



STIE Mahaputra Riau

AMBITEK

Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis dan Teknologi

Vol. 1. No. 2 (2021) Hal. 118-131

PENGARUH PENERAPAN PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP CUSTOMER RETENTION PADA KOPERASI SYARIAH BMT AL-ITTIHAD PEKANBARU

Reni Pratiwi^{1*}, Muhammad Yusuf²

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

²Prodi Akuntansi STIE Mahaputra Riau, Indonesia

^{*}Email: *renipratiwi36@yahoo.com*

Abstrak

Etika bisnis muncul ketika kegiatan bisnis tidak luput dari sorotan etika. Menipu dalam bisnis, mengurangi timbangan atau takaran, merupakan contoh-contoh konkrit adanya hubungan antara etika dan bisnis. Etika bisnis Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama dalam rangka tolong-menolong dan menjauhkan diri dari hal-hal yang tidak sesuai dengan prinsip syariah. Etika bisnis Islam muncul sebagai solusi dari permasalahan etika di dunia bisnis saat ini. Terlebih etika bisnis Islam sebagai nilai-nilai yang secara langsung berkaitan dengan agama. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh secara persial dan simultan antara variabel keesaan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran terhadap customer retention pada Koperasi Syariah BMT Al Ittihad di Pekanbaru. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan metode penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan metode kuisioner, dokumentasi dan wawancara kepada responden, adapun jumlah responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang dan lokasi penelitian berada di Kota Pekanbaru, dalam pengolahan data menggunakan program SPSS for Windows versi 23,0. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil (1) keesaan berpengaruh negatif terhadap customer retention, (2) keadilan berpengaruh positif terhadap customer retention, (3) kehendak bebas berpengaruh positif terhadap customer retention, (4) tanggung jawab berpengaruh positif terhadap customer retention, (5) kebenaran berpengaruh positif terhadap customer retention. Adapun secara simultan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap customer retention sebesar 68,6%. Artinya variabel keesaan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran berpengaruh terhadap customer retention di BMT Al Ittihad Pekanbaru

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Customer Retention.

PENDAHULUAN

Etika bisnis menjadi sorotan dalam sebuah kegiatan bisnis, karna adanya keterkaitan etika dan bisnis seperti menipu dalam bisnis, mengurangi timbangan dll. Pelanggaran yang dilakukan meskipun terlihat kecil atau besar pastinya tetap merugikan masyarakat dan pihak yang terkait. Sehingga dari fenomena inilah etika bisnis menjadi bidang kajian yang ilmiah untuk diperhatikan



secara intensif.¹ Di Beberapa wilayah tanah air ini, ada terjadi penyimpangan etika bisnis, tentunya penyimpangan ini dapat merugikan pihak internal usaha, mitra kerja dan masyarakat. Setiap individu muslim dituntut menjalani kegiatan ekonomi berdasarkan norma dan etika Islam yang ada. Etika bisnis Islam menganjurkan agar sesama muslim menjalin kerja sama dan tolong menolong dan menerapkan etika bisnis sesuai prinsip syariah. Etika bisnis Islam mengatur segala kegiatan ekonomi dan suatu gabungan bisnis dengan nilai etika dan agama. Ada beberapa prinsip bisnis yaitu kesatuan dan integrasi, kesetaraan, intelektualitas, kehendak bebas, tanggung jawab dan akuntabilitas, ketundukan total, jujur, keadilan, terbuka, kebaikan untuk orang lain, dan kebersamaan.² Di lembaga keuangan, pihak bank berusaha untuk memberikan jasa sehingga bisa menarik konsumen dengan sebanyak-banyaknya. Ada banyak cara yang bisa dilakukan oleh lembaga keuangan seperti dengan meningkatkan pelayanan dan juga meningkatkan penerapan prinsip etika bisnis Islam. Untuk tetap mempertahankan konsumen ada cara yang bisa dilakukan salah satu adalah *customer retention* (mempertahankan pelanggan). *Customer retention* merupakan bentuk sikap konsumen dengan terus membeli suatu produk/jasa secara kontinyu. Untuk dapat bertahan dalam suatu bisnis terdapat salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh BMT yaitu *customer retention*. (mempertahankan pelanggan). Konsep retensi pelanggan muncul karena kesulitan mempertahankan pelanggan yang sudah ada daripada menemukan pelanggan baru. Retensi pelanggan banyak digunakan oleh perusahaan bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaannya, karena biaya mempertahankan pelanggan lebih murah daripada mencari pelanggan baru karena mencari pelanggan baru bisa lebih mahal.³

BMT adalah lembaga keuangan syariah yang berfokus pada sosial, yang pemusatan perhatian kepada sebagian rakyat kecil, Dengan menerima modal dari mayoritas masyarakat yang mempunyai banyak modal, yang mana lembaga keuangan tersebut terdistribusi secara merata dan adil. Fungsi BMT salah satunya melakukan kegiatan usaha dan modal untuk peningkatan kehidupan ekonomi pelaku ekonomi mikro dengan mendorong kegiatan menyimpan dan pembelanjaan ekonomi. BMT adalah lembaga keuangan yang berasal dari ide masyarakat muslim dan untuk menolong pelaku usaha mikro dan lembaga sehingga tidak terpedaya pada debt

¹ Darmawati, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam : Explorasi Prinsip Etis Al- Qur'an dan Sunnah*, Jurnal Muzahib IAIN Samarinda, (VOL). 11 No. 1 Juni 2015, hlm. 59.

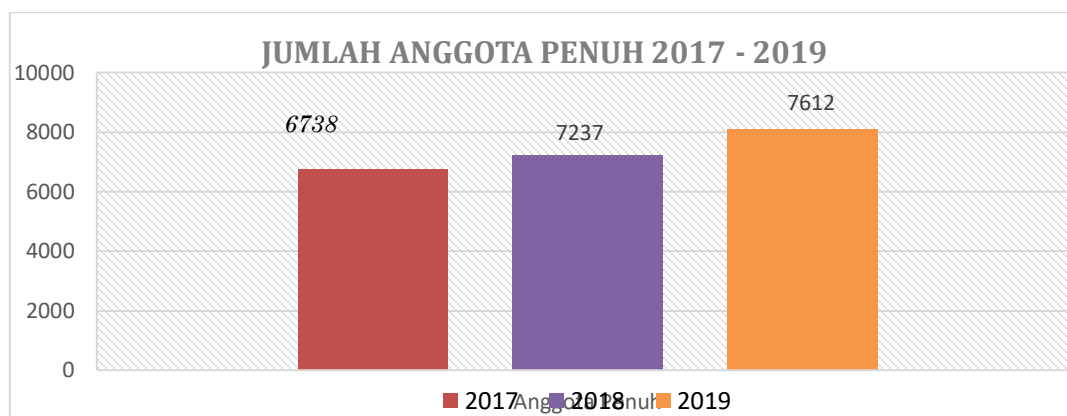
² Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, UPP AMP YKPN: Yogyakarta, 2004, hlm. 38

³ Kotler, Philip, Keller, *Managemen Pemasaran*, Bandung, 2007, hlm 193



collector, namun sebaliknya untuk mencapai kesejahteraan bersama.⁴ Ada beberapa tantangan yang dihadapi BMT yaitu adanya pilihan pembiayaan atau aktivitas keuangan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan, dan masyarakat dalam mendapatkan dana semakin dipermudah dan adanya pilihan, sehingga BMT harus bisa mengembangkan usahanya dan bersaing dengan selektif. Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan BMT Al Ittihad Pekanbaru adalah lembaga mikro sudah menerapkan prinsip syariah serta memberikan pelayanan prima kepada nasabah, untuk meningkatkan retensi nasabah, etika bisnis Islam sangat diperlukan tujuannya supaya praktek yang dilakukan lembaga keuangan tidak menyimpang dari koridor norma yang ada. Dalam prakteknya BMT tidak hanya mencari keuntungan tetapi lebih dari itu untuk mencari ridho Allah SWT dan berfokus pada kegiatan sosial. Adapun Prinsip etika bisnis Islam terdiri dari keesaan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran. BMT Al- Ittihad Pekanbaru sampai saat ini telah mempunyai 1 kantor pusat dan 3 kantor cabang berlokasi di pekanbaru, cibubur dan jawa barat. BMT Al- Ittihad Pekanbaru juga meraih penghargaan koperasi berprestasi tingkat kota 2018.

Gambar 1
Jumlah Anggota Penuh 2017 - 2019



Berdasarkan gambar di atas anggota penuh BMT Al- Ittihad pekanbaru mengalami peningkatan 3 tahun terakhir yaitu tahun 2017 berjumlah 6738 anggota dan tahun 2018 mengalami peningkatan dengan jumlah 7237 dan pada tahun 2019 sebesar 7612 anggota⁵. Berangkat dari

⁴ Muhammad Ridwan, *Management Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)*, UII Pres, 2004, hlm. 31.

⁵Data Pihak Bmt Al Ittihad



STIE Mahaputra Riau

AMBITEK

Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis dan Teknologi

Vol. 1. No. 2 (2021) Hal. 118-131

pemikiran dan pengembangan praktik usaha bisnis Islam perlu meningkatkan pengetahuan terhadap praktik keuangan syariah yang lebih sesuai dengan ajaran Islam, dengan menerapkan etika bisnis Islam BMT Al- Ittihad Pekanbaru diharapkan dapat melakukan pekerjaan secara maksimal sesuai dengan etika bisnis Islam untuk meningkatkan pangsa pasar BMT Al- Ittihad Pekanbaru, serta dapat mempertahankan anggota.

Perusahaan memiliki tujuan yaitu memperoleh laba, namun perusahaan kurang memperhatikan norma-norma yang ada. Pelaku usaha sering mengabaikan nilai-nilai etika. Oleh karena itu, lembaga keuangan perlu menerapkan prinsip etika bisnis dalam pengelolaan dana masyarakat sehingga terhindar dari penyelewengan dan praktik pengelolaan yang melanggar nilai-nilai etika. Dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam mengelola dana masyarakat maka akan timbul kepercayaan nasabah atau masyarakat terhadap BMT. Pelanggan akan merasa dilayani dan diperlakukan secara etis sehingga memberikan kepuasan kepada pelanggan. Jika pelanggan puas dengan layanan yang diberikan BMT, maka pelanggan anak tersebut loyal dalam menggunakan layanan BMT.

Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, pelaku usaha harus menerapkan etika dalam berbisnis seperti adanya kejujuran, sehingga akan meningkatkan nilai bisnis dimata konsumen. BMT Al Ittihad Pekanbaru adalah lembaga keuangan mikro syariah yang menerapkan etika bisnis Islam dalam mengelola keuangan masyarakat, salah satunya Bmt tidak memberikan denda kepada anggota ataupun nasabah yang terlambat melakukan pembayaran pembiayaan, dan bagi nasabah atau pun anggota yang sudah pernah melakukan pinjaman, jika ingin mengajukan pembiayaan maka selanjutnya tidak dilakukan lagi survey dilapangan lagi. Salah satu contoh penerapan etika bisnis Islam pada BMT termasuk pelayanan yang ramah kepada anggotanya seperti pada umumnya pelayanan bank lainnya, seperti penjemputan data anggota dan pembiayaan tanpa adanya biaya tambahan, adanya rescheduling bagi anggota bila diperlukan, memberikan reward dan bantuan kepada anggota, serta berusaha memberikan rasa aman kepada nasabah dalam setiap transaksi. Jika sebuah lembaga keuangan tidak menerapkan konsep etika bisnis islam ini tentunya akan mempengaruhi bisnis BMT kedepannya⁶.

⁶ Wawancara dengan Kepala Cabang (Bapak Thabrani) BMT Al Itihad Pekanbaru



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah untuk mencari makna dibalik data yang berasal dari pengakuan topik pelakunya. Peneliti menggunakan desain penelitian dari Uma Sekaran⁷. Dalam penelitian ini populasinya berjumlah 7612 orang. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Non Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Adapun Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data yang diperoleh selanjutnya akan diproses menggunakan SPSS versi 23. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Adapun langkah-langkah untuk mendapatkan hasil regresi yang layak digunakan untuk mengambil kesimpulan, maka harus lulus terlebih dahulu melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Serta peneliti menggunakan uji simultan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.32411838
Most Extreme Difference	Absolute	
	Positive	
	Negative	
Tet Statistic		
Asymp. Sig. (2-tailed)		

Sumber: Data diolah dengan SPSS windows 23, 2020

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

⁷ Uma Sekaran, *Metodologi penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Terj, kwan Men Yon, (Jakarta: Salemba Empat), 2007,

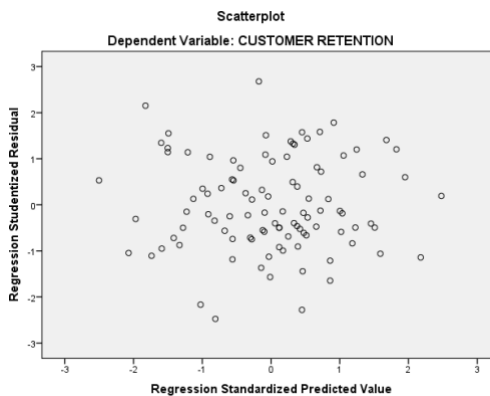


Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-14.245	6.499			.031		
KEESAN	-.483	.201	-.208		.018	.422	2.37
KEADILAN	.814	.119	.427		.000	.812	1.23
KEHENDAK BEBAS	.277	.108	.149		.012	.931	1.07
TANGGU JAWAB	.911	.214	.466		.000	.266	3.76
KEBENARAN	.841	.251	.249		.001	.576	1.73

Sumber: *Dataa diolah dengan SPSSwindows 23, 2020*

Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual 1 pengamatan ke pengamatan lainnya..



Gambar 2 : Hasil Uji Heterokedasitas

Sumber: *Data diolah dengan SPSS windows 23, 2021*

Uji Autokorelasi

Tabel 3. Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-195,79237
Cases < Test Value	54
Cases >= Test Value	55
Total Cases	100
Number of Runs	27



Z	,144
Asymp. Sig. (2-tailed)	,885

Uji Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	-14.245	6.499		-2.192
KEESAMERATAAN	-.483	.201	-.208	-2.405
KEADILAN	.814	.119	.427	6.831
KEHENDAKIAN	.277	.108	.149	2.561
K BEBAS TANGGUNG JAWAB	.911	.214	.466	4.263
KEBENARAN	.841	.251	.249	3.357

a. Dependent Variable: customer retention

Berdasarkan tabel, maka persamaan regresi berganda sbb:

$$Y = -14.245 - 0,483x_1 + 0,814x_2 + 0,277x_3 + 0,911x_4 + 0,841x_5$$

Tabel 5. Hasil Uji Persial (Uji t) Coefficients^a

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
B	Std. Error	Beta		
-14.245	6.499		-2.192	.031
-.483	.201	-.208	-2.405	.018
.814	.119	.427	6.831	.000
.277	.108	.149	2.561	.012
.911	.214	.466	4.263	.000
.841	.251	.249	3.357	.001

a. Dependent Variable: CUSTOMER RETENTION

Sumber: *Data diolah dengan SPSS windows 23, 2020*

Uji Simultan (Uji F)



Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squ	Df	Mean Squa	F	Sig.
1	Regressio	1260.959	5	252.192	44.331	.000 ^b
	Residual	534.751	94	5.689		
	Total	1795.710	99			

a. Dependent Variable: CUSTOMER RETENTION

b. Predictors: (Constant), KEBENARAN KEADILAN, KEHENDAK BEBAS, KEESAAAN, TANGGU JAWAB

Sumber: Data diolah dengan SPSS windows 23, 2020

Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.686	2.385

a. Predictors: (Constant), KEBENARAN KEADILAN, KEHENDAK BEBAS, KEESAAAN, TANGGU JW

b. Dependent Variable: Retensi Pelanggan

Sumber: Data diolah dengan SPSS windows 23, 2020

Pembahasan

Dari hasil uji hipotesis pada penelitian ini diperoleh nilai t hitung untuk variabel keesaan adalah sebesar $-2,405 > 1,664$ dengan nilai signifikan $0,018 < 0,05$, maka dapat diartikan bahwa variabel keesaan berpengaruh negatif terhadap customer retention di Kopsyah BMT Al Ittihad Pekanbaru berarti semakin besar minus keesaan semakin lemah pengaruhnya pada customer retention. in sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan anggota yang mengenai prinsip keesaan terhadap customer retention sebagai berikut:

“saya bergabung menjadi nasabah di BMT ini, supaya saya terhindar dari renternir dan pastinya supaya terhindar dari riba ya. Dan menurut saya, selama 3 tahun saya menjadi anggota di BMT, semua karyawan nya ramah, paham dengan jasa jenis produk jasa yang ditawarkan dan juga penampilan karyawannya



tertutup⁸. Hal ini berarti penerapan prinsip keesaan terhadap customer retention pada koperasi syariah BMT Al Ittihad yang dalam praktiknya, Baitul Māl wat Tamwil (BMT) Al Ittihad adalah lembaga keuangan mikro berdasarkan prinsip syariah dalam rangka menyokong perekonomian Islam, dimana prinsip tersebut telah tersirat dalam Alquran dan Al-Hadis seperti larangan riba, maysir dan gharar. Dalam operasionalnya, Baitul Māl wat Tamwil (BMT) Al Ittihad berupaya membangun kapasitas sdm profesional memiliki keahlian tingkat tinggi di bidangnya masing-masing, seperti kompetensi dalam bidang ekonomi Islam dan memiliki integritas yang baik (tangguhjujur, pekerja keras, bekerjaikhlas dan dipercaya) sehingga memilikidaya saing tinggi dan mampu menghadapi tantangan masa sekarang menndatang kususny tentang retensipelangan. Hal ini didukung oleh wawancara yang dilakukan dengan salah satu anggota mengenai prinsip keesaan terhadap customer retention pada BMT Al Ittihad adalah sebagai berikut:

“saya menjadi anggota di BMT dikarenakan BMT ini telah menerapkan prinsip syariah, seperti tidak adanya denda untuk keterlambatan, dan supaya terhindar dari praktek penambahan bunga (riba), serta karyawan nya pun cakap dalam menjelaskan setiap detail pertanyaan mengenai produk BMT”⁹. Dari hasil kuisisioner menjelaskan bahwa indikator yang paling tinggi adalah karyawan yang berpenampilan syar’I dengan nilai frekuensi 461. Keseimbangan adalah perilaku karyawan untuk selalu bertingkah laku secara adil dalam apapn utuk mendapatkan kepercayaan penuh dari anggota¹⁰. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah keadilan mempengaruhi customer retention terhadap koperasi syariah.

Dari hasil uji hipotesis pada penelitian inidiperoleh nilai tehitung untuk variabel keadilan adalah sebesar $6,831 > 1,664$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat diartikan bahwa variabel keadilan berpengaruh terhadap customer retention di Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Pekanbaru. Hal ini berarti penerapan prinsip keadilan terhadap customer retention pada kopsyah BMTAl Ittihad yng dlam praktiknya karyawan memberikan perlakuan kepada semua anggota tanpa dibedakan, memberikan kompensasi sesuai dengan hak anggota sehingga terjadi retensi pelanggan untuk terus mmkai prooduk layanan keuangan. Ini didukung oleh wawncara yang dilaksnkn dngan anggota mengenai prinsip keesaan terhadap customer retention pada BMT Al Ittihad adalah sebagai berikut:

⁸ Mona sesmita, (anggota BMT Al Ittihad) *Wawancara*, tgl 10 Desember 2020, Pekanbaru

⁹ Nurhamidah, (anggota BMT Al Ittihad) *Wawancara*, tgl 10 Desember 2020, Pekanbaru.

¹⁰ *Op.cit* hlm 49



"saya melihat karyawan BMT selama ini tidak ada ya membedakan perlakuan nya kepada semua anggota, sama saja. Dan untuk pembagian kompensasi ataupun pembayaran telah sesuai dengan kesepakatan anggota dengan pihak BMT ini, karna sebelum menjadi anggota kita kan disurvei dulu"¹¹. Dari hasil kuisioner menjelaskan bahwa indikator keadilan yang paling tinggi adalah bagi hasil yang diterapkan oleh BMT sesuai dengan kesepakatan nasabah dengan nilai frekuensi 463. Kehendak bebas adalah sikap karyawan yang memberikan pelayanan kepada anggota BMT untuk mencapai kepuasan, implementasi ditunjukkan anggota bebas untuk mengambil keputusan dalam melakukan transaksi, seperti beri alternatif pilihan barang untuk memilih apa yang diinginkan tanpa dipaksa.¹². Dalam pandangan Islam, manusia diberi kebebasan melakukan yg diperlukan untuk mendapatkan manfaat sebesar-besarnya dari sumber daya yang dimiliki untuk dikelola dan dimanfaatkan untuk mencapai kehidupan sejahtera, namun kebebasan dibatasi oleh nilai Islam¹³.

Dari hasil ujihipotesis pada penelitian diperoleh nilai t hitung untuk variabel keadilan adalah sebesar $2,561 > 1,664$ nilai signifikan $0,012 < 0,05$, makka diartikan bahwa variabel kehendak bebas berpengaruh terhadap customer retention di Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Pekanbaru. Ini berarti praktek prinsip kehendak bebas terhadap customer retention pada kopsyah BMT Al Ittihad yang dalam praktiknya anggota bebas menentukan jumlah angsuran untuk pembiayaan, produk yang ingin dipilih untuk menabung di BMT serta anggota dihimbau untuk menyampaikan saran dan kritikan BMT untuk kemajuan BMT kedepannya. Hal ini memang sejalan dengan teori Muhammad dalam buku etika bisnis yang dijelaskan manusia dapat bertindak bebas tanpa tekanan dari luar selama dalam koridor agama yang berlaku. ini didukung dengan wawancara yang dilakukan pada salah satu anggota mengenai prinsip kehendak bebas terhadap customer retention pada BMT Al Ittihad adalah sebagai berikut:

"pertama saya bergabung di BMT, saya disurvei kerumah dan setelah itu saya diberikan kesempatan untuk menentukan jenis produk pembiayaan apa yang saya inginkan seperti saya mau kredit perumahan, dan jumlah angsuran perumahan saya yang menentukannya sendiri sesuai dengan kesepakatan pihak BMT juga, mengenai pembayaran kami bebas mau pakai mobile banking atau langsung ke BMT"¹⁴. Dari hasil kuisioner menjelaskan bahwa indikator kehendak bebas yang paling tinggi adalah angsuran yang dibayarkan nasabah sesuai dengan kemampuan keuangan nasabah dengan nilai frekuensi sebanyak 419.

¹¹Ronaldi, (anggota BMT Al Ittihad) *Wawancara*, tgl 10 Desember 2020, Pekanbaru.

¹²*Op.cit hlm.* 50

¹³ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014, hlm. 68

¹⁴Asep, (anggota BMT Al Ittihad) *Wawancara*, tgl 10 Desember 2020, Pekanbaru.



Dari hasil uji hipotesis pada penelitian diperoleh nilai t hitung untuk variabel keadilan adalah sebesar $4,263 > 1,664$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat diartikan bahwa variabel tanggung jawab berpengaruh terhadap customer retention di KoSyah BMT AlIttihad Pekanbaru. Berarti praktek prinsip tanggung jawab terhadap customer retention pada kopsyrah BMT AlIttihad bertanggung jawab dengan memberikan kemudahan dalam setiap transaksi keuangan kepada anggota dan anggota dilayani dengan transparan serta sistem administrasinya yang baik. Hal ini memang sejalan dengan teori Muhammad djakfar dalam buku etika bisnis yang menjelaskan bahwa Dalam ajaran Islam, konsep tanggung jawab memiliki pemfokusan khusus, yg mana keputusan yang kita buat harus dipertanggungjawabkan baik di depan masyarakat dan akhirat. Konsep tanggung jawab dalam Islam setidaknya mengacu 2 aspek fundamental, yaitu tanggungjawab yang menyatu dengan status kekhalifahan wakil Tuhan di muka bumi dan konsep tanggung jawab dalam Islam pada dasarnya bersifat ikhlas, tanpa dipaksa. adapun prinsip ini dibutuhkan pengorbanan dan keikhlasan untuk dijalankan. Hal ini didukung oleh wawancara yang dilakukan dengan salah satu anggota mengenai prinsip tanggung jawab terhadap customer retention pada BMT Al Ittihad adalah sebagai berikut:

*“selama saya jadi anggota di BMT, pihak BMT melayani dengan baik dan sistem pembayarannya juga bagus, BMT juga memberikan penjelasan mengenai setiap masalah dalam transaksi keuangan”*¹⁵. Dari hasil kuisioner menjelaskan bahwa indikator tanggung jawab yang paling tinggi adalah pihak BMT bertanggung jawab dan tepat dalam melakukan transaksi keuangan dengan nilai frekuensi sebanyak 467.

Dari hasil uji hipotesis penelitian diperoleh nilai t hitung untuk variabel kebenaran adalah sebesar $3,357 > 1,664$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, maka dapat diartikan bahwa variabel kebenaran berpengaruh terhadap customer retention di Koperasi Syariah BMT AlIttihad Pekanbaru.

Artinya praktek prinsip kebenaran terhadap customer retention pada BMT Al Ittihad melayani dengan baik, jujur dalam setiap tindakan dan ucapan serta ramah kepada setiap anggota. Ini didukung oleh wawancara yang dilakukan dengan anggota mengenai prinsip kebenaran terhadap customer retention pada BMT Al Ittihad adalah sebagai berikut:

*“selama saya melakukan transaksi keuangan di BMT, pihak BMT jujur dalam setiap tindakannya dan bersikap profesional serta ramah kepada seluruh anggota, dan kalo pun saya ingin meminta tenggat waktu pembayaran BMT juga membolehkan, tidak adanya larangan asalkan dibilang dari awal sebelum jatuh tempo”*¹⁶. Dari hasil kuisioner menjelaskan bahwa indikator kebenaran yang paling tinggi adalah karyawan BMT jujur dan dapat dipercaya dalam melayani anggota dengan nilai frekuensi sebanyak 493. Penerapan prinsip etika bisnis Islam telah menjadi dasar dalam pelaksanaan bisnis di BMT

¹⁵Indri (anggota BMT Al Ittihad) Wawancara, tgl 10 Desember 2020, Pekanbaru.

¹⁶Irma(anggota BMT Al Ittihad) Wawancara, tgl 10 Desember 2020, Pekanbaru.



STIE Mahaputra Riau

AMBITEK

Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis dan Teknologi

Vol. 1. No. 2 (2021) Hal. 118-131

Al Ittihad Pekanbaru selain itu sebagai pedoman untuk menjalankan bisnis yang berbasis syariah. BMT diharapkan dapat meningkatkan penerapan prinsip kehendak bebas dengan lebih baik lagi, karena prinsip ini jauh lebih rendah dibandingkan prinsip lainnya. Dan juga tetap memperhatikan dan menerapkan prinsip etika bisnis islam lainnya sehingga mampu mewujudkan retensi nasabah.

KESIMPULAN

Variabel *persatuan*(X1)*keadilan* (X2), *kehendak bebas* (X3), *tanggung jawab* (X4),*ihsan* (X5), secara parsial berpengaruh positif terhadap customer retention pada BMT Al Ittihad Pekanbaru . Hal ini dilihat dari hasil analisis data dalam penelitian ini setiap variabel pada penelitian berpengaruh secara positif terhadap customer retention. Secara simultan variabel *keesaan* (X1) *keadilan* (X2), *kehendak bebas* (X3), *tanggung jawab* (X4),*ihsan*(X5), berpengaruh secara bersama-sama terhadap customer retention. Variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi customer retention adalah variabel tanggung jawab sebesar 46,6%. Hal ini karena Islam sangat mengedepankan konsep tanggung jawab dalam hidup manusia, Allah SWT telah mengaruniai umat manusia dengan tanggung jawab yang tidak dimiliki makhluk lain, manusia menjadi khalifah di muka bumi, membangun, memakmurkan dan menikmati, memanfaatkan bumi dgn teknologi. yang mereka semua miliki. beban tanggung jawab yang selalu ditanggung oleh manusia yang nantinya akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT. Berdasarkan nilai Adjusted R Square sebesar 0.686, dapat diartikan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (*keesaan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, ihsan*) terhadap variabel dependen retensi pelanggan sebesar 68,6%, sisanya sebesar 31,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2006, Diponegoro, Bandung.

Arif Hidayatullah, Wildan. 2016. *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Retensi Pelanggan (Studi Kasus pada Radio Suara Muslim Surabaya 93,8 FM)*. Jurnal Ilmiah, Malang.

Adesy, Fordebi, 2016, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo.

Arifin, Johan , 2009, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press).



STIE Mahaputra Riau

AMBITEK

Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis dan Teknologi

Vol. 1. No. 2 (2021) Hal. 118-131

- Baqir al-Sadr, Muhammad, 2000, *Keunggulan Ekonomi Islam: Mengkaji Sistem Ekonomi Barat dengan pemikiran Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pustaka Zahra).
- Darmawati, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al- Qur"ān dan Sunnah", *Jurnal Mazahib IAIN Samarinda*, (Vol). 11, No. 1, Juni 2013.
- Djakfar, Muhammad, 2012, *Etika Bisnis*, Jakarta: Penebar Plus.
- Dwi priyatno, 2016. *SPSS Handbook Analisis Data, Olahan Data, & Penyelesaian Kasus-kasus Statistik*, Jakarta, MediaKom.
- Hidayatullaili, Ratna, 2016, *Jurnal Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Nasabah Simpanan (Studi Kasus Pada BMT Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*.
- Idri, 2010, *Hadis Ekonomi Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*, Jakarta:Kencana.
- Keraf, A. Sonny, 1998, *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Keraf, A. Sonny, 2007, *Etika Bisnis*. Yogyakarta : Pustaka Filsafat Kanisius.
- Koni, Wiwin, 2015, "Etika Bisnis Islam dan Solusi Islam dalam Krisis Ekonomi Global", *Jurnal Al-Buhuts*, Ed. (Vol). 11 No. 1, Juni 2015.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa B. Molan, cet. ke-12. Bandung: Indeks.
- Muhammad, 2004, *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Muhammad., 2008, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Nitin Seth, et al. 2005, *Service Quality Models: a Review. International Journal of Quality & Reliability Management* Vol.22 No.9, Emerald Group Publishing Limited.
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia, 2014, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.



STIE Mahaputra Riau

AMBITEK

Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis dan Teknologi

Vol. 1. No. 2 (2021) Hal. 118-131

Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Mal wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press.

Ridwan, 2014, *Dasar-dasar Statistika*, (Bandung, Alfabeta).

Sanusi, Anwar, 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.

Sarah, Cook, 2004, *Customer Excellence*. Jakarta: Victory Jaya Abadi

Sekaran, Uma, 2007, *Metodelogi penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Terj,kwan Men Yon, Jakarta: Salemba Empat.

Supranto, J, 2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta:Rineka Cipta.

Wakhidah, Zahrotul, 2017, *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Pada Baitul Māl Wat Ta Mwil (BMT) Tumang Boyolali*. Tesis, Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta.