah, yang mengindikasikan bahwa implementasi etika bisnis Islam secara konsisten berkorelasi positif dengan kesuksesan bisnis jangka panjang, khususnya dalam sektor ritel, melalui peningkatan kepercayaan pelanggan, pembentukan reputasi yang solid, peningkatan motivasi karyawan, dan pencapaian kinerja yang berkelanjutan (Rosyidah & Rofiah, 2024). Penelitian lain oleh Dwi Febriyanti dan Siti Mujiatun juga menemukan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada UMKM makanan dan minuman berpengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha (Dwi Febriyanti & Siti Mujiatun, 2024), yang relevan dengan konteks CV Surya Indah Group sebagai entitas bisnis yang berinteraksi langsung dengan konsumen.

## **Penerapan Prinsip Budaya Bugis pada Karyawan CV Surya Indah Group**

Selain menerapkan etika bisnis Islam, CV Surya Indah Group juga secara sadar menggabungkan dan melestarikan nilai-nilai luhur budaya Bugis dalam kegiatan operasionalnya. Keputusan ini sangat tepat mengingat lokasi perusahaan di Kabupaten Bone, pusat kebudayaan Bugis, dan mayoritas karyawan serta pelanggan berasal dari suku Bugis. Penggabungan kearifan lokal ini menjadi cara efektif membangun hubungan internal yang harmonis dan hubungan eksternal yang kuat dengan pelanggan. Falsafah hidup Bugis yang kaya, seperti *Sipakatau* (saling memanusiakan), *Sipakalebbi* (saling memuliakan), *Sipakainge* (saling mengingatkan), *Getteng* (teguh pendirian), *Adatongeng* (perkataan yang benar), dan *Temmapasileaingeng* (tidak membeda-bedakan), diterapkan secara nyata dan memberi warna tersendiri pada budaya kerja serta pelayanan di swalayan ini.

### ***Sipakatau* (Saling Memanusiakan)**

*Sipakatau* adalah konsep dasar dalam adat Bugis (*pangngadereng*) yang menekankan pentingnya kemanusiaan universal: kewajiban saling menghargai, menghormati, dan memanusiakan sesama tanpa pandang status sosial, ekonomi, usia, jabatan, atau latar belakang lain (Yunus, Alfurqan, & Hidayat, 2022). Prinsip fundamental *Sipakatau* menjadi dasar utama dalam memperlakukan setiap individu baik pelanggan maupun sesama karyawan dengan penuh rasa hormat dan penghargaan terhadap harkat serta martabat kemanusiaannya. Ini diwujudkan melalui sikap konsisten untuk selalu ramah, sopan, dan santun kepada semua pelanggan, tanpa memandang status sosial, ekonomi, maupun usia (Masda, 2025). Karyawan secara proaktif sering tersenyum dan menyapa pelanggan, menciptakan atmosfer yang hangat dan menyambut. Sikap saling menghargai ini juga secara konsisten diterapkan dalam interaksi antar sesama rekan kerja, membangun lingkungan internal yang positif dan suportif (Agustiani, 2025). Penggunaan sapaan hormat khas Bugis seperti “Puang” kepada pelanggan yang lebih tua, serta ungkapan “*tabe*” (permisi) saat melintas atau memerlukan ruang, merupakan manifestasi

konkret dari penghayatan nilai *Sipakatau* dalam praktik sehari-hari. Manajemen memberikan arahan spesifik mengenai penggunaan sapaan yang adaptif, namun tetap menekankan pentingnya kepekaan untuk memperhatikan preferensi dan kenyamanan individual pelanggan (Asri, 2025). Pemilik perusahaan menegaskan bahwa *Sipakatau* bukan sekadar formalitas, melainkan sebuah praktik yang konsisten ditanamkan dan dijaga dalam budaya perusahaan (Hanafing, 2025). Dampaknya, pelanggan merasa sangat dihormati, dihargai, dan diperlakukan setara, yang meningkatkan kenyamanan dan loyalitas mereka. Tindakan sukarela karyawan membantu mengangkat barang belanjaan pelanggan yang banyak atau berat juga menjadi cerminan kepedulian ekstra yang berlandaskan *Sipakatau*. Prinsip universal ini sangat selaras dengan ajaran Islam dalam QS. Al-Isra'/17:70 yang menegaskan tentang kemuliaan inheren setiap anak cucu Adam (RI, 2022).

### ***Sipakalebbi* (Saling Memuliakan)**

*Sipakalebbi*, dalam sistem nilai Bugis, adalah tingkatan penghargaan lebih tinggi dari *Sipakatau* (Musi, Muh. Yusri Bachtiar, Herlina, & Sitti Nurhidayah Ilyas, 2022). *Sipakalebbi* diimplementasikan sebagai upaya aktif untuk saling memuliakan, menghargai, dan meninggikan derajat orang lain, baik dalam interaksi dengan pelanggan maupun antar karyawan. Hal ini tercermin melalui sikap hormat yang konsisten, tutur kata yang sopan dan terjaga, serta tindakan nyata yang menunjukkan penghargaan tulus (Agustiani, 2025). Dalam dinamika internal perusahaan, *Sipakalebbi* menjadi perekat hubungan sosial yang kuat. Karyawan didorong untuk saling menghargai kontribusi masing-masing, menghindari sikap saling menjatuhkan, dan secara aktif menjaga suasana kerja yang hangat, suportif, dan penuh kekeluargaan (Ahmad, 2025). Suasana kerja yang akrab, di mana karyawan saling tolong-menolong dan berinteraksi dengan santai namun tetap profesional, teramati secara langsung. Sikap hormat ini dianggap sebagai prinsip pelayanan utama dan standar profesionalisme yang tidak dapat ditawar (Asri, 2025). Pemilik perusahaan memberikan ilustrasi konkret mengenai bagaimana *Sipakalebbi* diwujudkan dalam hubungan antara senior dan junior, di mana senior wajib membimbing dengan sabar dan hormat, sementara junior menunjukkan sikap menghargai dan mau belajar (Hanafing, 2025). Ikatan emosional dan praktik *Sipakalebbi* yang mendalam juga terlihat jelas dalam berbagai acara internal perusahaan, seperti acara pelepasan. Pelanggan pun merasakan perlakuan yang baik dan penuh penghargaan ini. Prinsip luhur ini sangat sejalan dengan larangan Al-Qur'an untuk saling mengolok-olok atau merendahkan sesama, sebagaimana termaktub dalam QS. Al-Hujurat/49:11 (RI, 2022).

### ***Sipakainge* (Saling Mengingat)**

*Sipakainge* adalah pilar penting adat Bugis (*pangngadereng*) yang tekankan tanggung jawab moral dan sosial individu untuk saling ingatkan (*mappakainge*) dalam kebaikan (*adecengeng*), kebenaran (*alempureng*), kepatuhan adat dan aturan (*appasenna tomatowa*), serta kesabaran (*asabbarakeng*) (Rio, Anwar, & Padila, 2024). *Sipakainge* berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial yang efektif dan konstruktif, baik dalam jalur formal maupun informal. Secara formal, prinsip ini termanifestasi

dalam sistem penegakan disiplin perusahaan. Pelanggaran terhadap aturan, seperti ketidakdisiplinan absensi atau penggunaan telepon genggam di luar jam istirahat, akan ditindaklanjuti melalui proses teguran lisan, klarifikasi, hingga pemberian sanksi jika diperlukan, yang semuanya dilakukan dalam kerangka untuk mengingatkan dan mengembalikan karyawan pada standar yang diharapkan (Asri, 2025). Namun, kekuatan *Sipakainge* yang sesungguhnya justru lebih terasa dalam interaksi informal antar karyawan. Mereka secara proaktif saling mengingatkan untuk menjaga kebersihan dan kerapian area kerja masing-masing, memastikan produk yang dipajang dalam kondisi baik dan tidak mendekati tanggal kedaluwarsa, bahkan hingga hal-hal personal seperti mengingatkan rekan kerja untuk makan jika terlihat kurang sehat, atau saling membantu antar bagian ketika terjadi lonjakan pelanggan (Agustiani, 2025). Suasana saling membantu dan terkadang diselingi gurauan yang akrab antar karyawan juga menjadi cerminan dari hubungan kerja yang didasari kepedulian. Bahkan dalam interaksi dengan pelanggan, tindakan kasir yang melakukan konfirmasi ulang terhadap item belanjaan sebelum transaksi final dapat diinterpretasikan sebagai bentuk *Sipakainge* untuk memastikan kepuasan pelanggan dan menghindari kesalahan (Damayanti, 2025). Praktik saling menasihati dalam kebaikan dan kesabaran ini sangat selaras dengan perintah eksplisit dalam QS. Al-Asr/103:3 (RI, 2022).

#### **Getteng (Teguh Pendirian)**

*Getteng* adalah sifat karakter (watak) dihargai budaya Bugis. Artinya teguh pendirian, kokoh pegang prinsip, konsisten kata dan perbuatan, punya integritas kuat tak mudah goyah (*marenreng*) oleh tekanan/bujukan. Orang *Getteng* pegang teguh aturan, kesepakatan, nilai benar meski hadapi sulit/risiko (Sayidiman, Manggau, Ramli, & Hermuttaqien, 2024). *Getteng* tercermin dalam komitmen dan keteguhan individu maupun organisasi dalam menjalankan kebijakan, prosedur, dan standar etika secara konsisten, adil, dan tanpa kompromi terhadap integritas, bahkan ketika menghadapi situasi yang sulit atau tekanan eksternal. Karyawan menunjukkan sikap *Getteng* ketika mereka dengan sopan namun tegas menolak permintaan pelanggan yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku, misalnya terkait permintaan harga grosir tanpa memenuhi syarat kuantitas minimum (Masda, Wawancara, 2025; Maghfira Tri Agustiani, Wawancara, 2025). Kebijakan mengenai antrean di kasir juga ditegakkan secara adil tanpa memberikan perlakuan khusus kepada pihak tertentu, sekalipun itu adalah kenalan pribadi (Ahmad, Wawancara, 2025; Asri, Wawancara, 2025). Karyawan secara rutin diingatkan melalui pengarahan untuk senantiasa mematuhi kebijakan perusahaan, tidak memberikan diskon secara sembarangan kecuali atas dasar kebijakan resmi, dan menjalankan prosedur transaksi dengan benar (Masda, Wawancara, 2025; Maghfira Tri Agustiani, Wawancara, 2025). Pihak manajemen menegaskan bahwa kebijakan terkait harga dan antrean bersifat *non-negotiable* dan harus diterapkan secara konsisten untuk menjaga keadilan dan ketertiban (Ahmad, Wawancara, 2025; Asri, Wawancara, 2025). Pada tingkat strategis, pemilik perusahaan juga menunjukkan sikap *Getteng* dalam hubungan dengan pemasok, misalnya dengan melakukan verifikasi ketat terhadap kualitas dan keaslian barang untuk melindungi kepentingan pelanggan, meskipun hal tersebut

memerlukan upaya ekstra (Hj. Farida Hanafing, Wawancara, 2025). Sikap teguh dalam memegang prinsip kebenaran dan aturan ini sangat resonan dengan perintah Allah kepada Nabi Muhammad SAW dan umatnya untuk senantiasa istiqamah (teguh dan lurus) di jalan yang benar, sebagaimana termaktub dalam QS. Hud/11:112.

### **Adatongeng (Perkataan yang Benar)**

*Adatongeng* (“perkataan benar” / “tutur lurus”) adalah prinsip fundamental budaya Bugis tekankan pentingnya jujur, benar, akurat komunikasi. Ini sejajar dan perkuat *Siddiq* (Jujur) etika bisnis Islam. *Adatongeng* menuntut individu sampaikan info sesuai fakta (*tellu ri oloang*), tak ambigu, tak lebihkan (*temmaleda-ledda*), tak kurangi (*temmakurang-kurang*), tak sesatkan (*tessipakaraja-raja*) (Musi et al., 2022). Prinsip *Adatongeng* menekankan pentingnya kejujuran, kebenaran, dan akurasi dalam setiap bentuk komunikasi verbal. Karyawan didorong dan dibiasakan untuk hanya menyampaikan informasi yang benar dan sesuai dengan fakta. Jika terdapat keraguan atau ketidakpastian mengenai suatu informasi, mereka diinstruksikan untuk melakukan verifikasi terlebih dahulu kepada pengawas atau bagian yang lebih mengetahui, daripada memberikan jawaban yang berpotensi keliru atau menyesatkan (Masda, 2025). Prosedur operasional standar, seperti kewajiban kasir untuk menyebutkan tanggal kedaluwarsa produk sebelum transaksi dan melakukan konfirmasi ulang item belanjaan, dirancang untuk memastikan kebenaran, akurasi, dan transparansi dalam pelayanan sebagai wujud nyata dari *Adatongeng* (Ahmad, 2025). Manajemen secara tegas melarang karyawan menutupi informasi penting terkait kondisi barang atau memberikan keterangan yang tidak benar demi mengejar target penjualan. Setiap penyampaian informasi yang tidak akurat akan menjadi bahan evaluasi dan koreksi (Asri, 2025). Upaya penerapan *Adatongeng* ini terbukti membangun kepercayaan di mata pelanggan, yang menyatakan bahwa mereka tidak pernah menerima informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan dan bahkan mendapatkan rekomendasi produk yang terbukti bermanfaat (Damayanti, 2025). Pemilik perusahaan juga menekankan komitmen terhadap transparansi penuh dalam menjelaskan kondisi barang dan informasi harga (Hanafing, 2025). Prinsip berkata benar ini merupakan perintah inti dalam ajaran Islam, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Ahzab/33:70 untuk senantiasa mengucapkan *qaulan sadida* (perkataan yang benar dan lurus) (RI, 2022).

### **Temmapasileaingeng (Tidak Membeda-bedakan)**

*Temmapasileaingeng* merupakan salah satu prinsip utama dalam nilai-nilai budaya Bugis yang menekankan pentingnya kesetaraan, keadilan, dan pelarangan terhadap segala bentuk diskriminasi. Nilai ini mengajarkan bahwa setiap individu harus diperlakukan secara adil, setara, dan penuh hormat, tanpa membedakan status sosial, ekonomi, jabatan, suku, agama, hubungan kekerabatan, maupun kondisi fisik (Rahman, Akhmar, Hasyim, Dalyan, & Rahman, 2022). Nilai *Temmapasileaingeng* menjadi landasan fundamental dalam memastikan perlakuan yang adil, setara, dan penuh hormat kepada semua pihak, tanpa memandang status sosial, ekonomi, jabatan, suku, agama, hubungan kekerabatan, maupun kondisi fisik. Dalam konteks pelayanan pelanggan, prinsip ini diimplementasikan dengan memberikan layanan

yang sama baiknya, ramah, dan profesional kepada seluruh pelanggan, baik itu masyarakat umum, aparat negara, maupun pejabat. Pelanggan secara konsisten merasakan tidak adanya diskriminasi dalam pelayanan dan mengapresiasi perlakuan yang setara, misalnya dalam hal antrean di kasir (Rahmadani, 2025). Lebih dari itu, nilai *Temmapasileaingeng* juga sangat kental terasa dalam hubungan internal antar karyawan. Prinsip ini menciptakan lingkungan kerja yang egaliter, di mana karyawan saling membantu tanpa membedakan senioritas atau jabatan, tidak ada diskriminasi dalam pembagian beban kerja, dan semangat gotong royong menjadi budaya yang dominan. Prinsip kesetaraan dan larangan diskriminasi ini sangat selaras dengan ajaran inti Islam yang menjunjung tinggi keadilan dan persamaan derajat seluruh manusia di hadapan Allah SWT, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Hujurat/49:13 (RI, 2022).

Integrasi yang harmonis antara nilai-nilai luhur budaya Bugis dengan etika bisnis Islam tidak hanya membentuk identitas korporat yang unik dan berkarakter bagi CV Surya Indah Group, tetapi juga secara signifikan mendukung peningkatan kualitas layanan, membangun loyalitas pelanggan, serta menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, produktif, dan humanis. Temuan ini mengafirmasi hasil penelitian sebelumnya dari Wa Ode Rayyani et al., yang menggarisbawahi bahwa integrasi kearifan lokal ke dalam praktik bisnis modern dapat menghasilkan dampak sosial dan lingkungan yang positif dan berkelanjutan (Rayyani et al., 2023). Penelitian oleh Ilahi et al. (2024) mengenai penanaman nilai budaya Sulawesi Selatan dalam organisasi mahasiswa juga menunjukkan relevansi nilai-nilai seperti *Sipakatau*, *Sipakalebbi*, dan *Sipakainge* dalam membentuk karakter dan interaksi sosial (Ilahi, Nuwa, & Kasim, 2024), yang paralel dengan temuan di lingkungan kerja CV Surya Indah Group.

## **Penerapan Etika Bisnis Islam dan Prinsip Budaya Bugis sebagai Strategi Penguatan Karyawan pada CV Surya Indah Group**

Penguatan karyawan (*employee empowerment*) merupakan konsep strategis dalam manajemen sumber daya manusia yang tidak hanya berkaitan dengan pemberian motivasi, tetapi juga mencakup peningkatan kapasitas, otonomi, serta pengaruh karyawan dalam lingkungan kerja (Albayrak & Ertürk, 2021). Penguatan ini dilakukan melalui pemberian kepercayaan, pelimpahan wewenang dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan tugas, akses terhadap informasi dan sumber daya, serta dukungan dan pengakuan dari organisasi. Tujuan akhirnya adalah agar karyawan memiliki rasa percaya diri terhadap kompetensinya (*competence*), merasa memiliki kendali atas pekerjaannya (*self-determination*), dan menyadari arti serta dampak dari kontribusinya terhadap organisasi (*impact*). Hasil analisis wawancara di CV Surya Indah Group menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai etika Islam (Siddiq, *Amanah*, *Tabligh*, dan *Fatanah*) serta prinsip budaya Bugis (*Sipakatau*, *Sipakalebbi*, *Sipakainge*, *Getteng*, *Adatongeng*, dan *Temmapasileaingeng*) telah berkontribusi secara signifikan terhadap penguatan karyawan pada ketiga dimensi tersebut. Nilai-nilai tersebut tidak hanya menjadi dasar etika individu, tetapi juga menjadi instrumen budaya organisasi yang memperkuat kepercayaan diri, otonomi, dan makna kerja bagi karyawan.

## **Kompetensi (*Competence*)**

Kompetensi merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menjalankan tugas secara efektif (Khan, 2023). Keyakinan karyawan terhadap kapabilitas dan keahlian mereka dalam menjalankan tugas secara efektif (*competence*) secara signifikan ditingkatkan melalui perpaduan nilai-nilai ini. Nilai *Fatanah* (cerdas dan profesional) dari etika Islam mendorong perusahaan untuk menyelenggarakan program pelatihan yang komprehensif, mulai dari pelatihan teknis internal, pelibatan fasilitator eksternal, hingga pengiriman karyawan untuk mengikuti kursus dan seminar spesifik yang relevan dengan perkembangan industri (Hanafing, 2025). Di sisi lain, nilai *Amanah* (tanggung jawab) memotivasi karyawan untuk terus belajar dan meningkatkan penguasaan bidang tugasnya agar dapat memenuhi ekspektasi dan tanggung jawab profesional yang diemban. Prinsip *Getteng* (teguh pendirian) dari budaya Bugis menuntut pemahaman yang mendalam dan akurat terhadap aturan serta prosedur kerja, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan kompetensi prosedural dan operasional. Lebih lanjut, budaya *Sipakainge* (saling mengingatkan) dan *Sipakalebbi* (saling memuliakan) menciptakan lingkungan yang kondusif untuk proses pembelajaran sosial, di mana bimbingan dari karyawan senior kepada junior, serta transfer pengetahuan informal, berlangsung secara alami dan efektif. Meskipun tidak ada modul pelatihan formal yang secara eksplisit membahas etika bisnis Islam atau budaya Bugis secara teoretis, penanaman nilai-nilai tersebut melalui keteladanan pimpinan, pengarahan rutin, dan praktik kerja sehari-hari telah berhasil membentuk kompetensi etis (integritas, kejujuran) dan kompetensi sosial (kesopanan, keadilan, empati) yang sangat krusial dalam industri jasa dan ritel. Penelitian Harini Fajar Ningrum et al., yang menekankan pentingnya peningkatan kompetensi SDM untuk kinerja (Ningrum et al., 2020), meskipun dalam konteks berbeda, mendukung temuan bahwa investasi dalam pengembangan karyawan adalah krusial.

## **Penentuan Diri (*Self-determination*)**

Penentuan diri atau *self-determination* merujuk pada perasaan karyawan memiliki kebebasan dan kontrol dalam menjalankan tugas, mengambil inisiatif, serta membuat keputusan yang berkaitan dengan pekerjaan mereka (Suryowibowo & Syakarofath, 2024). Karyawan di CV Surya Indah Group merasakan adanya ruang untuk memiliki kebebasan, kontrol, dan inisiatif dalam menjalankan tugas-tugas mereka (*self-determination*), meskipun tetap berada dalam kerangka aturan dan prosedur organisasi yang jelas. Implementasi nilai *Amanah*, yang diwujudkan dalam bentuk pemberian tanggung jawab kerja yang spesifik dan kepercayaan penuh dari manajemen, secara implisit menciptakan ruang otonomi bagi karyawan. Mereka diberi kepercayaan untuk mengelola tugas-tugas mereka secara mandiri selama tidak menyimpang dari koridor prosedural yang telah ditetapkan. Kepercayaan ini memupuk rasa kepemilikan (*sense of ownership*) dan kemandirian dalam bekerja, yang menjadi fondasi penting bagi tumbuhnya otonomi yang sehat dan bertanggung jawab. Selain itu, prinsip *Sipakainge*, yang dalam praktiknya sering kali diwujudkan dalam bentuk pendampingan (*coaching*) dalam pemecahan masalah dan proses pengambilan keputusan secara partisipatif, turut memberdayakan karyawan dan

meningkatkan keterlibatan mereka secara aktif dalam proses kerja. Ketika karyawan dilibatkan dalam menganalisis masalah dan merumuskan solusi, mereka merasakan adanya kontrol yang lebih besar atas proses kerja mereka sendiri. Prinsip *Getteng* juga berkontribusi signifikan terhadap penguatan penentuan diri. Sebagaimana terungkap dalam wawancara dengan karyawan, keberanian mereka untuk secara mandiri menegakkan aturan perusahaan meskipun kadang menghadapi tekanan atau permintaan khusus dari pelanggan mencerminkan bentuk otonomi yang matang dan dilandasi integritas. Kemampuan untuk membuat keputusan etis secara independen ini menunjukkan tingkat kepercayaan diri dan komitmen terhadap nilai yang tinggi. Fondasi utama dari tumbuhnya rasa penentuan diri di perusahaan ini adalah atmosfer kepercayaan yang dibangun atas dasar nilai *Siddiq* dan *Adatongeng* (kejujuran dalam perkataan dan perbuatan) serta *Amanah* (tanggung jawab). Kepercayaan timbal balik ini menjadi elemen psikologis krusial yang membuat karyawan merasa dihargai, diakui, dan memiliki keleluasaan dalam batas-batas tanggung jawab mereka, meskipun otonomi tersebut tetap diimbangi dengan kebutuhan akan efisiensi dan disiplin kerja yang inheren dalam industri ritel (Asri, 2025). Penelitian oleh Hamka Putra Jaya dan Okder Pendrian yang menyoroti pemberian otonomi sebagai strategi pemberdayaan karyawan relevan dengan temuan ini (Putra Jaya & Pendrian, 2024), meskipun CV Surya Indah Group mencapainya melalui internalisasi nilai.

### **Pengaruh (*Impact*)**

Pengaruh atau *impact* adalah persepsi karyawan bahwa pekerjaannya bermakna (*meaningfulness*), memberikan kontribusi signifikan terhadap tujuan organisasi, dan memiliki dampak positif nyata, baik secara internal maupun eksternal (Basher, Rahman, Hossain, & Islam, 2024). Karyawan CV Surya Indah Group menunjukkan pemahaman dan kesadaran yang tinggi bahwa pekerjaan yang mereka lakukan memiliki makna (*meaningfulness*) dan memberikan kontribusi yang signifikan (*impact*) terhadap pencapaian tujuan organisasi serta memberikan dampak positif yang nyata, baik secara internal bagi tim maupun secara eksternal bagi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan pelanggan yang secara konsisten dijalankan berdasarkan nilai-nilai luhur seperti *Siddiq*, *Amanah*, *Tabligh* dari etika Islam, serta *Sipakatau*, *Sipakalebbi*, dan *Temmapasileaingeng* dari budaya Bugis, secara logis dan empiris terbukti memiliki korelasi positif dengan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ketika karyawan yang berada di garda terdepan menyaksikan secara langsung atau menerima umpan balik positif dari pelanggan seperti pelanggan yang melakukan pembelian berulang, menyampaikan ucapan terima kasih secara tulus, memberikan pujian atas pelayanan yang diterima, hingga meninggalkan ulasan positif di media sosial atau platform lainnya (Hanafing, 2025), mereka merasakan secara konkret dampak positif dari kerja keras dan dedikasi mereka dalam menerapkan nilai-nilai tersebut. Pernyataan dari para pelanggan yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang etis, profesional, dan humanis menjadi faktor utama yang membuat mereka tetap setia dan bahkan merekomendasikan toko kepada orang lain, menjadi validasi eksternal yang kuat atas *impact* positif yang dihasilkan oleh karyawan. Kesadaran akan dampak ini semakin diperkuat melalui internalisasi nilai yang dilakukan oleh manajemen, misalnya melalui ajakan dari Pemilik Surya Indah agar

karyawan senantiasa berempati dan menempatkan diri pada posisi pelanggan. Upaya ini membantu karyawan memahami secara lebih mendalam signifikansi peran mereka dalam siklus keberhasilan perusahaan dan penciptaan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Selain dampak eksternal, nilai-nilai *Sipakainge* dan *Sipakalebbi* yang menekankan semangat gotong royong, kerja sama tim yang solid, saling membantu, dan atmosfer kekeluargaan, membuat karyawan merasa menjadi bagian integral dan penting dari sebuah tim yang solid. Mereka menyadari bahwa kontribusi individual mereka, sekecil apa pun, memiliki dampak langsung terhadap kelancaran operasional secara keseluruhan, efektivitas tim, dan terpeliharanya suasana kerja yang positif. Rasa menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar ini memperkuat *sense of belonging* dan kesadaran akan *impact* internal mereka. Lebih lanjut, sistem apresiasi dan penghargaan yang diterapkan oleh perusahaan, seperti pemberian bonus dalam bentuk *voucher* belanja, penetapan penghargaan karyawan terbaik (misalnya, bagi karyawan yang menunjukkan komitmen spiritual seperti menghafal juz 30 Al-Qur'an dan Asmaul Husna), hingga pemberian hadiah umrah bagi karyawan yang menunjukkan keteladanan dalam kinerja dan perilaku (Hanafing, 2025), merupakan bentuk pengakuan formal dari organisasi atas kontribusi dan *impact* positif yang telah diberikan oleh karyawan. Bentuk-bentuk penghargaan ini secara signifikan memperkuat persepsi karyawan bahwa pekerjaan mereka tidak hanya dihargai tetapi juga benar-benar bermakna dan memiliki pengaruh yang signifikan. Penelitian Annisa Rahmawati et al., yang menemukan dampak signifikan pemberdayaan karyawan terhadap kualitas layanan (Rahmawati et al., 2024), serta penelitian Wahyudi et al. yang menunjukkan pengaruh strategi pemberdayaan terhadap kinerja personel (Wahyudi et al., 2022), mendukung temuan bahwa karyawan yang merasa diberdayakan dan pekerjaannya berdampak akan menunjukkan kinerja lebih baik.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa CV Surya Indah Group telah berhasil merumuskan dan mengimplementasikan sebuah model pemberdayaan karyawan yang unik, holistik, dan berakar kuat pada nilai-nilai luhur agama (Islam) dan kearifan lokal (Bugis). Ketiga dimensi krusial dalam pemberdayaan kompetensi, penentuan diri, dan pengaruh/kebermaknaan kerja terbukti dapat ditingkatkan secara simultan dan sinergis melalui kombinasi nilai-nilai tersebut. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi literatur manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam konteks pengembangan model pemberdayaan yang relevan secara budaya dan efektif dalam meningkatkan kinerja serta kesejahteraan karyawan. Hal ini juga mendukung argumen dalam teori *psychological empowerment*, sebagaimana dikemukakan oleh Daniel Gajda dan Adrian Pyszka, yang menekankan bahwa kepemimpinan etis dan internalisasi nilai-nilai positif dalam budaya organisasi memainkan peran sentral dalam memediasi pemberdayaan psikologis karyawan, yang dampaknya bisa sebanding atau bahkan melebihi insentif material semata (Gajda & Pyszka, 2023). Temuan dari Algirdas Giedraitis et al., mengenai dimensi pemberdayaan struktural (peluang, informasi, dukungan, sumber daya) juga dapat dilihat komplementer (Giedraitis et al., 2024), di mana nilai-nilai yang diterapkan CV Surya Indah Group menciptakan dukungan dan lingkungan informatif secara kultural. CV Surya Indah

Group menjadi studi kasus inspiratif tentang bagaimana perpaduan harmonis antara nilai spiritual dan kearifan lokal dapat menjadi fondasi kokoh bagi pembentukan sumber daya manusia yang tidak hanya unggul secara teknis, tetapi juga memiliki integritas moral yang tinggi, kecakapan sosial yang adaptif, otonomi yang bertanggung jawab, serta pemahaman mendalam akan makna dan dampak positif dari setiap kontribusi mereka.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dan prinsip budaya Bugis secara sinergis mampu menjadi strategi yang efektif dalam memperkuat karyawan di CV Surya Indah Group. Nilai-nilai etika bisnis Islam seperti *siddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* mendorong terciptanya sikap kerja yang jujur, bertanggung jawab, komunikatif, dan cerdas dalam menjalankan tugas. Di sisi lain, prinsip budaya Bugis seperti *sipakatau*, *sipakalebbi*, dan *getteng* memperkuat rasa saling menghargai, loyalitas, dan keteguhan sikap dalam lingkungan kerja. Kombinasi nilai-nilai ini membentuk lingkungan kerja yang harmonis, meningkatkan motivasi, serta mendorong loyalitas dan kinerja karyawan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi nilai religius dan budaya lokal dapat menjadi pendekatan strategis dalam penguatan sumber daya manusia di perusahaan berbasis komunitas lokal.

Temuan ini memberikan gambaran bahwa perusahaan ritel lokal dapat memperkuat manajemen sumber daya manusia tidak hanya melalui pendekatan manajerial teknis, tetapi juga melalui internalisasi nilai-nilai budaya dan etika yang relevan dengan konteks lokal. Pendekatan ini berpotensi meningkatkan loyalitas dan stabilitas karyawan, sekaligus membentuk budaya organisasi yang berkarakter.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustiani, M. T. (2025). *Karyawan Surya Indah Sukawati*. Wawancara, 23 Februari.
- Ahmad. (2025). *Pengawas Surya Indah*. Wawancara, 23 Februari.
- Albayrak, M. T., & Ertürk, A. (2021). Strategic Empowerment in Human Resource Management. In *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190224851.013.161>
- Alwedyan, A., Soumadi, M. M., Aldiabat, M., Almarshad, M., Aityassine, F., & Obeidat, S. F. (2023). the Impact of the Human Resources Empowerment Strategy on Achieving Strategic Objectives in Commercial Banks in Jordan. *International Journal of Professional Business Review*, 8(3), 1–26. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i3.881>
- Asri. (2025). *Kepala Toko Surya Indah Sukawati*. Wawancara, 23 Februari.
- Azwar, A., Mulyawan, A. W., & Usman, A. H. (2024). ANALYSIS OF THE ISLAMIC BUSINESS ETHICS APPLICATION AND ITS URGENCY IN BUSINESS UNITS OF COMMUNITY ORGANIZATION. *Ekonomi Islam*, 15(2), 169–196.

<https://doi.org/10.22236/jei.v15i2.12978>

- Basher, F., Rahman, B., Hossain, M. M., & Islam, M. A. (2024). Impact of job meaningfulness on employee retention: Antecedent and outcome of person-organization fit and person job fit. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(11).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24294/jipd.v8i11.7326>
- Damayanti, A. (2025). *Pelanggan Surya Indah*. Wawancara, 22 Februari.
- Dwi Febriyanti, & Siti Mujiatun. (2024). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Muslim Makanan dan Minuman Di Hampanan Perak. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5306–5318. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2538>
- Erni, & Abdul Matin Bin Salman. (2024). Principles of Honesty in Business according to the Qur'an (Case Study of Cocoa Seed Traders in Cendana Village). *Al-Arfa: Journal of Sharia, Islamic Economics and Law*, 2(1), 1–14.  
<https://doi.org/10.61166/arfa.v2i1.36>
- Evi Nur Sa'diyah, & Raden Mas Moch Wispandono. (2023). Strategi Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Dalam Menyikapi Transformasi Digital Di Desa Wisata. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 4(2), 111–123.  
<https://doi.org/10.32585/jbfe.v4i2.4675>
- Febrianti, C., & Muslim, N. A. (2022). Strategi Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Dalam Upaya Mengoptimalkan Potensi Human Capital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 13–24.  
[https://doi.org/10.47329/jurnal\\_mbe.v8i1.776](https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v8i1.776)
- GAJDA, D., & PYSZKA, A. (2023). Ethical Leadership and Employee Work-Related Attitudes: Examining The Role of Psychological Empowerment. *Communications of International Proceedings*.  
<https://doi.org/10.5171/2023.4111923>
- Ghozali, M., Yasin, A., Nasution, S., & Safitri, A. R. (2024). Halal Business Practice: An Islamic Business Ethics Perspective. *AL-IKTISAB: Journal of Islamic Economic Law*, 8(2), 89–100. <https://doi.org/10.21111/aliktisab.v8i2.13101>
- Giedraitis, A., Romeryte-Sereikiene, R., & Vaiksnoras, M. (2024). Main Stages of Employee Empowerment Strengthening in Production Organizations. *Management/Vadyba (16487974)*, 40(2).
- Haerani, H. (2025). *Pelanggan Surya Indah*. Wawancara, 22 Februari.
- Hanafing, H. F. (2025). *Owner Surya Indah Sukawati*. Wawancara, 14 April.
- Hazem, F., & Sharif, F. (2022). Empowering human resources to achieve the strategic goals of business companies. *SocioEconomic Challenges*, 6(3), 62–79.  
[https://doi.org/10.21272/sec.6\(3\).62-79.2022](https://doi.org/10.21272/sec.6(3).62-79.2022)
- Husnul Khatimah, Annisa Nur Fadhillah, Anis Rahayu, & Annisa Habsah Maulana. (2024). Entrepreneurship as a Guide to Islamic Da'wah in the Business

Concept of Rasulullah ﷺ. *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(1), 55–79.  
<https://doi.org/10.54396/qlb.v5i1.1179>

Ilahi, A. A. R., Nuwa, G., & Kasim, A. M. (2024). Proses Penanaman Nilai-Nilai Budaya Sulawesi Selatan dalam Organisasi Ikatan Kekeluargaan Mahasiswa Indonesia Sulawesi Selatan (IKAMI SULSEL) Kabupaten Sikka. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(4), 257–265.  
<https://doi.org/10.55681/armada.v2i4.1266>

Jashwant, S. (2023). The Role of Employee Empowerment in Strengthening Corporate Outcomes: A Qualitative Study. *Integrated Journal for Research in Arts and Humanities*, 3(6), 222–224. <https://doi.org/10.55544/ijrah.3.6.27>

Khan, S. (2023). AN INSIGHT INTO COMPETENCE AND COMPETENCE BUILDING. *INTERANTIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT*, 07(09). <https://doi.org/10.55041/IJSREM25629>

Masda. (2025). *Karyawan Surya Indah Sukawati*. Wawancara, 23 Februari.

Musi, M. A., Muh. Yusri Bachtiar, Herlina, & Sitti Nurhidayah Ilyas. (2022). Local Wisdom Values of the Bugis Community in Early Childhood Multicultural Learning. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini Undiksha*, 10(2), 255–264.  
<https://doi.org/10.23887/paud.v10i2.50622>

Ningrum, H. F., Iskandar, Y., & Burhanudin, B. M. (2020). *Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Di PT XYZ*. 4(3), 74–83.

Nugraheni, P., Musa Alhabshi, S., & Rosman, R. (2024). A FRAMEWORK TO IMPROVE THE IMPLEMENTATION OF BUSINESS ETHICS IN ISLAMIC BUSINESS ORGANISATIONS. *PETITA: JURNAL KAJIAN ILMU HUKUM DAN SYARIAH*, 9(1), 185–211. <https://doi.org/10.22373/petita.v9i1.256>

Putra Jaya, H., & Pendrian, O. (2024). Strategi Pemberdayaan Karyawan untuk Meningkatkan Kinerja dan Inovasi di Tempat Kerja. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(1), 240–249. <https://doi.org/10.52644/joeb.v13i1.1505>

Rahmadani, R. (2025). *Pelanggan Surya Indah*. Wawancara, 22 Februari.

Rahman, F., Akhmar, A. M., Hasyim, M., Dalyan, M., & Rahman, F. F. (2022). THE PRINCIPLE OF WORLDVIEW AND CORE VALUES OF BUGINESE IN THEIR CULTURE: PHILOSOPHY, RELIGION, AND MORAL PERSPECTIVES. *Al-Qalam*, 28(2), 197. <https://doi.org/10.31969/alq.v28i2.1108>

Rahmawati, A., Witjaksono, B., & Ramli, A. H. (2024). Employee Training, Employee Empowerment, Internal Communication, Employee Motivation And Service Quality At Bank X. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(5), 1757–1784.

Rayyani, W. O., Dyastiarini, A., Arif, M. F., Syarifuddin, S., Hanafi, K., & Damayanti, R. A. (2023). Nusantara Wisdom for CSR Concept. *Journal of International Conference Proceedings*, 6(3), 326–345.  
<https://doi.org/10.32535/jicp.v6i3.2572>

- RI, A. K. A. (2022). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an.
- Ridha, A. (2023). The Role of Bugis Cultural Values in Realizing Religious Moderation. *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 75. <https://doi.org/10.31332/ai.v0i0.6032>
- Rio, M. W., Anwar, W. A., & Padila, N. I. (2024). Habituation of Sipakainge Values In Bugis Local Wisdom: A Sustainable Strategy For Preserving Marine Tourism In The City of Parepare. *Proceedings International Conference on Marine Tourism and Hospitality Studies*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.33649/iconmths.v1i1.312>
- Rosyidah, E., & Rofiah, K. (2024). Etika Bisnis Islam: Pendekatan Siklus Ekonomi dan Praktik Bisnis Syariah dalam Ekspansi Waralaba Industri Retail. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(5), 1438–1454. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i5.1129>
- Sayidiman, S., Manggau, A., Ramli, A., & Hermuttaqien, B. P. F. (2024). Getteng dalam Paseng Pangaderreng Masyarakat Bugis sebagai Basis Pengembangan Pendidikan Karakter di Sekolah Dasar. *Jurnal Moral Kemasyarakatan*, 9(1), 205–215. <https://doi.org/10.21067/jmk.v9i1.10232>
- Suryowibowo, K., & Syakarofath, N. A. (2024). Peran job autonomy terhadap work engagement pada karyawan. *Cognicia*, 12(2). <https://doi.org/10.22219/cognicia.v12i2.37223>
- Tangdirerung, P., Hamid, M., & Rukaiyah, S. (2024). *Strategi Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Melalui Pendekatan Learning Organization Di Kantor Bkpsdm Kabupaten Penajam Paser Utara*. 6(2), 255–273.
- Verma, A., & Singh, S. (2023). Strategic Human Resource Management. In *Clinical Laboratory Management* (pp. 19–21). Cham: Springer Nature Switzerland. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-46420-1\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-031-46420-1_4)
- Wahyudi, W., Basri, Y. Z., Anggraini, S., Kusnadi, K., & Arafah, W. (2022). The Effect of Human Resource Recruitment Strategy and Human Resource Empowerment Strategy on Personnel Performance Mediated by Change Management Strategy at Sintel Marine Corps. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 05(12), 3514–3526. <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i12-08>
- Yunus, Alfurqan, & Hidayat, A. T. (2022). SIPAKATAU SIPAKALEBBI SIPAKAINGGE SIPAKATOU SEBAGAI NILAI DASAR PENDIDIKAN KARAKTER. *Tabuah*, 25(1), 27–40. <https://doi.org/10.37108/tabuah.v25i1.616>