

Implementasi Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Unit Usaha Aqiqah Nurul Hayat Medan

¹Ilham Tri Wardana, ²Sri Ramadhani¹Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, ilhamtriwardana02@gmail.com²Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, sriramadhani594@gmail.com**Abstract**

The purpose of this study is to determine how the implementation of Islamic Business Ethics and its impact on customer loyalty in the foundation Aqiqah Nurul Hayat Medan. This study uses qualitative methods. The purpose of the use of qualitative methods is to understand the phenomenon of what is experienced by the subject of research, in the subject under study there are several types of data, namely internal and external, in the internal subject, namely employees who are in the division of the business Unit in charge of carrying out Marketing Operations at the foundation Aqiqah Nurul Hayat Medan, while the external data subject is the customer of the foundation Aqiqah Nurul Hayat Medan. Another external research subject is a customer who has subscribed or purchased Aqiqah services at the Nurul Hayat Medan Aqiqah Foundation to provide information about how the implementation of Islamic Business Ethics at the Nurul Hayat Medan Aqiqah Foundation. Data collection in this study using interview techniques to find out and get the desired data continued with documentation techniques and direct observation. The results of this study show that the implementation of Islamic Business Ethics has a significant impact on increasing customer loyalty in the Aqiqah Nurul Hayat Medan Foundation, such as customer satisfaction through honest employee performance and attention to the halalness of the products sold.

Keywords: Sharia Business Ethics, Customer Loyalty.**Pendahuluan**

Islam merupakan agama yang sempurna di mana seluruh ajaran yang terkandung dalam syariat islam telah mengatur seluruh prospek kehidupan manusia, termasuk di dalamnya adalah muamalah atau bisnis (Augustia, 2016). salah satu usaha bisnis yang banyak di jumpai pada zaman modern ini yaitu Aqiqah, Salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang bisnis Aqiqah di Indonesia yaitu yayasan Aqiqah Nurul Hayat.

Tabel 1. Daftar persebaran Aqiqah Nurul Hayat di Indonesia

AQIQAH SURABAYA (PUSAT)	AQIQAH MALANG
AQIQAH SIDOARJO	AQIQAH KEDIRI
AQIQAH TUBAN	AQIQAH GRESIK
AQIQAH LAMONGAN (BIRO)	AQIQAH MADIUN
AQIQAH BOJONEGORO	AQIQAH CEPU/BLORA
AQIQAH JEMBER	AQIQAH BANYUWANGI
AQIQAH SEMARANG	AQIQAH KENDAL SEMARANG
AQIQAH YOGYAKARTA	AQIQAH SLEMAN
AQIQAH SOLO	AQIQAH PURWOKERTO
AQIQAH CIKARANG	AQIQAH KARAWANG
AQIQAH BEKASI	AQIQAH JAKARTA TIMUR

AOIQAH	JAKARTA	AOIQAH JAKARTA BARAT
AOIQAH TANGERANG SELATAN		AOIQAH CILEDUG
AOIQAH TANGERANG		AOIQAH DEPOK
AOIQAH JAKARTA TIMUR		AOIQAH BOGOR
AOIQAH BANDUNG		AOIQAH CIMAHI
AOIQAH CIREBON		AOIQAH BALIKPAPAN
AOIQAH BALIKPAPAN		AOIQAH MAKASSAR
AOIQAH MEDAN		AOIQAH PALEMBANG
AOIQAH TASIKMALAYA		AOIQAH PURWAKARTA
AOIQAH CILEGON		

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwasanya jumlah persebaran Yayasan Aqiqah Nurul Hayat di seluruh Indonesia menunjukkan bahwa Yayasan Nurul Hayat merupakan salah satu lembaga yang menyediakan bisnis jasa Aqiqah dan merupakan Yayasan Aqiqah terbesar di Indonesia. Namun di masa modern ini banyak bisnis yang hanya terpaku pada keuntungan semata. Implementasi bisnis yang baik perlu adanya alat ukur yang sesuai syariat pula salah satu alat ukur tersebut adalah Etika Bisnis Islam. dalam Islam kegiatan muamalah secara umum disebut dengan bisnis Syariah. pengertian bisnis syariah menurut Agustin (dalam Sardianto 2019) adalah bisnis yang berdasarkan dengan Al-Qur`an dan hadist dimana harus ada keterkaitan dan kesesuaian antara kegiatan bisnis dengan hukum syariah yang terdapat dalam Al-quran dan Hadis. Islam merupakan agama yang sangat mengatur berbagai aspek kegiatan yang di lakukan oleh manusia di mana seluruh kegiatannya merujuk sebagai ibadah kepada Allah SWT untuk mendapatkan ridho dari Allah SWT. Sebagaimana menurut M. Dawam Raharjo menjelaskan pengertian Etika bisnis Islam dalam bahasa Arab di sebut dengan akhlaq, yang berarti prilaku, tabiat, atau budi pekerti, kemudian diangkat kedalam bahasa Indonesia di sebut akhlak.

Menurut Imaddudin (2007) ada lima dasar prinsip atau indicator yang di gunakan untuk mengukur Etika Bisnis Syariah dalam suatu bisnis, lima indikator tersebut yaitu :

a. Prinsip Kesatuan (Tauhid/Unity)

Penerapan konsep tauhid dalam Etika Bisnis Islam mempunyai arti pelaku usaha harus mampu memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim yang sesuai syariat. Ini berarti bisnis tidak hanya terfokus dalam pengambilan profit melainkan harus memenuhi hak-hak yang telah terkandung dalam aturan syariat Islam.

b. Prinsip keadilan (Equilibrium/Adl)

Adil dalam Etika Bisnis Syariah artinya selalu menerapkan sikap tabayyun atau menelaah kembali setiap permasalahan yang ada serta selalu berhati-hati dalam setiap mengambil keputusan yang akan di buat , sifat adil dalam pelaku bisnis dapat menghindari disorientasi keberpihakan di salah satu pihak yang bersangkutan, tidak hanya untuk kepentingan pengembangan bisnis tanpa melihat kembali keputusan tersebut apakah telah sesuai dengan syariat atau tidak.

c. Prinsip Kebebasan (Free Will)

Penerapan konsep kebebasan dalam prinsip Etika Bisnis Syariah mempunyai arti tidak merugikan kepentingan kolektif maupun individu dalam proses jalanya management usaha. Adanya kebebasan dalam pelaku usaha akan mendorong pelaku usaha untuk aktif berkarya dan bekerja sesuai dengan potensi atau skill yang di miliki.

d. Tanggung jawab (Responsibility)

Sifat bertanggung dalam Etika Bisnis Syariah berarti bertanggung jawab dengan segala konsekuensi yang ada, tidak hanya dalam hal sistem kinerja melainkan seorang pelaku usaha harus siap dalam mempertanggung jawabkan segala sesuatu yang di tentukan dalam Al-Quran, tanggung jawab akan melahirkan suatu perusahaan yang berdiri kokoh karena tuntunan keadilan yang ada di perusahaan selalu terpenuhi secara maksimal. Sifat tanggung jawab merupakan cerminan dari pedagang muslim sebagaimana seperti yang dicontohkan oleh rasulullah.

e. Prinsip kebenaran/kejujuran (Shidiq/ honesty)

Dalam berbisnis para pelaku bisnis muslim harus mampu menerapkan sifat jujur dalam kehidupan tidak terkecuali dalam hal bermuamalah.

Menurut penelitian yang di lakukan oleh Mulyadi (2018) penerapan Etika Bisnis Syariah dalam suatu perusahaan dapat berdampak pada tingkat Loyalitas pelanggan. Pengertian dari loyalitas pelanggan sendiri menurut Menurut Oliver (1996), loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk bertahan dalam berlangganan suatu produk serta kembali melakukan pembelian ulang produk/jasa yang di pilih secara konsisten baik sekarang atau dimasa yang akan datang, meskipun terdapat pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Menurut Sutisna (2003) juga mendefinisikan mengenai dampak loyalitas pelanggan terhadap perusahaan sangat besar sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam sikap menyenangi terhadap suatu merek, barang, barang, atau jasa di suatu perusahaan.

Adapun indikator dari loyalitas pelanggan yang di gunakan untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan di suatu perusahaan, menurut Menurut Kotler & Keller (2006) loyalitas pelanggan di katakan baik jika telah memenuhi 3 indikator yang di antaranya sebagai berikut:

a. Repeat Purchase (kesetiaan terhadap pembelian produk).

Repeat Purchase merupakan suatu komponen penting di mana terdapat komitmen yang dipegang oleh pelanggan untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai. Repeat Purchase tidak akan mempengaruhi pelanggan untuk beralih pada produk pesaing dalam waktu yang panjang meskipun pengaruh situasi atau usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih ke kompetitor pesaing.

b. Retention (Ketahanan perusahaan terhadap pengaruh yang bersifat negative)

Retention merupakan suatu keadaan di mana konsumen tetap berpegang teguh dan konsisten dalam pembelian suatu produk atau jasa di perusahaan yang sama walaupun terdapat perubahan dari citra perusahaan serta tarikan yang kuat dari kompetitor pesaing. Di dalam Retention konsumen tetap menolak untuk menggunakan produk atau jasa yang berbeda sebagai alternatif yang ditawarkan oleh pesaing.

c. Referalls (merefereasikan secara total esistensi perusahaan).

Referalls merupakan suatu keadaan di mana konsumen melakukan promosi secara tidak langsung. Hal ini terjadi karena terdapat rasa kepuasan yang di rasakan oleh pelanggan dari produk atau jasa yang di beli sehingga terjadi komunikasi atau review dari mulut ke mulut yang berkenaan dengan keunggulan suatu produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

Dalam pandangan Islam untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Yayasan Aqiqah Nurul Hayatharus mempertimbangkan beberapa hal di antaranya adalah barang atau jasa yang di jual harus halal hal ini sesuai dengan Hadist rasulullah SAW:

إن اللّٰه ناعالى إذا حمر شبرا حمر شمه

“Sesungguhnya jika Allah Ta’ala mengharamkan sesuatu, maka Allah mengharamkan upah (hasil jual belinya).” (HR. Ad Daruquthni, 3:7; Ibnu Hibban, 11:312. Syaikh Syu’aib Al-Arnauth)

Bagi seorang muslim Aqiqah sudah bukan menjadi hal yang awam lagi bagi masyarakat muslim keutamaan dari hukum mengenai Aqiqah merupakan sunah muakhad. yang artinya sunnah yang harus diutamakan apabila seorang muslim tergolong dalam keluarga yang mampu baik secara batin maupun secara finansial hal ini juga sebanding dengan keadaan di Indonesia yang merupakan Negara dengan penduduk mayoritas beragama islam, di zaman modern ini telah banyak yayasan atau lembaga yang menaungi para jamaah Aqiqah yang tidak mampu untuk menyelenggarakan Aqiqah secara mandiri mengingat banyaknya tenaga yang harus di sipakan serta lapangan pembagian hasil makanan yang tidak merata, untuk itulah terdapat bisnis Aqiqah di Indonesia.

Yayasan Aqiqah dalam operasionalnya harus bertanggung jawab dan transparan dalam pengelolannya hal ini di karnakan dana yang di dikelola oleh Yayasan merupakan dana milik umat. Pemberian pelayanan yang baik dengan Implementasi Etika Bisnis Islam yang berlandaskan Al-Quran dan Hadist akan melahirkan sebuah kepercayaan dari pelanggan sehingga akan menciptakan loyalitas pelanggan yang baik. Etika Bisnis Islam merupakan hal yang dasar dan utama dalam mekanisme pemberdayaan operasional Aqiqah yang sesuai syariat, di harapkan mampu melahirkan bentuk loyalitas pelanggan yang akan menyokong keberlangsungan hidup yayasan Aqiqah Nurul Hayat.

Berdasarkan fenomena diatas, pelaksanaan penelitian ini ditunjang dari beberapa aspek penelitian terdahulu, Implementasi Prinsip Ekonomi menurut Rusydi (2018) menyatakan bahwasanya pentingnya penerapan prinsip ekonomi islam menghasilkan dampak yang baik pada kepuasan pelanggan di Pasar Soppeng makasar. sedangkan menurut Amalia, (2013) menyatakan bahwa penerapan Etika Bisnis Syariah bagi para pelaku usaha kecil hasil yang dijual bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan semata melainkan juga bertujuan untuk mendapat berkah dan radha dari Allah SWT atas hasil usahanya. Adapun penelitian yang di lakukan oleh Risma, dkk (2019) bawasanya penerapan Etika Bisnis Syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel syariah di bogor.

Kelebihan pada penelitian ini daripada ketiga penelitian tersebut terletak pada objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan objek Yayasan Aqiqah Nurul Hayat yang merupakan yayasan yang bergerak pada bisnis Aqiqah. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam dan dampaknya pada Loyalitas Pelanggan di yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai Implementasi Etika Bisnis Islam pada Yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan, Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui obsrvasi, wawancara dan dokumentasi pada karyawan Aqiqah Nurul Hayat Medan.

1. Menurut Sardiyanto (2019) dalam uji validitas data peneliti menggunakan teknik triangulasi yang bertujuan untuk pemeriksaan suatu keabsahan melalui pengecekan data dan sebagai pembanding terhadap data yang telah didapat dari berbagai sumber. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 3 macam yaitu: Triangulasi sumber yaitu melalui

metode wawancara dari Manager operasional di Yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan dan konsumen Aqiqah Nurul Hayat di Medan.

2. Triangulasi Teknik yaitu dengan cara observasi kepada konsumen Yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan yang pernah menggunakan jasa layanan Aqiqah. Peneliti akan mewawancarai secara mendalam dengan memberikan berupa pertanyaan-pertanyaan yang akan di rangkum dan di analisis oleh peneliti, sehingga menjadi data yang valid untuk digunakan menjadi hasil penelitian.
3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi dalam penelitian ini dilakukan dari awal observasi hingga akhir hingga data tercukupi. Dalam tahap ini peneliti dapat menyimpulkan hasil akhir yang relevan dan menjabarkannya atas rumusan masalah terkait dengan implementasi Etika Bisnis Islam dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan di Yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan.

Dalam analisis data peneliti menggunakan 3 teknik analisis data yang di antaranya sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dilapangan dicatat secara teliti dan rinci, data yang masuk perlu direduksi karena semakin lama peneliti melakukan penelitian maka data yang diperoleh semakin banyak, komplek, dan rumit. reduksi data perlu dilakukan untuk menghasilkan gambaran tentang hasil penelitian yang lebih jelas. Pemilihan data dilakukan untuk mengetahui implementasi Etika Bisnis Islam dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada Yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan, proses reduksi data dalam penelitian ini berasal dari fenomena yang terjadi di lapangan.

2. Penyajian Data

Setelah dilakukan reduksi atas data yang telah dikumpulkan, tahap berikutnya adalah menyajikan data yang berupa sekumpulan informasi yang tersusun. Penyajian data bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam memahami apa yang telah terjadi dan merencanakan apa yang perlu dilakukan selanjutnya berdasarkan apa yang sudah dipahami. Penyajian data disajikan dalam bentuk diskripsi serta uraian singkat. Data yang disajikan dalam penelitian ini berasal dari pengambilan tindakan yang terlaksana dari implementasi Etika Bisnis Islam dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada Yayasan Nurul Hayat Medan.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi, hal ini dilakukan selama proses pengumpulan data terjadi dalam artian dilakukan mulai awal hingga akhir pengumpulan data. Kesimpulan diambil untuk mengetahui secara rinci serta ringkas mengenai hasil penelitian yang di lakukan.

Landasan Teori

Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan

Menurut Imaddudin (2007) Penerapan Etika Bisnis di suatu perusahaan dapat dikatakan baik jika telah memenuhi 5 indikator atau prinsip di antara indikator tersebut diantaranya sebagai berikut:

Penerapan Sistem Tauhid

Dalam penerapan sistem tauhid pada Etika Bisnis Islam di yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan menggunakan aplikasi dengan target uhudiah, bentuk Aplikasi dari sistem Uhudiah ini yaitu sebuah sistem absen dimana karyawan wajib mengisi setiap aspek yang di targetkan oleh Yayasan beberapa dari target tersebut di antaranya yaitu solat dhuha, puasa sunah, sedekah subuh, hafalan al-quran, sholat wajib ontime dan lain sebagainya konsekuensi jika karyawan tidak memenuhi target secara baik dan maksimal dari target minimal yang di tentukan ialah karyawan maupun staf tidak dapat mengambil gaji sesuai dengan nominal yang tertera dalam kontrak. hal ini telah di jelaskan melalui hasil wawancara dengan bapak Amin yang menyatakan sebagai berikut:

“ada target yang namanya target uhudiah, target ini masuk dalam komponen keuangan jadi kalo staf dan karyawan tidak memenuhi target ini maka gajinya akan sulit keluar, contohnya seperti puasa setiap hari senin dan kamis, solat dhuha, solat 5 waktu ontime, sedekah subuh, baca al-quran minimal dalam sehari ada 5 lembar kan karena jadwal sholat itu ada 5 kali, jadi targetnya setiap sholat ini selembat” (Wawancara dengan Bapak Amin, Kamis 10 Februari 2022)

Sistem absen uhudiah yang di terapkan oleh Yayasan Aqiqah Nurul Hayat telah berbasis komputer serta terdapat sistem di mana data yang di isi oleh karyawan telah valid sehingga dapat meminimalisir adanya tindak kecurangan. Dalam penerapan sistem tauhid Semua data karyawan masuk dalam CPI al-uhud. hal ini telah di jelaskan melalui hasil wawancara dengan bapak Amin selaku penanggung jawab divisi Unit Usaha Yayasan Aqiqah Nurul Hayat yang menyatakan sebagai berikut:

“semua masuk dalam CPI al-uhud, di yayasan Aqiqah Nurul Hayat sistem ini berlaku untuk semua karyawan mulai dari atas hingga bawah” (Wawancara dengan bapak Amin, 10 februari 2022)

Pada yayasan Aqiqah Nurul Hayat sistem tauhid berlaku untuk semua karyawan dengan mode vertical sesuai dengan jabatan masing-masing sehingga bentuk punishment dari setiap karyawan dan staf berbeda-beda tergantung dari banyaknya ketaatan dari absen yang di isi. dengan demikian jika karyawan atau staf ingin mengambil gaji secara normal sesuai dengan besaran yang sudah di janjikan maka karyawan wajib memenuhi isi absen uhudiah sesuai dengan jumlah target.

Penerapan Sistem Keadilan

Penerapan sistem keadilan pada Etika Bisnis Islam di yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan berfokus dalam konteks kinerja, hal ini berarti porsi job dari setiap karyawan dan staf harus sesuai dengan tanggung jawab masing – masing. hal ini telah di jelaskan melalui hasil wawancara dengan bapak Amin selaku Penanggung Jawab Unit Usaha Yayasan Aqiqah Nurul Hayat yang menyatakan sebagai berikut:

“Karena di sini kita konsepnya bekerja jadi lebih ke tugas, kita semuanya staf, manager, dan atasan ada targetnya sendiri sendiri jadi menilai sorang staf bukan dari katanya dan rekomendasi dari lingkungan maupun personal, semua lini ada di sistem” (Wawancara dengan bapak Amin, Kamis, 10 februari 2022)

Pada yayasan Aqiqah Nurul Hayat terdapat 2 sistem yang mengatur mengenai tanggung jawab masing masing. dua sistem tersebut adalah sistem control personal dan sistem control eksternal. Sistem control personal di sebut dengan KPI (Key Performa Indikator) dalam KPI sistem controlling lebih focus pada jobdisk setiap karyawan serta staf yang semuanya telah teratur pada KPI. Pada sistem KPI terdapat dewan pengawas yang terfokus pada porsi personal atau antara manager dengan anak buah tujuan dari dewan pengawas personal ini adalah agar hasil kinerja karyawan dapat terpantau secara menyeluruh sehingga baik staf atau karyawan

akan mendapatkan hasil atau upah sesuai dengan kualitas kinerja. Adapun sistem controlling eksternal pada Yayasan Aqiqah Nurul Hayat.

Penerapan Sistem Kebebasan

Sistem kebebasan yang di terapkan oleh yayasan Aqiqah Nurul Hayat yaitu kebebasan berpendapat memberi kebebasan terkait hak karyawan dalam menyampaikan pendapat ataupun aspirasinya untuk menunjang kemaslahatan kepentingan yayasan, bentuk kebebasan selain yang di terapkan oleh yayasan Aqiqah Nurul Hayat yaitu pada musyawarah yang konteksnya negative pihak karyawan memiliki hak untuk menyampaikan aspirasinya untuk menunjang kebaikan yayasan, ide-ide kreatif dapat di sampaikan melalui kepala departemen atau staff masing-masing yang kemudian nanti akan di bahas pada rapat akbar hal ini telah di jelaskan melalui hasil wawancara dengan bapak Amin selaku Penanggung Jawab Divisi Unit Usaha yayasan Aqiqah Nurul Hayat yang menyatakan sebagai berikut:

“Kemudian terkait kebebasan berpendapat tiap manager dan kepala devisi juga open maid sama anggota stafnya terkait aspirasi apa saja yang mereka sarankan tentu harus untuk kepentingan Yayasan Aqiqah Nurul Hayat” (Wawancara dengan Bapak Amin, Kamis 10 februari 2022)

Penerapan sistem kebebasan pada indikator internal secara umum menggunakan chat group whatsapp dalam hal ini dewan pengawas akan selalu mengfollup setiap bagian-bagian devisi yang belum berjalan secara maximal atau mengalami human eror, dengan demikian baik staf ataupun karyawan dapat secara personal menyampaikan aspirasinya ataupun dapat memberikan suara serta klarifikasi terkait adanya kesalahan teknis yang terjadi.

Penerapan Sistem Tanggung Jawab

Tanggung Jawab merupakan tolak ukur pertama bagi pelanggan guna menilai kualitas sebuah perusahaan, penerapan tanggung jawab menjadi penting karena sangat berkaitan dengan stabilitas loyalitas pelanggan. Implementasi Etika Bisnis Islam pada indikator tanggung jawab di Yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan di terapkan dengan menggunakan sistem KPI yang telah di atur oleh Yayasan, hal ini telah di jelaskan melalui hasil wawancara dengan bapak Amin selaku PJ Unit Usaha yayasan Aqiqah Nurul Hayat yang menyatakan sebagai berikut:

“Kita kembali lagi ke sistem, semua sudah terlihat pada KPI dan tiap devisi itu ada KPI nya tersendiri, jadi untuk bentuk tanggung jawab semua sudah terlihat dari sini di tiap devisi dapat melihat bentuk kinerja anggota stafnya dari sistem ini” (Wawancara dengan bapak Amin, Kamis 10 februari 2022)

Dalam penerapan sistem tanggung jawab setiap devisi terdapat sistem KPI tersendiri yang bertujuan untuk memantau bentuk tanggung jawab dari tiap-tiap staf maupun karyawan. Pada setiap tiap defisi terdapat sistem id perseorangan guna memantau bentuk pertanggung jawaban dari karyawan. Sistem KPI bertujuan untuk mengawasi kinerja semua staf agar tidak terjadi kesalahan baik dalam administrasi ataupun langsung semua harus balece dan sesuai dengan daftar yang tertera pada sistem.

Terdapat beberapa bentuk tanggung jawab pada Yayasan Aqiqah Nurul Hayat di antaranya ialah controlling order, dan controlling staff, pada controlling order terdapat sebuah sistem controlling yang bertugas mengontrol keperluan pelanggan, pada bidang QC (Quality control) terdapat bagian control order, yang bertugas mengontrol keluar masuknya barang dan complain serta cheklist masakan dan bahan terlapor di badan Aqiqah untuk setiap makanan yang akan di kirim.

Penerapan Sistem Kejujuran

Dalam Yayasan Aqiqah Nurul Hayat sudah terdapat quality control yang mengatur mengenai kejujuran kinerja karyawan, dalam hal ini kejujuran terkontrol pada tingkat kinerja. Pada dasarnya KPI dalam yayasan Aqiqah Nurul Hayat merupakan sebuah sitem yang penting guna mengontrol semua aspek yang di terapkan dalam Etika Bisnis Islam, sama seperti pada indikator lainnya, pada indikator kejujuran di yasan Aqiqah Nurul Hayat Medan menggunakan KPI sebagai sistem controllingnya dimana HRD atau di Manager menggunakan KPI sebagai alat controlling sistem agar dapat menentukan kinerja staf dapat di katakan berhasil atau tidak.

Penerapan indikator kejujuran pada yayasan semua kinerja dari karyawan akan dapat terlihat melalui sistem KPI), tujuan dari adanya KPI) ini adalah agar setiap defisi dapat meihat kualitas dan kejujuran kerja staf maupun karyawan terpantau secara rapi sehingga dapat meminimalisir tindak kecurangan dalam kinerja. Dalam penerapannya adanya KPI akan menyulitkan staf atau kairyawan untuk berbohong atau memnipulasi kerja kerana semua sudah terkontrol dari sistem QC (Quality Control) di pusat.

Dalam Yayasan Aqiqah Nurul Hayat adanya alat controlling sistem bertujuan untuk mengcontrol realitas dari kinerja karyawan. Realitas kerja dalam hal ini yaitu antara laporan yang di buat oleh karyawan harus sesuai dengan data transaksi yang masuk dalam sistem database induk yayasan Aqiqah Nurul Hayat dengan laporan harus sama, dalam sistem controlling ini terdapat pada monitor yang masuk dalam jajaran tim audit yang terdiri dari tim QC (Quality Control) tim ini bertugas untuk meng audit validitas dari data yang di buat oleh karyawan sehingga jika terditeksi adanya kebohongan dalam kinerja setiap staf maupun karyawan maka akan terlihat secara langsung karena sistem homan eror akan aktif secara otomatis.

Hasil dan Pembahasan

Dampak Impelementasi Etika Bisnis Islam Pada Loyalitas Pelanggan .

Menurut Kotler&Keller (2006) loyalitas pelanggan telah terjadi pada suatu perusahaan jika telah memenuhi 3 indikator yang di antaranya sebagai berikut:

Repeat Purchase (Kesetiaan Terhadap Pembelian Produk)

Dari hasil penelitian yang di lakukan, mayoritas pelanggan Nurul Hayat melakukan pembelian Aqiqah lebih dari sekali artinya pelanggan Nurul Hayat kembali membeli jasa Aqiqah yang sama pada yayasan Aqiqah Nurul Hayat hal ini terbukti dengan hasil wawancara dengan pelanggan Aqiqah Nurul Hayat Medan yang menyatakan sebagai berikut:

“Ini udah 2 kali saya pakai Nurul Hayat. Saya suka karena pelayanannya bagus, tepat waktu pengiriman, enak masakannya, & bisa dipesan H-1.” (Wawancara dengan bu Dina, Sabtu 19 februari 2022)

“Saya sudah 2 kali Aqiqah di Nurul Hayat Medan, karena pelayanannya sangat baik” (Wawancara dengan pak Joko, Sabtu 10 februari 2022)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa mayoritas pelanggan Nurul Hayat yang melakukan Aqiqah pada anak pertama akan kembali ber Aqiqah kembali pada anak ke duanya, hal ini di dasari karena rasa puas yang di rasakan oleh pelanggan.

1) Retention (Ketahanan Terhadap Pengaruh Yang Bersifat Negative Tentang Perusahaan)

Dari hasil penelitian yang di lakukan, alasan pelanggan Aqiqah Nurul Hayat Medan memilih Aqiqah pada yayasan Aqiqah Nurul Hayat karena kepuasan pelanggan terhadap produk serta layanan yang di berikan oleh yayasan Aqiqah Nurul Hayat. hal ini sesuai dengan pernyataan pelanggan Aqiqah menyatakan sebagai berikut:

“Saya senang Aqiqah di Nurul Hayat karena memang beneran bagus pelayanannya dan juga bisa dipesan kapan saja, jadi kemungkinan untuk selanjutnya saya tetap aqiqah disini” (Wawancara dengan bu Lita, Sabtu 19 februari 2022)

“awalnya liat dari instagram ya terus rinci informasinya, terus direkomendasiin sama teman juga, jadi saya makin yakin aqiqah di Nurul Hayat, dan memang ternyata masakan nya itu enak.” (Wawancara dengan bu Nia, sabtu 19 februari 2022)

Kelengkapan informasi yang di berikan oleh yayasan menjadi alasan mengapa pelanggan Aqiqah memilih ber Aqiqah pada yayasan Aqiqah Nurul Hayat. selain daripada itu mayoritas dari pelanggan Nurul Haya tmengaku bahwasanya mereka pertama kali mengetahui tentang kualitas Aqiqah nurul hayat dari hasil rekomendasi pelanggan lain yang berstatus sebagai teman atau keluarga jemaah.

Referalls (Mereferensikan Secara Total Eksistensi Perusahaan)

Dari hasil penelitian yang di lakukan rata-rata pelanggan Aqiqah Nurul Hayat akan merekomendasikan Aqiqah Nurul Hayat kepada teman atau keluarga jemaah hal ini sesuai dengan apa yang di sampaikan oleh pelanggan Aqiqah Nurul Hayat yang menyatakan sebagai berikut:

“Aqiqah Nurul Hayat itu bagus dan banyak yang pakai juga termasuk teman- teman saya, baik dari segi harga, porsi dan rasa juga sesuai” (Wawancara dengan bu Lita, sabtu 19 februari 2022)

“iya lah bang, kita sudah seneng sama sesuatu pasti bakal kita rekomendasiin sama teman yang lain, apalagi emang kita udah ngerasain duluan kan, jadi yakin aja gitu untuk rekomendasiin sama teman yang lain” (Wawancara dengan bu Nia, rabu 19 februari 2022)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bawasanya pelanggan sangat puas oleh pelayanan yang di berikan oleh yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan. hasil data dari devisi Unit Usaha di Yayasan Aqiqah Nurul Hayat membuktikan pelanggan yayasan Aqiqah Nurul Hayat sebagian besar didapat dari hasil rekomendasi pelanggan lain yang sebelumnya pernah ber Aqiqah di yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti dapat di simpulkan bahwa Implementasi Etika Bisnis Islam pada yayasan Aqiqah Nurul Hayat dilakukan dengan menggunakan sistem KPI, sistem ini dapat memberi kemudahan dalam mengatur proses Implementasi Etika Bisnis Islam pada yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan. Implementasi Etika Bisnis Islam pada yayasan dengan menggunakan digital sistem KPI dapat mempermudah yayasan untuk mengatur berbagai pesanan Aqiqah pelanggan secara cepat dan tepat waktu sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan dampak yang baik terhadap loyalitas pelanggan yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan. Implementasi Etika Bisnis Islam pada Yayasan Aqiqah Nurul Hayat sejatinya telah di lakukan secara maksimal hal ini di buktikan dengan terpenuhinya semua indikator yang ada baik dari indikator Etika Bisnis Islam maupun pada indikator loyalitas Pelanggan. Menurut Oliver loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk bertahan dalam berlangganan suatu produk/jasa serta selalu melakukan pembelian secara berulang dan konsisten. Pada Yayasan Aqiqah Nurul Hayat implementasi Etika Bisnis Islam terbukti mampu membuat pelanggan konsisten dalam memilih

jasa Aqiqah pada yayasan Aqiqah Nurul Hayat Medan hal ini di pengaruhi karena kepuasan pelanggan dapat terjaga dengan implementasi Etika Bisnis Islam yang modern.

Daftar Pustaka

- Al-Qur'an Kemenag. Kemenag.Go.Id. Published 2021. Accessed March 13, 2021. <https://Quran.Kemenag.Go.Id>
- Fahmi, Moch. Choirul. 2019. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko Bursa Sajadah Surabaya." : 1-95.
- Prameswary, Titan Nia Et Al. 2020. "Volume 3 Nomor 2 , Tahun 2020 Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Di Lazizaa Chicken & Pizza Kedungturi Sidoarjo" 3: 54-66.
- Amalia, F. (2013). Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, 95, 116-125.
- Augustia, S. Y. (2016). Analisis Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Komitmen Profesi Internal Auditor, Komitmen Organisasi, dan Sikap Perubahan Organisasi. *Thesis Universitas Diponegoro*, 2(2), 1-113.
- Mulyadi, A. (2018). The Effect Of Service Quality , Price And Credibility Quality Of Customer Loyalty With Customer Satisfaction As Intervening Variable (Study On Honda Semarang Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang Dosen Fakultas Ekonomika. *Ekonomika Dan Bisnis*, 1-14.
- Risma, Ahmad, & Abrista. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(2).
- Rusydi, B. U., Ihsan, M., & Abdullah, W. (2018). Implementasi Prinsip Ekonomi Islam Oleh Pedagang Dalam Melakukan Penimbangan Sembako Di Pasar Soppeng. *An- Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 381-396. <https://doi.org/10.21274/an.2018.5.1.399-414>
- Sampurno, W. M. (2016). 9671-19329-1-Sm. *Sampurno, Journal of Islamic Economics Lariba*, 2(1), 13-18.
- Sardiyanto, S. (2019). Analisis Pengaruh Promosi Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Resto Kampoeng Banyumili Salatiga. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.