Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Mahasiswa: Brainy
Volume 6, No. 2, Bulan Desember 2025, Halaman. 157-163
ISSN 2962-4622

DAMPAK PENERAPAN PRINSIP SYARIAH TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KOPERASI ROHMATUL UMMAH

Muhammad Almas Azhari

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Jl. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur 60237, Indonesia

received: 18/6/2025; revised: 9/11/2025; accepted: 30/12/2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of the implementation of sharia principles in the Rohmatul Ummah cooperative on consumer loyalty in a modern business context. As public awareness of the importance of ethics, social responsibility, and sustainability in business practices increases, sharia values, including justice ('adl), goodness (ihsan), transparency (tabligh), and professionalism (fathanah), are becoming increasingly relevant. These principles govern not only financial aspects but also encompass all business activities, such as production, distribution, and marketing. This study uses a qualitative approach with a literature review and conceptual analysis to explore the relationship between the implementation of sharia principles and levels of consumer loyalty. The results indicate that consistent application of sharia principles can increase consumer trust, which in turn strengthens emotional and spiritual attachment to the brand. Consumer loyalty is formed not only based on product or service quality but also due to perceptions of moral integrity and the blessings of transactions carried out. These findings provide important implications for companies, both sharia-based and conventional, to integrate ethical values into customer management strategies to build sustainable loyalty.

Keywords**:** *sharia principles; consumer loyalty; business ethics; trust; blessings*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penerapan prinsip-prinsip syariah pada koperasi Rohmatul Ummah terhadap loyalitas konsumen dalam konteks bisnis modern. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya etika, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan dalam praktik bisnis, nilai-nilai syariah yang mencakup keadilan ('adl), kebaikan (ihsan), transparansi (tabligh), dan profesionalisme (fathanah) menjadi semakin relevan. Prinsip-prinsip ini tidak hanya mengatur aspek keuangan, tetapi juga mencakup keseluruhan aktivitas bisnis, seperti produksi, distribusi, dan pemasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan analisis konseptual untuk mengeksplorasi hubungan antara penerapan prinsip syariah dan tingkat loyalitas konsumen. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah secara konsisten dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya memperkuat keterikatan emosional dan spiritual terhadap merek. Loyalitas konsumen terbentuk tidak hanya berdasarkan kualitas produk atau layanan, tetapi juga karena persepsi akan integritas moral dan keberkahan transaksi yang dijalankan. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi perusahaan, baik yang berbasis syariah maupun konvensional, untuk mengintegrasikan nilai-nilai etis dalam strategi pengelolaan konsumen guna membangun loyalitas yang berkelanjutan.

Kata Kunci: prinsip syariah; loyalitas konsumen; etika bisnis; kepercayaan; keberkahan

*muhamadalmasazhari@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam konteks persaingan bisnis global yang kian kompetitif dan dinamis, loyalitas konsumen diakui sebagai salah satu aset strategis bagi keberlangsungan dan pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Konsumen yang loyal tidak hanya menjamin kesinambungan pendapatan melalui pembelian berulang, tetapi juga berperan sebagai agen promosi yang efektif melalui rekomendasi dari mulut ke mulut.

Perubahan lanskap pasar mendorong perusahaan untuk mengembangkan berbagai strategi inovatif dalam mempertahankan basis konsumen, antara lain melalui diferensiasi produk, penetapan harga yang kompetitif, serta peningkatan kualitas layanan. Namun, dalam dua dekade terakhir, dimensi etika dan nilai moral perusahaan mulai memperoleh

perhatian lebih sebagai determinan penting dalam membentuk loyalitas konsumen. Kesadaran masyarakat global terhadap isu keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan praktik bisnis yang beretika turut mendorong pergeseran preferensi konsumen menuju entitas bisnis yang sejalan dengan nilai-nilai tersebut.

Dalam konteks ini, prinsip-prinsip syariah menawarkan pendekatan etik yang holistik. Ekonomi syariah, yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Sunnah, tidak hanya mengatur aspek finansial, tetapi juga seluruh aktivitas bisnis, mulai dari produksi, distribusi, hingga konsumsi. Nilai-nilai inti seperti keadilan (*'adl*), kebaikan (*ihsan*), transparansi (*tabligh*), profesionalisme (*fathanah*), serta larangan terhadap praktik merugikan seperti *riba*, *gharar*, dan *maysir*, membentuk kerangka etik yang kokoh. Prinsip-prinsip ini semakin relevan, tidak hanya bagi konsumen Muslim, tetapi juga bagi kelompok masyarakat yang mengedepankan konsumsi etis(Ilyas et al., n.d.).

Penerapan prinsip syariah dalam aktivitas bisnis, seperti memastikan kehalalan proses produksi, sistem pembiayaan yang adil, dan praktik pemasaran yang jujur, diyakini mampu membangun kepercayaan konsumen. Kepercayaan ini, sebagai fondasi loyalitas, diperkuat oleh dimensi spiritual dan moral yang memberikan nilai lebih dibandingkan sekadar kepuasan fungsional. Konsumen yang meyakini bahwa suatu bisnis selaras dengan nilai-nilai yang mereka anut cenderung memiliki keterikatan emosional dan spiritual yang lebih kuat, sehingga membentuk loyalitas jangka Panjang (Maulida & Sari, 2022). Pemilihan terhadap produk atau layanan berbasis syariah bukan semata karena kualitas, tetapi juga karena keyakinan bahwa transaksi tersebut sah dan mendatangkan keberkahan.

Sebagai lembaga ekonomi, koperasi syariah berperan dalam mengoneksikan berbagai keperluan anggotanya melalui penerapan asas kerja sama timbal balik dan semangat gotong royong. Dalam koperasi syariah, tercermin semangat saling membantu dan tolong-menolong di antara anggota yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam, seperti keadilan, kemitraan, dan kebersamaan. Oleh karena itu, eksistensi koperasi syariah melampaui fungsinya sebagai lembaga keuangan semata, melainkan juga berperan sebagai instrumen strategis dalam menginternalisasi prinsip-prinsip Islam ke dalam interaksi sosial masyarakat. Di samping itu, orientasi utama koperasi syariah adalah menciptakan kemaslahatan kolektif, yakni sebuah kondisi sejahtera yang melampaui kepentingan pribadi dan memberikan dampak positif bagi publik secara luas. (Yunilhamri et al., 2024).

Fungsi koperasi syariah menurut Nurrachmi Intan & Setiawan (2024) meliputi upaya meningkatkan dan mengembangkan kemampuan ekonomi anggota serta masyarakat guna mencapai kesejahteraan sosial-ekonomi, sekaligus memperkuat kualitas sumber daya manusia agar lebih amanah, profesional (fathonah), konsisten, dan teguh (istiqomah) dalam menerapkan prinsip ekonomi Islam. Selain itu, koperasi syariah berkontribusi dalam membangun perekonomian nasional yang berlandaskan asas kebersamaan dan demokrasi ekonomi, berperan sebagai perantara antara pemilik dan pengguna dana untuk mengoptimalkan pemanfaatan harta, serta memperkuat kerja sama dalam pengawasan koperasi yang efektif. Terakhir, lembaga ini juga berfungsi untuk menciptakan dan memperluas peluang kerja serta mendorong pertumbuhan berbagai usaha produktif milik anggotanya.Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam pengaruh penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap loyalitas konsumen pada koperasi Rohmatul Ummah. Fokus utama diarahkan pada nilai-nilai syariah dan keputusan konsumen, serta identifikasi elemen-elemen prinsip syariah yang paling relevan dalam membentuk preferensi dan loyalitas. Diharapkan temuan dari kajian ini dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis yang baik bagi koperasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *field research,* yakni metode penelitian kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk mengamati secara langsung fenomena dalam konteks alamiahnya. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh data primer dari sumber utama, yaitu anggota Koperasi Konsumen Kopontren Rohmatul Ummah di Tulungagung. Dengan melakukan observasi dan interaksi langsung di lapangan, peneliti dapat menggali secara mendalam pandangan, pengalaman, dan persepsi anggota koperasi terkait kualitas pelayanan yang diterima serta dampaknya terhadap tingkat kepuasan mereka.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara dan observasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan beberapa perwakilan anggota koperasi yang memiliki latar belakang beragam, seperti santri, tenaga pengajar, karyawan, dan masyarakat sekitar. Pendekatan ini memungkinkan fleksibilitas dalam mengeksplorasi jawaban serta membuka ruang untuk ditemukannya informasi baru di luar dugaan awal. Fokus wawancara diarahkan pada berbagai dimensi kualitas pelayanan, antara lain keramahan petugas, kecepatan layanan, kejelasan informasi, kemudahan akses, dan responsivitas terhadap keluhan. Seluruh data yang dikumpulkan bertujuan untuk memahami sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi kepuasan anggota koperasi serta kaitannya dengan loyalitas konsumen terhadap institusi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

KMP Kopontren Rohmatul Ummah yang berdomisili di Kabupaten Tulungagung adalah sebuah unit usaha yang bergerak di bidang pemberdayaan kemasyarakatan, di antaranya adalah pengelolaan lembaga pendidikan yang berbentuk pondok pesantren. Kopontren ini didirikan pada tahun 2021 oleh beberapa orang sebagai dewan pendiri dan dewan pengurus. Di usia Kopontren yang terbilang masih sangat dini, tentu koperasi ini melakukan banyak hal agar KMP Kopontren Rohmatul Ummah bisa tumbuh dan berkembang. Modal KMP Kopontren Rohmatul Ummah dalam mewujudkan keinginan untuk membangun pondok pesantren memerlukan biaya yang tidak sedikit. Besar anggaran biaya untuk menciptakan *close loop* ekonomi untuk menopang kegiatan pondok pesantren dan pemberdayaan ekonomi masyarakat membutuhkan setidaknya 2 milyar rupiah.

Berdasarkan hasil observasi lapangan, diketahui bahwa Koperasi Rohmatul Ummah telah mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah secara menyeluruh dalam kegiatan operasionalnya. Prinsip-prinsip tersebut tercermin dalam sistem pembiayaan, pengelolaan dana, struktur organisasi, serta pelayanan terhadap anggota. Dalam aspek pembiayaan, koperasi menerapkan skema yang sesuai dengan hukum syariah, seperti akad murabahah (jual beli), mudharabah (bagi hasil), ijarah (kompensasi), dan qardhul hasan (pinjaman kebajikan), tanpa melibatkan unsur riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), maupun maysir (spekulasi/perjudian). Setiap transaksi dilandasi oleh kejelasan akad dan kesepakatan kedua belah pihak secara transparan (Amalina Nur Arifah et al., 2023).

Tabel 1. Hasil Observasi Lapangan

Produk syariah	Deskripsi	Produk koperasi
Qardul hasan	Diberikan kepada anggota yang membutuhkan tanpa dikenakan bunga atau keuntungan bagi koperasi.Anggota hanya diwajibkan mengembalikan pokok pinjaman dalam jangka waktu yang telah disepakati.	Angsuran
Musyarakah	Akad ini digunakan dalam kerja sama usaha antara anggota koperasi dengan koperasi.Setiap pihak berkontribusi modal, dan keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan awal, sementara kerugian ditanggung sesuai proporsi modal masing-masing.	Kerjasama

Murabahah	Digunakan dalam transaksi penjualan barang atau jasa yang dikelola koperasi, seperti toko sembako, alat tulis, dan percetakan.Koperasi membeli barang terlebih dahulu, kemudian menjualnya kepada anggota dengan harga yang mencakup keuntunganyang telah disepakati bersama.	Usaha
Mudharabah	Digunakan dalam pengelolaan dana investasi anggota.Anggota yang menanamkan modal dalam bentuk simpanan saham akan mendapatkan bagian dari keuntungan usaha koperasi sesuai dengan proporsi yang disepakati.	Kepemilikan saham
Ijarah	Diterapkan dalam layanan yang disediakan koperasi, seperti penyewaan fasilitas atau peralatan yang dikelola oleh koperasi.	Sewa

Source: observasi penelitian 4 juni 2025

Qardul Hasan: Produk Qardul Hasan adalah pinjaman sukarela tanpa imbalan dalam bentuk apa pun, baik bunga maupun keuntungan lainnya (Assyifa et al., 2025). Dalam penerapannya, anggota koperasi yang membutuhkan dana dapat meminjam tanpa dikenakan biaya tambahan atau syarat yang memberatkan. Tujuan dari produk ini adalah membantu anggota yang membutuhkan, sehingga mencerminkan prinsip tolong-menolong dalam Islam. Dengan demikian, Qardul Hasan tidak hanya memberikan manfaat finansial, tetapi juga memperkuat solidaritas dan kebersamaan di antara anggota koperasi (Saputri et al., 2025).

Musyarakah: Merupakan akad kerjasama antara koperasi dan anggota dalam menjalankan suatu usaha(Maruta Heru, 2020). Dalam skema ini, kontribusi modal dilakukan oleh kedua belah pihak dengan pembagian laba yang disesuaikan berdasarkan porsi penyertaan modal masing-masing. Anggota koperasi memegang peran sebagai manajer operasional, sedangkan pihak koperasi bertindak sebagai penyedia dana atau investor. Prinsip musyarakah ini mengedepankan nilai kolaborasi dalam syariah, di mana seluruh potensi kerugian maupun keuntungan dipikul bersama secara proporsional dan adil.

Murabahah: Skema ini merupakan kontrak transaksi jual beli yang dilakukan koperasi dengan cara menyediakan barang pesanan anggota, lalu melepasnya kembali dengan nilai jual yang telah mencakup harga perolehan ditambah margin laba sesuai kesepakatan kedua belah pihak (Pratiwi Kusuma Mutiara, 2024). Proses pelunasannya dilakukan oleh anggota melalui sistem cicilan dalam jangka waktu tertentu. Murabahah merefleksikan prinsip perdagangan syariah yang sangat mengutamakan keterbukaan informasi harga serta keridaan antara pihak penjual dan pembeli.

Mudharabah: Mudharabah didefinisikan sebagai kontrak kemitraan investasi yang mempertemukan anggota koperasi selaku penyedia dana (*shahibul maal*) dengan pihak koperasi sebagai pengelola usaha (*mudharib*), di mana pembagian keuntungan didasarkan pada kesepakatan rasio bagi hasil di awal. Implementasinya dilakukan melalui penyertaan modal dalam simpanan saham, di mana anggota akan memperoleh bagi hasil usaha sesuai dengan proporsi yang telah ditetapkan (Syaepudin, 2024). Dalam skema ini, laba didistribusikan secara adil berdasarkan akad, sementara risiko kerugian finansial ditanggung oleh pemilik modal selama tidak ditemukan unsur kelalaian dari pengelola. Prinsip ini menjadi sarana investasi bagi anggota yang ingin mengedepankan nilai-nilai Islami dengan menjauhi praktik riba maupun spekulasi.

Ijarah: Skema Ijarah merupakan mekanisme transaksi sewa-menyewa yang memungkinkan anggota koperasi untuk memanfaatkan fasilitas atau jasa tertentu dengan memberikan imbalan sewa sesuai kesepakatan (Azmi, 2021). Implementasinya mencakup penyediaan berbagai sarana, mulai dari peralatan kantor hingga layanan penunjang kebutuhan komunitas sekolah. Melalui sistem ini, anggota dikenakan biaya penggunaan yang tetap tanpa melibatkan unsur riba maupun ketidakjelasan atau *gharar*. Model ini menjadi

solusi praktis bagi anggota dalam memenuhi kebutuhan operasional tanpa beban kepemilikan aset, namun tetap berpijak pada nilai keadilan dan keterbukaan syariat.

Dalam hal distribusi keuntungan, koperasi menggunakan sistem bagi hasil yang adil dan proporsional, sesuai dengan kesepakatan awal antara anggota dan pengelola. Keterbukaan informasi, pelaporan keuangan secara berkala, serta pelibatan anggota dalam pengambilan keputusan strategis mencerminkan implementasi prinsip transparansi (tabligh) dan keadilan (‘adl) dalam tata kelola. Dari sisi pelayanan, koperasi menekankan nilai amanah dan ihsan, yang tercermin dalam sikap profesionalisme petugas, kejujuran dalam menyampaikan informasi, serta kepedulian terhadap kebutuhan anggota, termasuk memberikan edukasi keuangan dan pembinaan usaha. Koperasi juga menghindari praktik yang bersifat eksploitatif dan lebih menekankan pada prinsip tolong-menolong dan pemberdayaan ekonomi umat.

Secara keseluruhan, penerapan prinsip-prinsip syariah di Koperasi Rohmatul Ummah tidak hanya bersifat simbolik, melainkan terinternalisasi dalam struktur, proses, dan budaya organisasi, sehingga menciptakan ekosistem koperasi yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada keberkahan dan kemaslahatan anggota.

Penerapan prinsip-prinsip syariah terbukti memiliki pengaruh substansial terhadap loyalitas konsumen pada Koperasi Konsumen Kopontren Rohmatul Ummah. Observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan anggota mengindikasikan bahwa internalisasi nilai-nilai fundamental seperti keadilan (‘adl), transparansi (tabligh), kejujuran, serta eliminasi praktik riba dan gharar tidak sekadar meningkatkan tingkat kepercayaan anggota, namun secara simultan turut mengukuhkan ikatan emosional dan spiritual mereka terhadap koperasi. Keyakinan yang terbangun atas dasar konsistensi praktik bisnis dengan prinsip-prinsip syariah menciptakan rasa nyaman dan validitas bagi anggota, meyakinkan mereka bahwa setiap transaksi yang dilakukan tidak hanya mendatangkan keuntungan finansial, tetapi juga keberkahan yang hakiki. Fenomena ini secara langsung mendorong kontinuitas penggunaan layanan koperasi, peningkatan partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan keanggotaan, serta amplifikasi rekomendasi positif kepada pihak lain dalam komunitas.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa implementasi prinsip syariah berfungsi sebagai pilar moral dan etis yang esensial dalam menopang dan menguatkan loyalitas konsumen secara berkelanjutan. Temuan empiris ini secara tegas menyoroti bahwa integrasi komprehensif nilai-nilai syariah ke dalam seluruh spektrum operasional koperasi, mulai dari kebijakan internal hingga interaksi pelayanan, tidak hanya berhasil memenuhi ekspektasi dan kebutuhan ekonomi anggota, tetapi juga secara efektif merespons kebutuhan spiritual dan sosial mereka, yang secara kolektif dan langsung berkontribusi pada peningkatan signifikan tingkat loyalitas. Oleh karena itu, penerapan prinsip syariah dapat dipandang sebagai sebuah strategi strategis yang amat efektif dan krusial untuk membangun dan memelihara loyalitas konsumen yang kokoh dalam dinamika pasar koperasi syariah.

Tingkat loyalitas anggota terhadap layanan yang diberikan oleh Koperasi Konsumen Kopontren Rohmatul Ummah dapat dikategorikan tinggi, sebagaimana terindikasi dari hasil kompilasi data melalui wawancara mendalam dan survei kualitatif yang telah dilaksanakan. Mayoritas anggota menunjukkan derajat keterikatan emosional serta komitmen yang substansial terhadap koperasi ini, yang mereka pandang sebagai sebuah wadah ekonomi yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang diyakini. Manifestasi dari loyalitas ini secara konkret terlihat pada konsistensi anggota dalam memanfaatkan beragam layanan yang disediakan oleh koperasi, meliputi aktivitas simpanan, fasilitas pinjaman, serta partisipasi aktif dalam berbagai program pemberdayaan ekonomi yang secara periodik diselenggarakan oleh koperasi. Lebih dari sekadar melakukan transaksi rutin, anggota-anggota tersebut juga secara sukarela dan antusias merekomendasikan Koperasi Rohmatul

Ummah kepada keluarga inti maupun komunitas yang lebih luas, menunjukkan adanya *word-of-mouth marketing* yang positif dan efektif.

Faktor pendorong utama di balik tingkat loyalitas yang tinggi ini di antaranya adalah fondasi kepercayaan yang solid, yang terbangun melalui implementasi pelayanan yang berlandaskan pada nilai kejujuran, transparansi, serta keselarasan dengan prinsip-prinsip Islam yang dipegang teguh oleh mayoritas anggota (Matabangsa, 2014). Koperasi secara konsisten berupaya untuk menjamin bahwa setiap interaksi dan transaksi dilakukan dengan integritas, sehingga menumbuhkan rasa aman dan keyakinan di benak anggota bahwa kepentingan mereka diutamakan dan segala aktivitas berjalan sesuai dengan koridor syariat. Selain itu, Koperasi Rohmatul Ummah memberikan atensi khusus pada kualitas interaksi personal dengan anggota, memastikan bahwa kebutuhan serta pertanyaan mereka direspons dengan sigap dan efektif. Pendekatan proaktif ini secara signifikan berkontribusi pada peningkatan rasa puas dan pembentukan keterikatan jangka panjang antara anggota dengan entitas koperasi.

Meskipun demikian, terdapat pula aspirasi yang diungkapkan oleh sejumlah responden terkait dengan harapan akan peningkatan berkelanjutan. Anggota mengemukakan ekspektasi agar koperasi senantiasa berinovasi dalam penyediaan layanan dan memperkuat strategi komunikasi. Harapan ini mengindikasikan bahwa, meskipun loyalitas saat ini sudah kuat, ada keinginan untuk melihat koperasi berkembang dan beradaptasi dengan dinamika kebutuhan modern, sehingga loyalitas yang telah terbangun dapat dipertahankan dan bahkan ditingkatkan lebih lanjut di masa mendatang.

Secara keseluruhan, tingkat loyalitas anggota Koperasi Konsumen Kopontren Rohmatul Ummah yang substansial ini secara kuat merefleksikan keberhasilan koperasi dalam membangun relasi yang erat dan berkelanjutan dengan para anggotanya. Pencapaian ini merupakan buah dari komitmen koperasi dalam mengaplikasikan prinsip-prinsip syariah secara konsisten dalam setiap aspek operasional dan pelayanan, yang pada gilirannya menciptakan nilai tambah spiritual dan fungsional bagi anggotanya. Keberhasilan ini juga menyoroti potensi besar dari model koperasi syariah dalam menciptakan ikatan komunitas yang kuat dan mencapai tujuan ekonomi sekaligus sosial.

Penerapan prinsip-prinsip syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Koperasi Rohmatul Ummah. Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi lapangan, penerapan nilai-nilai seperti keadilan (‘adl), transparansi (tabligh), kejujuran, serta penghindaran praktik riba dan gharar tidak hanya meningkatkan kepercayaan anggota, tetapi juga memperkuat ikatan emosional dan spiritual antara anggota dengan koperasi. Kepercayaan yang terbentuk akibat kesesuaian praktik bisnis dengan prinsip-prinsip syariah membuat anggota merasa nyaman dan yakin bahwa transaksi yang dilakukan tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga membawa keberkahan. Hal ini mendorong anggota untuk tetap setia menggunakan layanan koperasi, berpartisipasi aktif dalam kegiatan koperasi, dan merekomendasikan koperasi kepada orang lain. Dengan demikian, penerapan prinsip syariah berfungsi sebagai fondasi moral dan etis yang memperkuat loyalitas konsumen secara berkelanjutan. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai syariah dalam seluruh aspek operasional koperasi tidak hanya memenuhi kebutuhan ekonomi anggota, tetapi juga menjawab kebutuhan spiritual dan sosial mereka, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan loyalitas (Yuli Astuti, n.d.). Oleh karena itu, penerapan prinsip syariah dapat dipandang sebagai strategi efektif untuk membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen dalam konteks koperasi syariah.

KESIMPULAN

Penerapan prinsip-prinsip syariah pada operasional Koperasi Rohmatul Ummah telah dilakukan secara menyeluruh dan terintegrasi, mencakup aspek pembiayaan, pengelolaan dana, struktur organisasi, dan pelayanan anggota. Prinsip seperti keadilan, transparansi, dan

penghindaran praktik riba dan gharar dijalankan dengan konsisten, menciptakan tata kelola yang adil dan terpercaya. Tingkat loyalitas anggota terhadap koperasi ini tergolong tinggi, yang didorong oleh kepercayaan kuat terhadap penerapan nilai-nilai syariah dalam setiap layanan yang diberikan. Loyalitas anggota tidak hanya tercermin dari penggunaan layanan yang berkelanjutan, tetapi juga dari rekomendasi positif kepada masyarakat luas. Secara signifikan, penerapan prinsip syariah berkontribusi dalam memperkuat ikatan emosional dan spiritual anggota dengan koperasi, menjadikan koperasi tidak hanya sebagai lembaga ekonomi tetapi juga sebagai wadah pemenuhan kebutuhan spiritual dan sosial anggotanya. Oleh karena itu, integrasi prinsip-prinsip syariah dalam operasional koperasi merupakan strategi efektif untuk membangun dan mempertahankan loyalitas anggota secara berkelanjutan dalam konteks koperasi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Amalina Nur Arifah, Juwita Andriani, & Khairina Eka Setyaputri. (2023). Penerapan Syariah Governance dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Pengujian Model SEM. Jurnal Bisnis Mahasiswa, 3(3), 274–290. https://doi.org/10.60036/jbm.v3i3.141

Assyifa, Z., Winario, M., Hasda, M., Reza, S., Zakir, M., Amelia, N., & Pahlawan Tuanku Tambusai, U. (2025). Penerapan Qardul Hasan Di Koperasi Syariah Sman 1 Bangkinang Kota. In Multidisciplinary Journal of Religion and Social Sciences. MJRS.

Azmi. (2021). Analisis Penerapan Akad Ijarah Pada Produk Pembiayan Multiguna Tanpa Agunan (MTA) Di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep.

Ilyas, M., Tinggi, S., Islam, E., & Prabumulih, A.-F. (n.d.). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Bni Syariah Cabang Palembang.

Maruta Heru. (2020). Akad Mudharabah, Musyarakah, Dan Murabahah Serta Aplikasinya Dalam Masyarakat.

Matabangsa. (2014). Layout Januari 2014.

Maulida, R. F., & Sari, N. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Coorporate Governance Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah. JPS (Jurnal Perbankan Syariah), 3(1), 29–42. https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.510

Nurrachmi Intan, & Setiawan. (2024). Peran Koperasi Syariah Sebagai Pusat Kegiatan Muamalah Jamaah Masjid (Studi Kasus Koperasi Syariah Baitul Mu'min Komplek Pasir Jati, Desa Jati Endah Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung). MIZANI: Wacana Hukum, Ekonomi Dan Keagamaan.

Pratiwi Kusuma Mutiara. (2024). Implementasi Penetapan Margin Akad Murabahah Pada Produk Surya Tani Bagi Anggota Di Bmt Surya Abadi Riyanto Kantor Cabang Way Bungur.

Saputri, M. N., Akbar, W., & Widagdo, H. H. (2025). Penerapan Prinsip Syariah Dalam Operasional Koperasi Sekolah Di Mahad Al-Irsyad Lil Banat Yala Thailand. Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu), 14(01).

Syaepudin, D. (2024). Implementasi Akad Pembiayaan Mudharabah pada Koperasi Syariah KSPPS BMT AL FATH IKMI. 3(1), 1–10. https://doi.org/10.33050/mentari.v3i1

Yuli Astuti, O. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bmt Ugt Sidogiri Cabang Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi.

Yunilhamri, M. S., Islam, U., Sultan, N., Kasim, S., Wahyudi, R., Syahpawi, R., Albahi, R. M., & Riau, S. K. (2024). Paradigma Karakteristik Ekonomi Syariah.