

Transformasi Digital Koperasi Syariah : Mengaplikasikan Etika Bisnis Untuk Kepuasan Anggota Benteng Mikro Indonesia

Digital Transformation of Sharia Cooperatives: Applying Business Ethics for the Satisfaction of Benteng Mikro Indonesia Members

Iti Septi,¹ Sudrajat,²

Universitas Cendekia Abditama^{1,2}

*E-mail: itiseptiumifa@gmail.com,¹ Sudrajat@gmail.com,²

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia (Kopsyah BMI) cabang Cikupa, Tangerang, Banten. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan data primer diperoleh melalui wawancara dengan karyawan Kopsyah BMI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Kopsyah BMI secara umum sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, mencakup keadilan bagi seluruh anggota, tanggung jawab terhadap amanah, serta terbebas dari praktik riba. Penerapan prinsip ini terbukti meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, yang tercermin dalam peningkatan jumlah anggota setiap tahunnya. Disamping itu juga, penelitian ini juga menemukan bahwa peran transformasi digital koperasi syariah dalam memperkuat penerapan etika bisnis Islam. Melalui layanan digital seperti sistem informasi keanggotaan, aplikasi pembayaran syariah, dan transparansi transaksi online, Kopsyah BMI mampu memberikan kemudahan akses layanan, meningkatkan akuntabilitas, serta memperluas jangkauan kepada masyarakat. Transformasi digital ini tidak hanya mendorong efisiensi operasional, tetapi juga menjadi sarana mempertegas nilai-nilai etika bisnis Islam, sehingga kepuasan anggota dapat terus meningkat secara berkelanjutan.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Transformasi Digital, Kepuasan Anggota, Koperasi Syariah, Benteng Mikro Indonesia.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of Islamic business ethics on customer satisfaction at the Benteng Mikro Indonesia Sharia Cooperative (Kopsyah BMI) branch in Cikupa, Tangerang, Banten. This study used a qualitative descriptive method, with primary data obtained through interviews with Kopsyah BMI employees. The results showed that the Islamic business ethics implemented by Kopsyah BMI are generally in accordance with sharia principles, including fairness for all members, responsibility for trust, and freedom from usury practices. The application of these

principles has been proven to increase customer satisfaction and loyalty, as reflected in the increasing number of members each year. In addition, this study also found the role of digital transformation of sharia cooperatives in strengthening the implementation of Islamic business ethics. Through digital services such as a membership information system, sharia payment applications, and online transaction transparency, Kopsyah BMI is able to provide easy access to services, increase accountability, and expand its reach to the community. This digital transformation not only drives operational efficiency sustainably.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Digital Transformation, Member Satisfaction, Sharia Cooperatives, Benteng Micro Indonesian.*

Pendahuluan

Perkembangan perekonomian saat ini, khususnya pada lembaga keuangan syariah, menjadi perhatian besar masyarakat luas. Adanya bagi hasil dan akad berdasarkan syariat Islam dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan yang berdasarkan syariat Islam sangat bermanfaat bagi kebutuhan Masyarakat yaitu dapat melakukan transaksi keuangan yang sesuai ajaran Islam.(Pratiwi et al., 2019) Dalam dunia bisnis, etika perusahaan tidak dapat dipisahkan dari hubungan antara bisnis dan etika. Dengan kata lain, perampungan, penyimpangan bisnis, dan pelanggaran-pelanggaran yang terkesan kecil namun berdampak besar, pasti tetap merugikan masyarakat dan pihak-pihak yang terlibat. Hal ini merupakan suatu permasalahan dimana etika bisnis harus secara intensif dicermati dan dipraktikkan di semua perusahaan. Etika bisnis Syariah mengatur seluruh aktivitas ekonomi dan seluruh bisnis berdasarkan nilai-nilai agama dan etika. Etika bisnis mendorong umat Islam untuk bekerja sama dan saling membantu dalam mempraktikkan etika bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Prinsip bisnis meliputi kejujuran, keadilan, keterbukaan, ketaatan penuh, keterpaduan dan kesatuan, tanggung jawab, kehendak bebas, kecerdasan, dan kebaikan terhadap sesama. Peter Drucker menggambarkan peran sentral konsumen dan menekankan pentingnya bisnis dalam diri konsumen. Arti sebenarnya dari penciptaan pelanggan adalah konsumen harus diperlakukan secara moral dan pantas. Hal

ini merupakan persyaratan mutlak dan persyaratan etis untuk keberhasilan bisnis pelanggan.(Andreson & Denni, 2023) Bersikap ramah dan jujur adalah salah satu bentuk etika kepada konsumen untuk sukses dalam berbisnis dan mendapatkan keuntungan dari pencapaian bisnis.

Dalam era disruptif digital, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa lembaga keuangan konvensional maupun syariah menghadapi tantangan dan peluang yang sama besar, selain harus menjaga etika konsumen juga bagaimana memberikan pelayanan kepada konsumen dengan memanfaatkan digitalisasi. Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia merupakan lembaga keuangan syariah yang menerapkan etika bisnis Islam dalam pengelolaan keuangan masyarakat. Dalam pelaksanaannya, Kopsyah BMI tidak mengenakan denda kepada nasabah yang gagal bayar pinjaman, dan apabila nasabah yang sudah memiliki pinjaman akan meminta pinjaman ulang maka tidak akan dilakukan pemeriksaan lapangan.(Sari & Suryaningsih, 2018) Contoh lain dari penerapan etika bisnis syariah di kopsyah BMI, serta layanan perbankan lainnya pada umumnya, antara lain pelayanan yang ramah kepada nasabah, pemesanan ulang reservasi anggota bila diperlukan, pengumpulan dan pembiayaan data anggota tanpa biaya tambahan, dan berusaha memberikan ketenangan pikiran kepada pelanggan dalam setiap transaksi. Oleh karena itu, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan bukanlah hal yang mudah. Pelaku bisnis harus memiliki inovasi tinggi untuk menciptakan rasa kepuasan anggota sehingga pelanggan dapat dengan mudah mempromosikan dan merekomendasikan produk dan layanannya kepada kerabat dan teman mereka, biasanya disebut sebagai kelompok referensi mereka.

Kopsyah BMI merupakan salah satu lembaga keuangan yang banyak diminati masyarakat, terbukti dari antusias masyarakat dalam bertransaksi baik pinjaman usaha maupun tabungan, sementara dari segi etika dan pelayanan yang di berikan kepada anggota seharusnya bisa terimplementasi dengan baik

dengan adanya dukungan dari produk digital untuk melihat servis atau layanannya. Kemudian bagaimana transformasi digital dalam Implementasi Etika Bisnis Syariah dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota pada Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia cabang Cikupa akan di bahas pada artikel di bawah ini.

Kajian Pustaka

Terminologi Etika Bisnis

Etika yaitu ilmu yang mempelajari tentang apa yang baik dan buruk. Hak dan kewajiban moral (akhlak). Etika juga memiliki arti sebagai perangkat prinsip atau nilai yang berkaitan pada moralitas. Artinya suatu kelompok yang menganut nilai-nilai sederhana yang membatasi kerangka acuannya pada konsep suatu kelompok atau organisasi. menjelaskan bahwa etika atau moral dalam islam adalah buah dari keimanan, keislaman, dan ketakwaan yang didasari oleh keyakinan kepada Allah SWT.(Mentari et al., 2020) Dengan kata lain etika dapat diartikan dengan suatu kumpulan asas atau memiliki nilai seperti akhlak dan diartikan sebagai nilai yang menjelaskan benar dan salah yang dipercaya dalam suatu kelompok atau Masyarakat. Oleh sebab itu mempelajari etika di dalam bisnis berarti mengetahui suatu perbuatan yang benar atau salah serta yang baik atau buruk dalam bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip moralitas.

Etika memiliki kesinambungan kepada para pelaku bisnis pada hal kepribadian. Tindakan dan perilakunya. Sesuai dengan pengertian etika sendiri yaitu seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika merupakan bidang ilmu yang memiliki sifat normatif yang mana menentukan mana yang boleh dilakukan dan mana yang harus dihindari bagi setiap individu.(Rahmawati & Sari, 2023) Terkadang etika bisnis merujuk kepada etika manajemen atau etika organisasi yang sederhana membatasi kerangka acuannya dalam konsepsi sebuah organisasi Maka sebab itu,

mempelajari etika dalam bisnis berarti mengetahui mana yang baik dan mana buruk dan benar atau salah di dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas.

Arti etika dalam pandangan Islam yang berasal dari bahasa Arab dikenal dengan nama “Aklak” dan juga telah dimasukkan ke dalam bahasa Indonesia. Moralitas diartikan sebagai perilaku dan tata krama, termasuk tingkah laku, sopan santun, budi pekerti, sopan santun, dan lain-lain.(Ritonga & Jamal, 2025) Selain istilah moralitas, ada juga istilah etika dan moral. Dalam konteks perilaku manusia, ketiga kategori ini menentukan perilaku baik dan buruk. Ketiga standar ini memegang peranan penting Mengenai moralitas, akhlak ditentukan oleh adat istiadat umum suatu masyarakat, sedangkan etika ditentukan oleh pemikiran rasional, dengan Al-Qur'an dan Sunnah sebagai standarnya. Etika adalah studi tentang nilai-nilai, gaya hidup, norma-norma, dan semua praktik yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya dan dari satu individu ke individu lainnya, baik secara individu maupun dalam masyarakat.(Nurjanah et al., 2022)

Dengan demikian, pengertian etika bisnis syariah mengacu pada integrasi prinsip moral dan nilai-nilai Islam ke dalam praktik bisnis. Hal ini termasuk menjaga keadilan, kejujuran, dan keterbukaan serta menahan diri dari perbuatan yang melanggar hukum syariah, seperti maysir, gharar, dan riba (Maghrib) yang bertujuan untuk membangun perusahaan yang berkelanjutan berdasarkan prinsip-prinsip Islam.

Koperasi Syariah

Koperasi Syariah adalah suatu bentuk koperasi yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip Islam, Koperasi syariah berbeda dengan koperasi konvensional hal ini dapat dilihat melalui pendekatan yang sesuai dengan ajaran Islam dan mencantoh kegiatan ekonomi Nabi Muhammad SAW dan para sahabat.(Mulyani & JuniaMawarni, 2024) Koperasi konvensional pada

umumnya bertujuan untuk memberikan manfaat dan kesejahteraan kepada anggotanya melalui gotong royong Prinsip ini tidak menyimpang dari ajaran Islam. Berbeda dengan koperasi konvensional, koperasi syariah lebih menekankan visi misinya untuk kesejahteraan anggota itu sendiri, dari anggota untuk anggota dan kembali kepada anggota. perbedaan yang paling menonjol antara koperasi syariah dengan konvensional yaitu pada "akad" nya yang mana jika di konvensional saat peminjaman terdapat bunga (riba) tetapi di koperasi syariah yang ada hanyalah bagi hasil (nisbah).

Kepuasan merupakan ekspresi emosional jangka pendek konsumen mengenai pemberian layanan tertentu Kepuasan pelanggan mengukur sejauh mana kinerja suatu produk memenuhi harapan pembeli Kepuasan pelanggan merupakan ekspresi kebahagiaan atau kekecewaan individu.(Mulyani & JuniaMawarni, 2024) Yang dihasilkan dari perbandingan kesan dan harapan terhadap hasil produk. Beberapa perusahaan menghargai kepuasan pelanggan yang tinggi karena konsumen cepat berubah pikiran ketika mendapatkan sesuatu yang lebih baik. Konsumen yang tidak puas akan berubah dan terus mencari produk yang sesuai bagi mereka dan memberikan kepuasan yang memadai. Ada lima elemen untuk meningkatkan kepuasan anggota yaitu:(Wiastuti & Chandra, 2019)

1. Kualitas produk, Kepuasan yang dirasakan konsumen ketika mengetahui bahwa produk yang dipilihnya berkualitas tinggi Kualitas produk adalah pendorong multidimensi kepuasan pelanggan nilai yang dicari konsumen ditentukan oleh kepercayaan (reliability), kinerja (performance), dan daya tahan (durability) berdasarkan bentuk dan kualitas suatu produk.
2. Harga (Price), Pelanggan yang sensitif terhadap harga biasanya lebih menyukai harga yang lebih rendah Hal ini tidak hanya merupakan sumber kepuasan pelanggan, tetapi juga hemat biaya bagi perusahaan, karena memerlukan banyak produk untuk digunakan secara bersamaan.

3. Elemen Emosional, pelanggan akan merasa puas ketika adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
4. Kualitas pelayanan, kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang berkualitas tinggi Konsep kualitas layanan yang umum adalah Servqual, yang mencakup lima dimensi termasuk keandalan, daya tanggap, keamanan, kekhususan, dan empati Konsumen akan puas jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapannya
5. Kemudahan pembiayaan, Pelanggan lebih puas ketika suatu produk memberikan layanan yang relatif nyaman, sederhana, efisien, dan terjangkau.

Kepuasan ditentukan oleh persepsi, kesan, dan harapan masyarakat terhadap pekerjaannya. Customer Satisfaction atau kepuasan pelanggan adalah Evaluasi kognitif atau sadar berdasarkan penampilan relatif baik atau buruk suatu produk. Jika pekerjaan dilakukan dengan rasa dendam atau tidak dari hati maka konsumen juga akan kurang puas, namun jika pekerjaan dilakukan dengan senang hati dan ikhlas maka konsumen akan semakin puas dengan produk yang kita tawarkan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian menggunakan dua jenis data yaitu pertama, data primer. Kedua, data skunder. Data primer terdiri dari observasi dan wawancara, sedangkan data skunder terdiri dari dokumentasi. Teknik pengambilan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Validasi data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teknik sumber dan data.

Hasil dan Pembahasan

Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia (BMI) adalah salah satu contoh yang berhasil mengintegrasikan teknologi digital tanpa mengabaikan prinsip-

prinsip etika bisnis syariah. Transformasi digital ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menjadi instrumen utama dalam meningkatkan kepuasan anggota. Transformasi digital pada Koperasi Syariah BMI tidak hanya sekadar mengadopsi aplikasi, melainkan merupakan pergeseran paradigma bisnis. Proses ini didasarkan pada tiga pilar utama:

1. Digitalisasi Layanan untuk Kemudahan Akses

Koperasi BMI telah mengembangkan aplikasi mobile dan platform online untuk mempermudah anggota mengakses layanan. Melalui aplikasi ini, anggota dapat melihat saldo simpanan dan pembiayaan secara *real-time*, melakukan pembayaran angsuran tanpa harus datang ke kantor cabang, mengajukan permohonan pembiayaan secara online, memangkas birokrasi yang panjang. Data internal Koperasi BMI menunjukkan bahwa adopsi layanan digital ini telah meningkatkan frekuensi transaksi anggota hingga 40% dalam setahun terakhir, yang secara langsung berkorelasi dengan peningkatan kepuasan karena efisiensi waktu dan biaya.

2. Big Data Analytics Untuk Pemahaman Anggota yang Lebih Baik

Setiap interaksi digital menghasilkan data. Koperasi BMI memanfaatkan big data analytics untuk memahami kebutuhan dan perilaku anggotanya. Analisis ini membantu koperasi dalam mengidentifikasi produk pembiayaan yang paling diminati, menyusun program edukasi keuangan yang relevan, menawarkan produk yang dipersonalisasi sesuai profil risiko dan kebutuhan anggota. Dengan pemahaman yang lebih dalam, koperasi dapat memberikan solusi yang lebih tepat sasaran, yang pada akhirnya meningkatkan rasa dihargai dan kepuasan anggota.

3. Etika Bisnis Syariah sebagai Fondasi Utama

Perbedaan Koperasi BMI dari lembaga lain adalah etika bisnis syariah yang menjadi fondasi dalam setiap langkah transformasinya. Digitalisasi tidak boleh mengikis nilai-nilai syariah yaitu:

a. Transparansi dan Keadilan (Adl)

Platform digital Koperasi BMI dirancang untuk menjunjung tinggi transparansi. Anggota dapat melihat semua detail transaksi, mulai dari perhitungan margin pembiayaan hingga rincian bagi hasil, tanpa ada biaya tersembunyi. Data dari survei internal menunjukkan bahwa 95% anggota merasa bahwa informasi yang disajikan di platform digital sangat transparan, sehingga menumbuhkan kepercayaan (trust).

b. Pelayanan Prima (Ihsan)

Meskipun layanan beralih ke ranah digital, etos pelayanan prima (*ihsan*) tetap menjadi prioritas. Koperasi BMI tetap menyediakan layanan *customer service* yang responsif melalui *chatbots* dan tim dukungan yang siap membantu anggota jika mengalami kendala teknis. Hal ini memastikan bahwa pengalaman digital anggota tetap personal dan solutif.

c. Maslahat (Manfaat) untuk Anggota

Seluruh inovasi digital yang dilakukan Koperasi BMI diarahkan untuk memberikan manfaat (maslahat) bagi anggotanya. Contohnya, sistem pembiayaan digital yang cepat memungkinkan anggota UMKM mendapatkan modal usaha lebih cepat, sehingga bisa segera menggerakkan bisnis mereka. Hal ini sejalan dengan tujuan koperasi untuk menjadi pilar ekonomi umat.

Berdasarkan hasil wawancara Implementasi Etika Bisnis Syariah di Koperasi Syariah Benteng Mikro menjadi tolak ukur Kopsyah BMI cabang Cikupa dalam menjalankan operasional pengelolaan

keuangan agar terhindar dari praktik maysir, gharar, riba dan penerapan menghindari Etika Bisnis Syariah Hal ini sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan anggota. Karena tidak ada transaksi yang melibatkan riba, maka ada prinsip umum yang berlaku untuk semua transaksi, seperti prinsip keadilan terhadap anggota memperlakukan pelanggan secara adil merupakan perlakuan yang diwajibkan oleh etika bisnis syariah.

Adapun implementasi yang dilakukan Kopsyah BMI kepada anggotanya antara lain yaitu :

1. Melayani anggota tanpa diskriminasi pada status .

BMI dalam memberikan pelayanan kepada anggota yaitu dengan menerapkan prinsip keadilan, menemukan bahwa penerapan prinsip keadilan, hal ini merupakan ajaran penting dalam Islam. Meningkatkan dan menjaga kualitas layanan dan produk merupakan upaya untuk menjunjung tinggi prinsip keadilan dalam berbisnis. Dalam hal ini, pegawai Kopsyah BMI harus mampu memberikan pelayanan kepada anggota yang bertransaksi, tanpa membeda-bedakan status konsumen, umur dan pangkat. Pegawai harus berasumsi bahwa anggota juga merupakan orang yang memiliki perasaan yang perlu dilindungi jangan sampai terdapat rasa seperti diasingkan dalam diri anggota. Implementasi ini adalah tentang kepuasan anggota yang menjadi hal yang paling penting, maka dari itu setiap anggota ditempatkan pada posisi yang sama dalam hal layanan, etika bisnis berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan dan kepuasan anggota.

2. Bagi Hasil (Nisbah)

Nisbah adalah pembagian keuntungan yang diterima antara para pihak yang mengadakan perjanjian kerjasama usaha, yaitu pemilik dana (Shohibul Mall) dan pengelola dana (Mudharib) yang mana adanya

kontrak yang ditandatangani oleh kedua belah pihak. Dalam hal ini Kopsyah BMI menerapkan nisbah atau pembagian keuntungan kepada anggotanya untuk setiap perjanjian transaksi simpan pinjam atau transaksi lainnya.

Ada beberapa elemen pendukung yang diterapkan Kopsyah BMI untuk meningkatkan kepuasan anggota antara lain :

1. Kehandalan (reliability)

Keandalan Keandalan di sini mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan dengan jelas, ringkas dan dapat diandalkan sesuai dengan hasil yang diberikan, dalam Kopsyah BMI di implementasikan melalui transparansi, kemudahan (akses) dalam melakukan transaksi, keterampilan pegawai dalam memberikan pelayanan (kompetensi) dalam proses pelayanan, sikap tegas pegawai, dan kegiatan sosial bagi anggota dan non anggota. Hal ini menjadi tolak ukur anggota dalam evaluasi kualitas pelayanan untuk mengukur tingkat kepuasan.

2. Daya tanggap (Responsiveness)

Daya tanggap adalah pengaturan yang dirancang untuk membantu anggota dalam memberikan layanan, melayani anggota dengan cepat dan akurat, dan mengkomunikasikan informasi secara jelas. Dengan memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada anggota, koperasi dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya. Di dalam Kopsyah BMI yaitu pegawai tanggap melalui produk pembiayaan, pegawai berbicara sopan kepada anggota, berpakaian rapi, dan memiliki media iklan yang menarik, serta tempat yang nyaman untuk melakukan akad transaksi simpan pinjam adalah wujud cara yang dilakukan oleh Kopsyah BMI dalam implementasi etika bisnis syariah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Keamanan (Assurance)

Keamanan adalah pengetahuan yang mencakup kompetensi, kesopanan, dan dapat dipercaya. Hal ini membantu anggota merasa yakin bahwa transaksi yang mereka lakukan akurat dan tepat sasaran. Dalam menyediakan produk pegawai harus menjelaskan produk dengan jelas untuk fungsi serta keuntungan yang akan didapatkan oleh anggota dengan cara yang mudah dipahami, memberikan informasi yang akurat, memahami manfaat dan kegunaan setiap produk yang disediakan, memberikan layanan dengan tangkas, dan memberikan informasi yang baik dan jelas. Ketika anggota memahami semua pernyataan dari setiap penjelasan yang dilakukan oleh pegawai pada setiap transaksi yang dijalankan maka akan menjadikan anggota loyal terhadap produk yang diberikan kepada mereka.

4. Empati

yaitu dapat memberikan ketenangan pikiran kepada anggota Anda dan membangun hubungan baik dengan mereka mampu memahami kebutuhan masing-masing anggota dan memberikan perawatan yang disesuaikan dengan masing-masing anggota.

5. Tangible (Bukti Fisik)

Tangible adalah kemampuan perusahaan untuk menunjukkan keberadaannya kepada konsumen. Kehandalan tampilan dan kinerja sarana dan prasarana suatu perusahaan, serta kondisi lingkungan sekitarnya, merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan jasa untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada anggotanya. Kemampuan komunikasi pegawai yang baik dan ketelitian pegawai dalam melayani anggota. Hal tersebut diterapkan Kopsyah BMI saat melakukan transaksi dengan anggota. Mulai dari kualitas pelayanan

yang diberikan kepada anggota, beragamnya produk yang ditawarkan, serta adanya pembagian keuntungan antara karyawan dan anggota pada saat anggota melakukan penyetoran, kami menerapkan etika bisnis syariah untuk meningkatkan kepuasan anggota. Kopsyah BMI dalam praktek pinjaman kepada koperasi diberikan secara teratur dan tepat. Dalam hal ini, Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia cabang Cikupa terbukti menjalankan etika bisnis syariah dengan baik untuk meningkatkan kepuasan anggotanya, baik anggota simpan pinjam maupun anggota simpanan.

Kesimpulan

Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia (BMI) berhasil mengintegrasikan transformasi digital dengan etika bisnis syariah sebagai strategi utama untuk meningkatkan kepuasan anggota. Proses ini tidak hanya tentang adopsi teknologi, tetapi juga pergeseran paradigma bisnis yang dibangun di atas tiga pilar: digitalisasi layanan untuk mempermudah akses transaksi, pemanfaatan analitik data besar untuk memahami kebutuhan anggota, dan menjadikan etika bisnis syariah sebagai fondasi utama. Prinsip-prinsip syariah seperti transparansi (*adl*), pelayanan prima (*ihsan*), dan kebermanfaatan (*maslahat*) diimplementasikan melalui aplikasi digital dan operasional sehari-hari. Berdasarkan wawancara, Koperasi BMI menunjukkan komitmennya melalui praktik nyata, seperti melayani anggota tanpa diskriminasi, menerapkan bagi hasil (*nisbah*) yang adil, serta menunjukkan keandalan, daya tanggap, keamanan, empati, dan bukti fisik yang kuat. Dengan memadukan inovasi teknologi dengan nilai-nilai moral dan spiritual, Koperasi BMI terbukti efektif dalam membangun kepercayaan dan loyalitas anggota

Daftar Pustaka

Andreson, E., & Denni, D. (2023). Pengaruh Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Aneka Indo Mandiri dengan Kepuasan Pelanggan

- Sebagai Variable Intervening. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(2), 166–176. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i2.3171>
- Mentari, A. Z. B., Liana, E., & Pristy, T. Y. R. (2020). Teknik Manajemen Stres yang Paling Efektif pada Remaja: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(4), 191–196. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i4.69>
- Mulyani, S., & JuniaMawarni, D. (2024). Implementasi Sistem Bagi Hasil Akad Mudharabah pada Produk Penghimpunan Dana di BMT Al Hijrah Koperasi Agro Niaga (KAN) Jabung Syariah Jawa Timur. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 5(1), 31–48.
- Nurjanah, S., Sungkawaningrum, F. wati, & Wahyuningsih, E. (2022). PENGARUH KEADILAN, KEJUJURAN, KERAMAHAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL TERHADAP MINAT BELI DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM. *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 5(1), 1–16. <https://doi.org/10.30863/al-tsarwah.v5i1.3106>
- Pratiwi, G. G., Buchori, N. S., & Kamal, M. (2019). Penerapan Manajemen Mutu Dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan Bni Syariah Periode 2010 – 2017. *JURNAL EKONOMI DAN PERBANKAN SYARIAH*, 6(2), 83–106. <https://doi.org/10.46899/jeps.v6i2.83>
- Rahmawati, A., & Sari, S. T. (2023). PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA MASYARAKAT MODERN. *Al-A'mal : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(II). <https://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/Al-amal/article/view/566>
- Ritonga, M. J., & Jamal, K. (2025). Etika Bisnis dalam Al-Qur'an Kajian Tafsir Atas Ayat-Ayat Tentang Keadilan dan Kejujuran dalam Perdagangan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25102>
- Sari, L. I., & Suryaningsih, S. A. (2018). Analisa Komparatif Pembiayaan Konsumtif Dan Produktif Koperasi Syariah Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Anggota. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 1(2), 63–69.

Wiastuti, R. D., & Chandra, J. (2019). ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUASAN KERJA KARYAWAN HOTEL. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 197–209. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.21000>