

PENGARUH TRANSFORMASI ETIKA BISNIS TERHADAP LAYANAN INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH

Mugni Muhit

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Ma'arif
Jl. Umar Sholeh Imbanagara Raya, Ciamis, Jawa Barat 46219, Indonesia

mugnimuhit77@gmail.com

Abstrak

Kajian ini bertujuan untuk mengeksplorasi gagasan mengenai sistem pengawasan *transformasi* etika bisnis dalam industri perbankan syariah, tantangan transformasi etika bisnis Islam dalam industri perbankan syariah, serta tindakan penyelesaiannya. Tujuan penelitian untuk menentukan pengaruh transformasi etika bisnis terhadap layanan industri perbankan syariah masa kini. Pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner dan analisis data dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan terdapat problema yang mesti disikapi dengan pendekatan transendental pada transformasi prinsip dasar etika bisnis Islam yang diimplementasikan perbankan syariah guna meningkatnya pelayanan bisnis Islami. Untuk mencapai hal tersebut, maka perlu sinergitas *stakeholder*, baik eksternal maupun internal dalam mengatasi berbagai problem bisnis Islam pada industri perbankan syariah masa kini yang semakin elastis dan menembus ruang dan waktu.

Hasil pengujian statistik diketahui etika bisnis mempunyai pengaruh sebesar 58,52% terhadap layanan industri perbankan syariah dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, kemudian hasil pengujian hipotesis diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis diterima, karena terbukti kebenarannya, artinya etika bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap layanan industri perbankan syariah.

Kata Kunci: *Etika Bisnis, Layanan Industri Perbankan Syariah*

1. Pendahuluan

Industri perbankan syariah yang saat ini terus dikembangkan, hakikatnya adalah alternatif pilihan konsumen dalam praktik perbankan konvensional yang berbagai umat Islam tidak *visible*. Sanggahan Islam terhadap bank konvensional melalui paradigma dan konsepsional perbankan syariah, tidak berarti menafikan bank tersebut pada perannya sebagai institusi keuangan *intermediasi*, namun pada transaksi bank konvensional tersebut masih terkandung aspek haram seperti *riba*, *maysir*, *gharar*, dan *bathil*. Pelarangan atas *riba*, *maysir*, *gharar*, dan *bathil* ini, kemudian disikapi dengan lahirnya sistem transaksi yang menerapkan akad-akad dan prinsip yang senapas dengan etika bisnis Islam. Kedua sistem perbankan ini memiliki jiwa yang berbeda, yaitu (Ihwanudin, Nandang dkk., 2022): (1) filosofi dan nilai dasar organisasi; (2) provisi produk dan jasa bebas bunga; (3)

pembatasan pada perjanjian yang diperbolehkan menurut syariat Islam; (4) fokus pada pengembangan dan tujuan sosial; (5) adanya *review* tambahan dari dewan pengawas syariah. Secara filosofi, perbankan syariah ditumbuhkembangkan semata untuk menjaga *maqashid al-syariah*, yakni *hifdz al diin*, *hifdz al nafs*, *hifdz al 'aql*, *hifdz nal*, dan *hifdz al maal* yang visinya adalah melindungi umat Islam dari transaksional yang haram, termasuk transaksi pada lembaga keuangan perbankan. Eksistensi industri perbankan syariah yang menjunjung tinggi prinsip etika bisnis Islam adalah niscaya dan sangat urgen dalam mengawal membuminya transaksi halal.

Menurut Basaria Nainggolan (2021), bank syariah modern pertama kali didirikan di Mesir pada tahun 1963 dan sejak saat itu telah berdiri lebih dari 300 institusi bahkan melebihi dari 75 negara. Industri perbankan syariah berkembang pesat dan semakin populer di

seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Di Indonesia, industri perbankan syariah dipelopori oleh Bank Muamalat Indonesia yang berdiri pada tahun 1991 yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), sekelompok pengusaha muslim, dan pemerintah Indonesia. Bank Muamalat Indonesia mulai melakukan operasi secara resmi bulan Mei 1992 setelah adanya Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992 yang mengatur tentang izin pengoperasian perbankan dengan prinsip syariah. Untuk mempercepat perkembangan perbankan syariah di Indonesia, maka pemerintah memutuskan penerapan sistem perbankan ganda (*dual banking system*) sehingga selain bank syariah murni, bank konvensional juga diberikan kesempatan untuk memberikan layanan syariah melalui mekanisme *islamic window* dengan membentuk Unit Usaha Syariah (Syafi'i Antonio, 2021).

Angka pertumbuhan perbankan syariah menunjukkan hal yang menggembirakan akan tetapi perkembangan dari sisi kelembagaan dan produk keuangan syariah tersebut belum diimbangi dengan ketaatan terhadap etika bisnis syariah padahal transformasi prinsip etika bisnis syariah dalam operasional perbankan syariah mutlak diperlukan untuk mendukung kelangsungan usaha perbankan syariah di masa depan. Transformasi prinsip etika bisnis Islam dalam bisnis keuangan dan perbankan syariah cuma di angka prosentase 50% sebab lebih berfokus pada produknya dan belum menjangkau perilaku sumber daya manusianya, sementara Abdul Ghafur Anshari, (2018) menginformasikan bahwa persepsi nasabah perbankan syariah atas tingkat reliabilitas, tingkat respon, keamanan, dan reputasi perbankan syariah lebih tinggi bila dibandingkan bank konvensional namun masih banyak masalah etika yang terjadi dalam praktek perbankan syariah. Tantangan perbankan syariah secara umum adalah menjaga keseimbangan antara ketentuan syariah dan hukum bisnis yang berlaku, yang mana kontrak

keuangan bank syariah harus sesuai dengan hukum nasional maupun pengadilan syariah (Nur Wahid, 2021).

Transformasi prinsip etika bisnis Islam dalam praktik perbankan syariah merupakan persyaratan mutlak yang harus dipenuhi menurut tuntunan syariat agama Islam dan sebagai identitas pembeda antara bank syariah dengan bank konvensional sehingga apabila perbankan syariah tidak menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara memadai maka akan kehilangan nilai lebih yang dimilikinya bila dibandingkan dengan bank konvensional, dan pada akhirnya dapat mengancam kelangsungan hidup perbankan syariah di masa depan. Mengingat urgensi transformasi prinsip etika bisnis Islam pada industri perbankan syariah, maka tujuan penelitian ini mencoba merumuskan tentang bagaimana pengawasan transformasi etika bisnis Islam dalam industri perbankan syariah, tantangan transformasi etika bisnis Islam dalam industri perbankan syariah, dan tindakan untuk mengatasi tantangan tersebut.

Keberadaan syariat Islam adalah untuk kepentingan manusia dan tujuan-tujuan kemanusiaan yang universal yakni keadilan, kerahmatan, kemaslahatan dan kebijaksanaan atau dengan kata lain *inklud* di dalamnya *wisdon* bagi kehidupan sosial. Syariat Islam termaktub dalam produk hukum Islam, fiqh, perundang-undangan, fatwa serta yurisprudensi yang diproses melalui ijtihad dengan prinsip utama *دفع المفاسد وجلب المصالح*. Inkonsistensi dari prinsip ini akan melahirkan *misundrestanding* dengan idealisme syariat agama Islam (Rohidin, 2017).

Teori maslahat sebagai pijakan shahih tata kelola perbankan syariah amat dibutuhkan untuk mewujudkan muamalah atau transaksional yang halal dan *thayyiba*, serta menjauhkan umat dari sistem transaksi haram yang dapat merusak akal, jiwa, agama, harta, dan keturunan. Tujuan penelitian ini untuk menentukan sejauhmana pengaruh etika bisnis terhadap layanan perbankan syariah di Ciamis.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Teori Eksistensi

Teori eksistensi adalah teori yang menerangkan tentang keberadaan hukum Islam yang diakui keberadaannya dalam hukum negara, sebagai kelanjutan teori *receptive exit* dan teori *receptive a contrario*. Teori eksistensi ini melihat keberadaan hukum Islam, termasuk juga prinsip etika bisnis Islam dalam perbankan syariah, sebagai bagian dalam tata hukum perbankan nasional. Teori eksistensi mengandung makna sebagai berikut (Oemar Moechthar, 2020):

- Telah ada sebagai bagian integral dalam hukum negara.
- Telah ada kekuatan wibawanya dan diakui oleh hukum negara.
- Telah ada sebagai penyaring bahan- bahan hukum negara.
- Telah ada sebagai salah satu bahan dan sumber hukum negara.

2.2 Teori Hukum

Teori hukum yaitu syariat, fiqih, dan siyasah. Teori hukum akan melihat prinsip etika bisnis Islam dalam perbankan syariah telah sesuai dengan syariat, fiqih, maupun siyasah. Pengertian syariat, fiqih, dan siyasah masing-masing sebagai berikut:

- Syariat adalah segala ketentuan Allah yang berkaitan dengan perbuatan subjek hukum, berupa melakukan suatu perbuatan, memilih, atau menentukan sesuatu sebagai syarat, sebab, atau penghalang.
- Fiqih adalah ilmu atau pemahaman tentang hukum-hukum syarak yang bersifat perbuatan yang dipahami dari dalil-dalilnya yang rinci.
- Siyasah adalah kewenangan pemerintah untuk melakukan kebijakan yang bertujuan untuk kemslahatan, melalui aturan yang tidak bertentangan dengan agama, meskipun tidak ada dalil tertentu. *I'adah al-Nadhar* (telaah ulang) terhadap alasan hukum (*'illah*) kajian ulama terdahulu

(klasik) terutama mengenai pelaksanaan akad saat terjadi transaksi di bank syariah (Haedar Nasir, 2013). Telaah ulang inilah yang menjadi dasar ijtihad terhadap perkembangan produk-produk akad perbankan syariah sehingga tertuang dalam peraturan dan perundang-undangan negara.

2.3 Etika Bisnis

Etika adalah kaidah atau seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia, yang merupakan bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang norma atau moralitas. Dengan demikian, etika berbeda dengan moral. Etika adalah refleksi kritis dan penjelasan rasional mengapa sesuatu itu baik atau buruk, sedangkan norma adalah suatu pranata dan nilai mengenai baik dan buruk (Dwi Santosa Pambudi, 2021).

M. Amin Abdullah (2002:76) mendefinisikan etika sebagai prinsip-prinsip moral tentang baik atau buruk, serta perilaku lain yang mencerminkan nilai-nilai dan standar yang terhormat. Kemudian menurut Qardawi (2022), etika menjadi semakin penting dalam sektor jasa keuangan sebab pada dasarnya tujuan aktivitas bisnis dan jasa keuangan secara umum adalah penciptaan nilai bagi konsumen, dan seharusnya tidak ada dikotomi antara sikap etis personal dan sikap seseorang dalam menjalankan bisnis jasa keuangan.

Berrone et al. (2005) meneliti mengenai dampak identitas etis pada kinerja keuangan perusahaan dan hasilnya mengindikasikan bahwa “etika yang terungkap” yang merupakan salah satu aspek dalam mengkomunikasikan identitas etis perusahaan, memiliki nilai yang sangat berharga dan meningkatkan nilai saham, sementara “etika terapan” yang merupakan semua tindakan/ kebijakan etis dan melampaui komunikasi nilai etis memiliki dampak positif dalam meningkatkan kepuasan pemegang saham.

2.4 Etika Bisnis Islam

Qardhawi (2022) menegaskan bahwa pencapaian ekonomi terkait dengan keyakinan, ibadah, juga moral seorang muslim dan etika

bisnis Islam yang utama adalah kejujuran, kebenaran, pemenuhan hak, dan bertingka-laku baik. Secara umum, prinsip etika bisnis Islam menurut Qardhawi (2022) harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Akidah
Dengan adanya penyerahan diri kepada Allah Ta'ala maka pelaku bisnis akan selalu menjaga perbuatannya dari hal-hal yang dilarang oleh syariah.
2. Shiddiq
Sifat shiddiq mendorong rasa tanggung jawab atas segala perbuatan dalam hal muamalah.
3. Fathanah
Sifat fathanah ini mendorong kearifan berpikir dan bertindak sehingga keputusan yang dihasilkan menunjukkan profesionalisme yang didasarkan sikap akhlak seperti akhlak Rasulullah Saw.
4. Amanah/ jujur
Hubungan bisnis yang dilandasi kejujuran memunculkan kepercayaan yang merupakan hal paling mendasar dari semua hubungan bisnis.
5. Tabligh
Kemampuan berkomunikasi dalam kata tabligh menunjukan proses menyampaikan sesuatu untuk mempengaruhi orang lain melalui perkataan yang baik.
6. Tidak melakukan praktik bisnis yang bertentangan dengan syariah, antara lain:
Etika bisnis Islam menegaskan bahwa segala kegiatan ekonomi harus tunduk kepada etika, dan bukan sebaliknya (Naqvi, 1981). Lewis and Algaoud (2001) menegaskan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam seharusnya tercermin dalam segala aspek kegiatan bisnis sesuai nilai moralitas dan spiritualitas sehingga akan meningkatkan pandangan hidup Islami. Haniffa dan Hudaib (2007) menyatakan bahwa jasa keuangan syariah semestinya menjunjung tinggi nilai etika bisnis Islam sebab memiliki filosofi bertingka-laku etis dengan mempromosikan keadilan dan kesejahteraan

dalam masyarakat dan mencari ridho Ilahi. Obaidullah (2005) menyatakan bahwa semua transaksi bisnis yang berpedoman pada prinsip etika bisnis Islam harus sesuai dengan aturan syariah.

2.5 Layanan

Lovelock dan Writz (2005) mengungkapkan dua pengertian layanan diantaranya adalah : “(1) layanan adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi, (2) layanan adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu. kemudian layanan didefinisikan oleh Vincent Gasperz (1997:181) sebagai ”suatu hasil yang diciptakan melalui aktivitas dalam keterkaitan di antara perusahaan jasa dan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan”. Selanjutnya menurut Kotler (2002 :455) :”layanan adalah tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

Menurut Gronroos (Tjiptono, 2009 : 14) ada 3 kriteria pokok dalam menilai kualitas layanan yaitu *outcome-related*, *process-related*, dan *image-related criteria*. Ketiga kriteria tersebut masih dapat dijabarkan menjadi 6 unsur yaitu :

1. *Professionalism and Skill*

Kriteria ini merupakan *outcome-related criteria* di mana pelanggan menyadari bahwa penyedia jasa (*service provider*), , sistem operasional, dan sumberdaya fisik, memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan secara profesional.

2. *Attitudes and Behavior*

Kriteria ini termasuk *process-related criteria*. Pelanggan merasa bahwa perusahaan (*contact personnel*) menaruh perhatian

tehadap pelanggan dan berusaha membantu dalam memecahkan masalah pelanggan secara spontan dan senang hati.

3. *Accessibility and Flexibility*

Kriteria ini termasuk *process-related criteria*. Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat melakukan akses dengan mudah. Selain itu juga dirancang agar dapat bersifat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan.

4. *Reliability and Trustworthiness*

Kriteria ini termasuk juga *process-related criteria*. Pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi, mereka bisa mempercayakan segala sesuatunya kepada penyedia jasa beserta dan sistemnya.

5. *Recovery*

Recovery termasuk dalam *process-related criteria*. Pelanggan menyadari bahwa bila ada kesalahan atau bila terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari pemecahan yang tepat.

6. *Reputation and Credibility*

Kriteria ini merupakan *image-related criteria*. Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sesuai dengan pengorbanannya.

3. Metodologi Penelitian

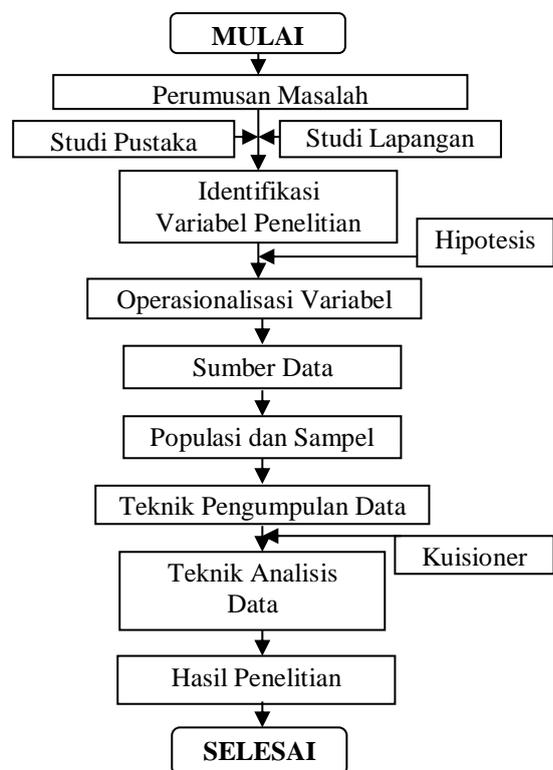
3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah etika bisnis dengan dimensi akidah, shiddiq, fathanah, amanah, tabligh, dan tidak melakukan praktik bisnis yang bertentangan dengan syariah, serta layanan industri perbankan syariah dengan dimensi *professionalism and skill, attitudes and behavior, accessibility and flexibility, reliability and trustworthiness, recovery, serta reputation and credibility*. Penelitian dilakukan terhadap industri perbankan syariah di Kabupaten Ciamis

3.2 Metode Penelitian

Penelitian dilakukan untuk mengetahui secara empirik pengaruh etika bisnis terhadap layanan industri perbankan syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah survai ekplanatori yaitu ingin mengetahui penyebab dari suatu fenomena melalui survai. Penelitian dilakukan secara *cross sectional* yaitu periode Juni sampai November 2022. Penelitian menggunakan desain kuantitatif. Adapun *flow chart* penelitian ini sebagai berikut:

Sistematika Pemecahan Masalah



Gambar 1. *Flow Chart* Penelitian

3.3 Sumber Data

Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui penyebaran kuisisioner terhadap nasabah perbankan syariah di Ciamis.

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari pihak perbankan syariah berupa dokumen dan arsip berbagai kegiatan yang telah dilakukan perbankan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Observasi
Pengamatan terhadap fenomena yang muncul di industri perbankan syariah di Ciamis sehingga didapatkan fakta di lapangan atas suatu masalah.
2. Wawancara
Tanya jawab tidak berstruktur dengan manajemen perbankan syariah di Ciamis.
3. Kuisisioner
Penyebaran kuisisioner yang berisi daftar pertanyaan tertulis dengan 5 alternatif jawaban.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi adalah nasabah industri perbankan syariah di Ciamis pada periode Juni – November 2022.

Penentuan jumlah sampel, digunakan teknik *simple random sampling* Yamane, sehingga sampel penelitian ini sebanyak 58 nasabah industri perbankan syariah di Ciamis.

3.6 Teknik Analisis Data

Menguji hubungan antara variabel etika bisnis dengan variabel layanan menggunakan koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson* (Arikunto, 2013:173) :

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi *product moment*
- X = Variabel bebas
- Y = Variabel terikat
- N = Jumlah responden

Selanjutnya hasilnya dikonsultasikan pada kriteria Guilford.

Menentukan pengaruh variabel etika bisnis terhadap variabel layanan dicari dengan rumus koefisien determinasi (Arikunto, 2018:179) sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

r^2 : Koefisien Korelasi *Product Moment*

Keberartian pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji-t (t-test) melalui hipotesis $r_s > 0$ yang menyatakan pengaruh mempunyai makna (Arikunto, 2018:188).

$H_0: r_s \leq 0$. Antara kedua variabel tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

$H_1: r_s > 0$. Antara kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan

Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$t_{hitung} r_s = \sqrt{\frac{n-1}{1-r_s^2}}$$

di mana :

r_s = Hasil korelasi yang diperoleh

n = Jumlah responden

Pengujian menggunakan tingkat kepercayaan (α) 0,05 atau 5%, dengan ketentuan :

1. Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka hipotesis diterima
2. Jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka hipotesis ditolak.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Banyak faktor yang mempengaruhi layanan, di antaranya adalah etika bisnis, dengan semakin rendahnya etika maka akan diikuti menurunnya layanan, tetapi jika etika bisnis tinggi, maka akan diikuti oleh meningkatnya kualitas layanan.

Untuk mengetahui seberapa besar keeratan hubungan antara etika bisnis dengan layanan industri perbankan syariah penulis menggunakan koefisien korelasi antara kedua variabel, dengan indikatornya yaitu :

1. Etika bisnis : Variabel X
2. Layanan : Variabel Y

Sampai sejauhmana hubungan etika bisnis dengan layanan, digunakan koefisien

korelasi *product moment* – *Pearson*. Guna menghitung koefisien korelasi, dibuat tabel harga variabel X dan Y, yang merupakan hasil perhitungan statistik yang digunakan untuk menentukan koefisien korelasi, adapun nilai yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel 1
Harga Variabel Etika Bisnis (X)
dan Variabel Layanan (Y)

No	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	57	58	3249	3364	3306
2	58	60	3364	3600	3480
3	59	61	3481	3721	3599
4	59	61	3481	3721	3599
5	65	63	4225	3969	4095
6	60	61	3600	3721	3660
7	58	59	3364	3481	3422
8	57	58	3249	3364	3306
9	59	59	3481	3481	3481
10	58	59	3364	3481	3422
11	59	60	3481	3600	3540
12	59	60	3481	3600	3540
13	60	60	3600	3600	3600
14	58	61	3364	3721	3538
15	60	61	3600	3721	3660
16	58	60	3364	3600	3480
17	63	62	3969	3844	3906
18	63	63	3969	3969	3969
19	62	60	3844	3600	3720
20	56	58	3136	3364	3248
21	63	61	3969	3721	3843
22	59	58	3481	3364	3422
23	63	63	3969	3969	3969
24	61	61	3721	3721	3721
25	65	66	4225	4356	4290
26	58	59	3364	3481	3422
27	58	59	3364	3481	3422
28	62	61	3844	3721	3782
29	61	62	3721	3844	3782
30	58	59	3364	3481	3422
31	59	59	3481	3481	3481
32	58	59	3364	3481	3422
33	62	62	3844	3844	3844
34	59	59	3481	3481	3481
35	60	60	3600	3600	3600
36	60	59	3600	3481	3540
37	62	62	3844	3844	3844
38	58	56	3364	3136	3248
39	61	60	3721	3600	3660
40	63	62	3969	3844	3906

41	63	62	3969	3844	3906
42	61	59	3721	3481	3599
43	62	59	3844	3481	3658
44	60	59	3600	3481	3540
45	59	59	3481	3481	3481
46	58	57	3364	3249	3306
47	65	61	4225	3721	3965
48	58	57	3364	3249	3306
49	60	60	3600	3600	3600
50	58	58	3364	3364	3364
51	62	59	3844	3481	3658
52	59	60	3481	3600	3540
53	58	58	3364	3364	3364
54	58	57	3364	3249	3306
55	63	61	3969	3721	3843
56	59	58	3481	3364	3422
57	59	59	3481	3481	3481
58	61	62	3721	3844	3782
	3481	3476	209193	208508	208793

Diketahui :

$$\begin{aligned} \Sigma X &= 3481 \\ \Sigma Y &= 3476 \\ \Sigma X^2 &= 209193 \\ \Sigma Y^2 &= 208508 \\ (\Sigma X)^2 &= 12117361 \\ (\Sigma Y)^2 &= 12082576 \\ \Sigma XY &= 208793 \end{aligned}$$

Kemudian nilai-nilai tersebut dimasukan ke dalam rumus *product moment- Pearson* :

$$\begin{aligned} r_{XY} &= \frac{N \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}} \\ &= \frac{58.208793 - 3481.3476}{\sqrt{\{58 \times 209193 - 12117361\} \{58 \times 208508 - 12082576\}}} \\ &= \frac{10038}{\sqrt{(12133194 - 12117361)(12093464 - 12082576)}} \\ &= \frac{10038}{\sqrt{15833.10888}} \\ &= \frac{10038}{\sqrt{172389704}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{10038}{\sqrt{13129,72597}} \\
 &= 0.7645247146 \\
 &= 0.765
 \end{aligned}$$

Nilai r_{xy} sebesar 0.765 diinterpretasikan dengan berkonsultasi pada tabel harga kritik r *product moment* dengan $n = 58$, diperoleh r_{tabel} pada taraf signifikansi 5 % atau interval kepercayaan 95 % = 0.260, dan pada taraf signifikansi 1 % atau interval kepercayaan 99 % = 0.338. Dengan demikian r_{xy} yang diperoleh dari perhitungan statistik lebih besar daripada r_{tabel} ($0.260 < 0.765 > 0.337$), artinya terdapat hubungan yang signifikan antara etika bisnis dengan layanan.

Nilai r_{xy} sebesar 0.765 berada di antara interval koefisien 0.60 – 0.80 pada kriteria *Guillford* hal ini menunjukkan tingkat hubungan yang erat antara variabel etika bisnis dengan variabel layanan. Dapat disimpulkan bahwa etika bisnis memiliki hubungan yang signifikan dan erat dengan layanan industri perbankan syariah.

Adapun besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh etika bisnis terhadap layanan dapat ditentukan dengan koefisien determinasi, yang dimaksudkan dengan banyaknya ragam pada satu variabel dijelaskan dengan banyaknya ragam pada variabel lain. Hal ini perhitungannya sbb:

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100 \% \\
 &= 0.765^2 \times 100 \% \\
 &= 0.585225 \times 100 \% \\
 &= 58.5225 \% \\
 &= 58.52 \%
 \end{aligned}$$

Dengan demikian terdapat 58.52 % ragam pada layanan dari etika bisnis, artinya 58.52 % jumlah pengaruh yang terwujud pada layanan dipengaruhi oleh variabel etika bisnis, dan sisanya sebesar 41.48 % dipengaruhi oleh

variabel lain yang tidak dijadikan model dalam penelitian ini (*exogenous*).

Selanjutnya untuk penyajian hipotesis tentang pengaruh etika bisnis terhadap layanan, digunakan taraf signifikansi (α) 0.05 atau 5 % artinya menerima hipotesis atas dasar interval kepercayaan 95 %. Perhitungan statistik yang digunakan adalah :

$$\begin{aligned}
 t &= r_{xy} \sqrt{\frac{N-2}{1-r_{xy}^2}} \\
 &= 0.765 \sqrt{\frac{58-2}{1-0.765^2}} \\
 &= 0.765 \sqrt{\frac{56}{0.414775}} \\
 &= 0.765 \sqrt{135.01295} \\
 &= 0.765 \times 11.619507 \\
 &= 8.888923 \\
 &= 8.89
 \end{aligned}$$

Nilai t diperoleh sebesar 8.89 selanjutnya dikonsultasikan pada nilai persentil distribusi t maka dengan t_{tabel} ($df = n - 2 = 56$) pada taraf kepercayaan 95 % atau (α) 0.05 adalah sebesar 1.69 dan pada taraf kepercayaan 1 % atau (α) 0.01 sebesar 2.41. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($1.69 < 8.89 > 2.41$). Dengan demikian disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya hipotesis menyatakan etika bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap layanan industri perbankan syariah di Ciamis.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis memiliki pengaruh sebesar 58.52 % terhadap layanan industri perbankan syariah di Ciamis, hal ini memberikan penjelasan bahwa kualitas layanan pada industri perbankan syariah harus memperhatikan hal-hal etis dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, prinsip-prinsip etika bisnis selalu diterapkan. dan terus

diupayakan untuk memperbaikinya. Implikasi hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan pemikiran bagi industri perbankan syariah dalam menetapkan kebijakan-kebijakan yang akan diambil dalam meningkatkan layanan berdasarkan prinsip-prinsip etika.

Pada hakekatnya tidak ada istilah “bank” secara literal dalam konsep Islam namun secara fungsional transaksi perbankan telah ada sejak masa Rasulullah Saw seperti pengelolaan zakat, shadaqah, (rampasan perang) *ghanimah*, (jual-beli) *bai’*, (utang dagang) *dayn*, dan (harta) *mal* yang memiliki peran dalam kegiatan ekonomi masyarakat sehingga kemudian bank syariah didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang operasionalnya disesuaikan dengan prinsip Islam (Umam, 2016). Jadi, bisa disimpulkan bahwa bank syariah adalah bank modern yang melakukan kegiatan operasi sepenuhnya sesuai dengan syariah hukum Islam berdasarkan pada Al Quran dan Sunnah Rasulullah Saw yang menekankan pentingnya implementasi perilaku etis dalam segala aspek kehidupan manusia, termasuk bisnis.

Pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia masih relatif kecil bila dibandingkan dengan pangsa pasar bank konvensional namun perbankan syariah memiliki tingkat pertumbuhan tahunan yang cukup signifikan. Tingkat pertumbuhan tahunan yang menjanjikan tersebut menandakan adanya perkembangan pangsa pasar perbankan syariah. Perkembangan pangsa pasar perbankan syariah ini cukup menggembirakan namun sayangnya tidak serta-merta diikuti dengan transformasi prinsip etika bisnis Islam yang seharusnya tertuang dalam pengungkapan informasi etis bank syariah. Pengungkapan informasi etis bank syariah baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif (aspek moral maupun material) adalah hal yang mutlak bagi bank syariah sebab secara yuridis bank syariah memiliki tanggung jawab

untuk menunjukkan bahwa bank syariah telah benar-benar menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan operasionalnya dan juga dalam memberikan panduan kepada para pihak pemangku kepentingan/*stakeholder* (yang terdiri dari nasabah penabung, pemegang saham, investor obligasi, bank responden, regulator, pegawai perseroan, pemasok, dan lingkungan masyarakat) dalam membuat keputusan-keputusan ekonomi dalam upaya mewujudkan akuntabilitas publik seperti misalnya memilih dewan direksi, memilih dewan pengawas syariah, dan memilih auditor eksternal.

Pengungkapan informasi etis harus dilaksanakan secara konsisten dan memadai guna meyakinkan bahwa perbankan syariah telah memenuhi ketentuan syariat Islam dalam setiap kegiatan operasinya dan sebagai identitas pembeda bank syariah dengan bank konvensional sebab di situlah letak nilai lebih bank syariah. Pengungkapan etis dalam laporan keuangan tahunan diharapkan setidaknya memuat hal-hal berikut ini:

1. komitmen untuk melakukan kegiatan operasi sesuai prinsip etika bisnis Islam;
2. komitmen untuk memberikan imbal balik sesuai prinsip etika bisnis Islam;
3. komitmen untuk terlibat dalam aktivitas investasi yang sesuai prinsip etika bisnis Islam;
4. komitmen untuk terlibat dalam aktivitas pendanaan yang sesuai prinsip etika bisnis Islam;
5. komitmen untuk memenuhi hubungan kontraktual dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) melalui “pernyataan kontrak”;
6. tujuan masa kini dan masa mendatang untuk memenuhi kebutuhan umat Islam;
7. pernyataan apresiasi terhadap para pihak pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Bila suatu bank syariah mampu membuat pengungkapan etis secara memadai, itu artinya bank syariah tersebut telah mampu menciptakan dan menjalankan Standar

Operasional Prosedur (SOP) mengenai transformasi etika bisnis Islam dalam kegiatan operasional organisasinya, baik di tingkat manajemen maupun pegawai. Hal ini tentu saja akan membawa beberapa dampak positif bagi industri perbankan syariah seperti peningkatan kepuasan, komitmen kerjasama, dan rasa percaya dari para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*).

Transformasi prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan operasional perbankan syariah merupakan hal yang sangat penting sehingga ada beberapa lembaga yang dibentuk khusus dalam rangka memberikan dukungan terhadap transformasi prinsip etika bisnis Islam dalam industri perbankan syariah baik di tingkat nasional maupun internasional, antara lain *Accounting and Auditing Organization of Islamic Financial Institution* (AAOIFI), dan *General Council of Islamic Bank and Financial Institution* di tingkat internasional, sedangkan di tingkat nasional antara lain Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Komite Perbankan Syariah, dan dewan pengawas syariah.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

5.1 Kesimpulan

Etika bisnis pada industri perbankan syariah mempunyai pengaruh sebesar 58.52 % terhadap layanan industri perbankan syariah di Ciamis, dan sisanya sebesar 41.48 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil pengujian hipotesis diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis diterima, karena terbukti kebenarannya, artinya etika bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap layanan industri perbankan syariah di Kabupaten Ciamis.

5.2 Rekomendasi

Transformasi prinsip etika bisnis Islam dalam layanan perbankan syariah yang sesuai dengan syariat, fiqh, maupun siyasah sangat penting dalam rangka menciptakan kemaslahatan umat yang merupakan tujuan

pendirian perbankan syariah. Masih banyak tantangan yang harus dihadapi dalam transformasi prinsip etika bisnis Islam dalam layanan perbankan syariah sehingga dibutuhkan sinergi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) baik eksternal maupun internal dalam mengatasi berbagai tantangan tersebut, meningkatkan alokasi anggaran pelatihan etika bisnis Islam bagi para pegawai bank syariah, memperbaiki standar operasional prosedur (SOP) untuk meminimalisasi pelanggaran prinsip etika bisnis Islam dalam organisasi bank syariah, serta meningkatkan efektivitas pengendalian internal perbankan syariah termasuk di dalamnya melakukan mekanisme audit syariah yang mengukur kepatuhan bank syariah terhadap prinsip etika bisnis Islam.

Daftar Pustaka

- Abdul, Ghofur Anshari, 2018. *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta : Gajah Mada University Press
- Abdullah, M. Amin, 2002. *Menggagas Paradigma Ushul Fiqh. Kontemporer*, Yogyakarta: Arruz Press
- Al Qardhawi, Yusuf. 2022. *Fiqh Al Zakah*. Jakarta : Pustaka Nasional
- Algaound, latifa dan lewis. 2001. *Perbankan Syariah Prinsip Praktik Prospek*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta
- Antonio, M Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gena Insani Press
- Arikunto, S. .2018. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Basaria Nainggolan. 2021. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Depok: Rajawali Pers
- Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Haniffa, R., & Hudaib, M. 2007. *Exploring the Ethical Identity of Islamic Banks via Communication in Annual Reports*. Journal of Business Ethics Vol.76
- Ihwanudin, Nandang., dkk. 2022. *Etika Bisnis dalam Islam: Teori dan Aplikasi*,.

- Bandung: Widina Bhakti Persada
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Jakarta: PT.Prehalindo.
- Lovelock and K. Wright Lauren, 2005. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia
- Moechthar Oemar, 2017, *Pengantar Hukum Indonesia*, Surabaya: Airlangga University Press.
- Naqvi, Syed Nawab Haider, 1981, *Ethics and Economics an Shariah Perspektive Synthesis*. London : The. Syariahic foundation
- Nasir, Haedar. 2013. *Pendidikan Karakter Berbasis Agama dan Budaya*., Yogyakarta : Multi Presindo
- Obaidullah, Mohammad. 2005. *Islamic Financial Services*. Jeddah: Scientific. Publishing Centre, King Abdulaziz University
- Pambudi, D.S. 2021. *Etika Bisnis Islam : Meneladani Etos Kerja Nabi dan Rasul*. Yogyakarta : UAD Press
- Rohidin, 2017. *Buku Ajar Pengantar Hukum Islam*, Yogyakarta: Lintang Rasi.
- Tjiptono. 2009. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: BPFE
- Umam, Khotibul. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers
- Wahid, Nur. 2021. *Perbankan Syariah: Tinjauan Hukum Normatif dan Hukum Positif*. Jakarta : Prenada Media.