

**PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM  
TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA DI KOPERASI  
KANINDO SYARI'AH CABANG DAU MALANG  
JAWA TIMUR INDONESIA**

**JURNAL ILMIAH**

**Disusun oleh :**

**Muqaffi Abdillah  
155020507111041**



**JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2020**

## LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

### **PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA DI KOPERASI KANINDO SYARI'AH CABANG DAU MALANG JAWA TIMUR INDONESIA**

Yang disusun oleh :

Nama : Muqaffi Abdillah  
NIM : 155020507111041  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 8 Juli 2020

Malang, 8 Juli 2020

Dosen Pembimbing,



**Atu Bagus Wiguna, SE.,ME**

NIP. 2016079101181001

# PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA DI KOPERASI KANINDO SYARI'AH CABANG DAU MALANG JAWA TIMUR INDONESIA

**Muqaffi Abdillah**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

Email: [muqaffiabdillah96@gmail.com](mailto:muqaffiabdillah96@gmail.com)

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap kepuasan anggota di Koperasi Kanindo Syari'ah cabang Dau Malang Jawa Timur Indonesia menggunakan variabel dari etika bisnis islam yaitu keadilan, kebebasan, tanggung jawab dan ihsan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 90 responden dimana seluruhnya merupakan anggota pembiayaan di Koperasi Kanindo Syari'ah cabang Dau Malang Jawa Timur Indonesia. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuisioner. Penelitian ini menggunakan metode analisis SEM-PLS (Structural Equation Model-Partial Least Square) dengan program SmartPLS versi 3.2.7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keadilan dan kebebasan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota, sedangkan tanggung jawab, ihsan, dan transparansi berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota.*

*Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Kepuasan Anggota, Koperasi Kanindo Syari'ah*

---

## A. PENDAHULUAN

Agama Islam adalah agama yang mengatur kehidupan manusia baik dalam hal duniawi maupun *ukhrawi*, dan dalam hal duniawi, Islam mengatur banyak hal, diantaranya adalah Islam menuntut manusia untuk bekerja demi kelangsungan hidupnya, hal ini ditekankan pada ayat al-Qur'an dan hadits nabi, diantaranya adalah:

Dalil Hadits tentang bekerja:

ما أكل أحد طعاما قط خيرا من أن يأكل من عمل يده، وإن نبي الله داود -صلى الله عليه وسلم- كان يأكل من عمل يده

“Tidaklah seseorang memakan makanan yang lebih baik dari memakan hasil jerih payahnya sendiri, dan sesungguhnya Nabi Daud makan dari hasil jerih payahnya sendiri”. (Hadits Riwayat Bukhari no. 1966 dari Al Miqdam bin Ma'diyakrib Radhiyallahu 'anhu).

Dalil Al-Qur'an tentang bekerja:

“Bekerjalah kamu, maka Allah dan RasulNya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan” (QS At-Tawbah /9: 105).

Dari dalil-dalil di atas dapat disimpulkan bahwa bekerja merupakan salah satu anjuran dalam agama Islam, dan bekerja juga bisa menjadi ibadah apabila yang dilakukan merupakan pekerjaan yang baik dan halal.

Dalam ekonomi Islam, kinerja dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah etika kerja Islam, hal ini memang berbeda dengan yang berlaku di ekonomi konvensional, dimana di setiap urusan bisnis tidak akan ada etika sebagai kerangka acuan, sehingga pandangan mereka terhadap kegiatan bisnis itu adalah amoral (Ismanto, 2009), mereka menganggap bisnis itu tidak ada hubungannya dengan etika (Keraf, 1998). Kemajuan dalam bidang bisnis membuat manusia mulai sadar bahwa kemajuan tersebut menyebabkan manusia semakin jauh dari nilai-nilai kemanusiaan, maka pada saat itulah dibutuhkan etika dalam bekerja. Perusahaan yang mempunyai kriteria bisnis yang baik

bukanlah satu-satunya perusahaan yang unggul dalam persaingan bisnis yang ketat, tetapi juga perusahaan yang memiliki etika bisnis yang baik (Panuju, 1995).

Etika bisnis Islam sangat dibutuhkan agar suatu perusahaan selamat di dunia dan akhirat, yang mana diharapkan dengan adanya etika bisnis Islam ini tidak akan terjadi pelanggaran seperti beberapa koperasi syari'ah yang sudah dinyatakan collapse beberapa tahun lalu. Diantaranya adalah kasus BMT-PSU dan kasus Koperasi Pandawa.

Persaingan yang ketat di dunia bisnis dewasa ini menuntut lembaga keuangan syari'ah agar lebih berinovasi tetapi tidak lupa tetap berpegang teguh pada ajaran Islam. Dan salah satu inovasi yang membedakan lembaga keuangan syari'ah dengan lembaga keuangan lainnya adalah dari segi pelayanan, kepuasan nasabah tercipta karena kualitas pelayanan yang baik (Prastiwi, 2017). Pelayanan yang baik dan sesuai dengan ajaran agama Islam adalah salah satu budaya yang diterapkan di Koperasi Agro Niaga Indonesia (KANINDO) Syari'ah Jawa Timur.

Koperasi Kanindo Syari'ah merupakan salah satu pelopor koperasi syari'ah yang ada di Jawa Timur, koperasi Kanindo Syari'ah sudah berdiri sejak tahun 1998, dan sampai sekarang koperasi Kanindo sendiri sudah memiliki 13 cabang di Kota Malang, yaitu di daerah Pujon, Wonosari, Wajak, Dau, Wagir, Kepanjen, Singosari, Batu, Slorok, Merjosari, Turen, Pakisaji, dan Ngantang (Cahyono, 2018).

Berikut adalah jumlah anggota pembiayaan di Koperasi Kanindo Syari'ah Jawa Timur Indonesia pada tahun 2016-2018:

**Tabel 1. Jumlah Anggota Pembiayaan Kanindo Syari'ah Dau Tahun 2016-2018**

No	Tahun	Cabang	Anggota Pembiayaan					Total
			MRB	MDA	IMJ	MSY	QARD	
1	2016	Dau	271	13	-	3	-	287
2	2017	Dau	245	14	-	3	-	262
3	2018	Dau	280	16	-	3	-	299

Sumber: Koperasi Agro Niaga Indonesia (KANINDO) Syari'ah Jawa Timur, 2019

Keterangan:

MRB : Murabahah

MDA : Mudharabah

IMJ : Ijarah Multi Jasa

MSY : Musyarakah

QARD : Qardhul Hasan

Terdapat siklus naik turun pada jumlah anggota, penurunan dapat kita lihat pada tahun 2016-2017. Kemudian terjadi peningkatan pada tahun 2017-2018. Dari hal ini peneliti ingin meneliti apakah penerapan etika bisnis Islam di Koperasi Kanindo Syari'ah benar-benar mempengaruhi kepuasan anggota atau tidak, sehingga jumlah anggota pembiayaan di Koperasi Kanindo Syari'ah mengalami siklus naik turun.

Menurut Beekun, etika Islam memiliki beberapa prinsip dasar, antara lain yaitu keadilan, kebebasan, tanggung jawab, ihsan (Harahap, 2011), dan menurut Ika Yunia (2013) salah satu prinsip kepercayaan dalam hubungan bisnis Islami adalah menciptakan transparansi. Dengan penerapan beberapa etika bisnis Islam tersebut diharapkan akan meningkatkan kepuasan anggota dan akan meningkatkan kinerja dan nilai koperasi Kanindo Syari'ah dalam persaingan bisnis saat ini.

Penelitian mengenai pengaruh etika bisnis islam terhadap kepuasan sudah ada beberapa penelitian sebelumnya, beberapa menunjukkan bahwa variabel-variabel etika bisnis islam sepenuhnya berpengaruh terhadap kepuasan anggota dan beberapa penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa variabel etika bisnis islam yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Oleh karena itu, Penelitian ini dilakukan untuk meneliti apakah benar terdapat pengaruh dari penerapan etika bisnis islam terhadap kepuasan anggota di Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau Malang Jawa Timur Indonesia. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau Malang Jawa Timur Indonesia".

## B. KAJIAN PUSTAKA

### Etika Bisnis Islam

Etika bisnis merupakan etika terapan. Etika bisnis merupakan aplikasi dari pemahaman kita tentang mana yang baik dan benar untuk beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas dan usaha yang kita sebut bisnis. (Darmawati, 2013). Etika bisnis memberikan pedoman bagaimana seharusnya seseorang bertindak dalam struktur bisnis tertentu, serta bagaimana bisnis itu dapat memajukan moralitas dan menghindari tindakan amoral (Simorangkir, 1986).

Etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan hadits yang menjadi acuan bagi siapapun dalam aktivitas bisnis (Badroen dan Suhendra, 2005). Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunnah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (holistik). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari (Djakfar, 2008).

Bisnis yang berlandaskan pada etika adalah bisnis yang sehat. Oleh karena itu, seharusnya para pelaku bisnis memiliki kerangka etika bisnis sehingga dapat mengantarkan pada aktivitas bisnis yang berkah. (Muhammad, 2004) Dengan diterapkannya etika, kepercayaan para pelanggan pada perusahaan akan semakin meningkat. Komitmen dan loyalitas akan tercipta dari kepercayaan ini. Perusahaan yang berlaku adil dan menghargai pekerja akan berdampak baik pada tingkat kesetiaan para pekerja dalam melayani perusahaan tersebut. Intinya, penerapan etika pada suatu perusahaan akan memiliki keunggulan kompetitif dibanding perusahaan yang tidak menerapkan etika (Nawatmi, 2010).

Menurut Beekun, etika Islam memiliki beberapa prinsip dasar, antara lain yaitu keadilan, kebebasan, tanggung jawab, ihsan (Harahap, 2011), dan menurut Ika Yunia (2013) salah satu prinsip kepercayaan dalam hubungan bisnis Islami adalah menciptakan transparansi. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing prinsip:

#### 1. Keadilan

Secara garis besar keadilan dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana terdapat kesamaan perlakuan dimata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak, hak menikmati pembangunan dan tidak adanya pihak yang dirugikan serta adanya keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan (Zubair, 2012).

Prinsip keadilan menuntut atas perlakuan yang sama kepada setiap orang sesuai dengan aturan yang adil dan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan berarti tidak ada pihak yang dirugikan dalam hak dan kepentingannya. Salah satu teori Aristoteles mengenai keadilan adalah (Emawan, 2007) :

- a) Keadilan legal. Ini menyangkut hubungan antar individu atau kelompok masyarakat dengan negaranya.
- b) Keadilan komunikatif. Keadilan ini mengatur hubungan yang adil antara orang yang satu dengan yang lain.
- c) Keadilan distributif. Yaitu distribusi ekonomi yang merata kepada semua warga negara.

#### 2. Kebebasan (*Free will*)

Kehendak bebas adalah prinsip yang mengantar manusia meyakini bahwa Allah tidak hanya memiliki kebebasan mutlak. Manusia yang baik dalam prespektif ekonomi Islam adalah yang menggunakan kebebasan dalam kerangka tauhid dan keseimbangan. Manusia dipersilahkan sesuka hatinya tanpa paksaan, Tuhan memberikan koridor yang boleh dan yang tidak boleh.

Aturan itu dimaksudkan untuk kemaslahatan manusia. Allah menurunkan Rasul-Nya untuk memberikan peringatan dan kabar gembira. Pelanggaran terhadap aturan Allah akan dimintai pertanggungjawaban (Harahap, 2011).

Dalam Islam manusia diberikan keleluasan untuk menggunakan segala potensi sumber daya yang dimiliki. Begitu juga kemerdekaan manusia, Islam sangat memberikan kelonggaran dalam kebebasan berkreasi, melakukan transaksi dan melakukan investasi (Muslich, 2004). Disini ada beberapa bentuk kebebasan, yaitu :

- a) Kebebasan jasmani, yaitu kebebasan untuk menggerakkan anggota tubuhnya.
- b) Kebebasan kehendak, yaitu kebebasan untuk menginginkan sesuatu yang diukur dengan jangkauan berfikir seseorang.
- c) Kebebasan moral, yaitu tidak adanya ancaman, tekanan, atau desakan.

### 3. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Karena kebebasan yang diberikan kepada manusia, manusia harus memberikan pertanggungjawabannya nanti di hadapan Allah atas segala keputusan dan tindakan yang dilakukannya (Harahap, 2011). Bertanggung jawab adalah suatu tindakan yang sangat menjunjung tinggi etika dan moral. Adapun bentuk tanggung jawab itu sebagai berikut (Ahmoedin, 1996) :

- a) Tanggung jawab kepada diri sendiri (hati nurani).
- b) Tanggung jawab kepada pemberi amanah.
- c) Tanggung jawab kepada orang yang terlihat.
- d) Tanggung jawab kepada pelanggan dan masyarakat.

### 4. Ihsan (*Benevolence/Keberanan*)

Semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik di dunia maupun di akhirat, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan. Islam tidak membenarkan setiap tindakan yang dapat menimbulkan kerusakan terhadap diri, masyarakat, bahkan makhluk lain seperti binatang, tumbuhan, dan alam (Harahap, 2011). Keberanan disini juga termasuk kebajikan dan kejujuran. Maksud dari keberanan adalah niat, sikap, dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan (Nawatmi, 2010).

### 5. Transparansi

Prinsip ini berarti dalam proses pengambilan keputusan dan penyampaian informasi para pengelola diwajibkan untuk menerapkan prinsip keterbukaan. Keterbukaan dalam menyampaikan informasi juga berarti bahwa informasi yang disampaikan kepada semua pemangku kepentingan yang mana dalam hal ini yaitu masyarakat luas, harus lengkap, benar, dan tepat waktu (Hanifah, 2015).

Islam sangat menganjurkan segala upaya untuk menciptakan budaya bisnis yang transparan. Ajaran Islam dalam bisnis selalu mengetengahkan keterbukaan yang bermuara pada keadilan, keterbukaan untuk menghindari kerugian di salah satu pihak dan keterbukaan untuk menciptakan budaya bisnis yang berkualitas.

## **Teori Kepuasan**

Menurut Kotler dan Keller (2009), Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Dalam hal ini kepuasan anggota merupakan salah satu investasi jangka panjang bagi keberlangsungan suatu perusahaan kedepannya.

Agar selalu terjalin hubungan kenasabahan yang baik dan memuaskan, diperlukan pemantauan kepuasan pelanggan/nasabah. Terdapat beberapa metode yang

cukup efektif untuk memantau kepuasan nasabah. Menurut Sumarmi (2002), terdapat 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan/nasabah, yaitu:

- a) Sistem keluhan dan saran.
- b) Pembelanjaan hantu (*Ghost Shopper*).
- c) Nasabah yang sudah tidak membeli lagi (*Lost customer analysis*),
- d) Survey kepuasan pelanggan.

Menurut Ratnasari dan Mastuti (2011), Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota:

- a) Kualitas produk.
- b) Kualitas pelayanan.
- c) Emosional.
- d) Harga.
- e) Biaya.

### **Teori Pelayanan**

Kepuasan dapat menjadi fondasi dasar untuk menanamkan sesuatu dalam memori pelanggan, tetapi dewasa ini para peneliti mulai menunjukkan pentingnya menggembirakan pelanggan untuk lebih menambah tingkat kepuasan mereka (Hicks, 2005). Penelitian dalam area kepuasan pelanggan telah lama berfokus pada hubungannya dengan kualitas layanan (*service quality*). Melalui berbagai studi tentang hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan, hasilnya menunjukkan adanya indikasi mengenai tingkat yang lebih tinggi (*higher levels*) dari kepuasan yang dikenal sebagai kegembiraan pelanggan atau *customer delight*. (Hicks et.al, 2005 ; Oliver, 1997).

*Customer delight* dapat didefinisikan sebagai reaksi pelanggan ketika mereka menerima suatu layanan (*service*) atau produk, yang mana tidak hanya timbul kepuasan, tapi dapat juga memberikan suatu nilai yang tidak diperkirakan (*unexpected value*) atau tambahan kepuasan yang tidak disangka-sangka (*unexpected satisfaction*).

Menurut Hasibuan (2007), pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lain. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Kualitas pelayanan biasanya dicatat sebagai prasarat dan faktor kompetitif yang penting untuk menciptakan dan menjaga kepuasan hubungan dengan para pelanggan. Penelitian terdahulu menyarankan bahwa kualitas pelayanan merupakan indikator yang penting dari kepuasan pelanggan (Spreng and Mackoy, 1996).

Berdasar pada Parasuraman (1985), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai perbandingan oleh pelanggan antara ekspektasi akan sebuah layanan dan performa layanan yang diterima/ dirasakan. Parasuraman (1985) mengidentifikasi variabel kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. *Reliability*, yang berarti perusahaan memberikan layanan dengan benar pada saat pertama kali terjadi transaksi dan perusahaan menghormati janji-janjinya.
2. *Responsiveness*, berkonsentrasi pada kesiapan atau kesiapan pegawai untuk melakukan layanan, termasuk di dalamnya perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, pernyataan, keluhan serta kesulitan pelanggan.
3. *Competence*, yang berarti bahwa skill dan pengetahuan sangat penting untuk menghasilkan layanan.
4. *Access*, termasuk di dalamnya mudah terjangkau dan mudah dikontak.
5. *Courtesy*, termasuk di dalamnya sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan dari kontak person.
6. *Communication*, yang berarti selalu memberi informasi pada pelanggan dengan bahasa yang mudah dimengerti pelanggan
7. *Credibility*, termasuk di dalamnya kepercayaan, keyakinan dan kejujuran.
8. *Security*, adalah kebebasan yang dibutuhkan oleh pelanggan.
9. *Understanding*, Mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.
10. *Tangibles*, Termasuk di dalamnya fasilitas fisik dalam pelayanan.

Sedangkan dalam agama Islam, kualitas pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

1. *Shiddiq*, yaitu benar dan jujur.
2. Kreatif, berani, dan percaya diri. Ketiga hal itu mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang bisnis yang baru, prospektif, dan berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip kekinian.
3. *Amanah* dan *fathanah*, yaitu bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki manajemen bervisi, manajer dan pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa, secara berkelanjutan.
4. *Tablig*, yaitu mampu berkomunikasi dengan baik.
5. *Istiqomah*, yaitu secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai di atas walau mendapatkan godaan dan tantangan.

### **Pengaruh Prinsip Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Anggota**

Paparan prinsip etika bisnis Islam yang terdiri dari keadilan, kebebasan, tanggung jawab, ihsan dan transparansi akan menunjukkan adanya sebuah strategi yang ideal dalam menjalankan sebuah usaha di Indonesia, dengan menerapkan etika bisnis Islam sebagai landasan operasional bisnis, maka diharapkan mempengaruhi kepuasan anggota yang nantinya akan berdampak pada suksesnya Koperasi Kanindo Syari'ah kedepannya dalam hal duniawi maupun *ukhrawi*. Berikut adalah penjelasan dari pengaruh kelima prinsip tersebut terhadap kepuasan anggota:

- a) Pengaruh prinsip Keadilan terhadap kepuasan anggota

Keadilan merupakan salah satu prinsip utama yang merupakan akhlak mulia dalam menerapkan syari'at Islam termasuk dalam bisnis koperasi syari'ah. Adil adalah meletakkan segala urusan pada tempat yang sebenarnya tanpa ada aniaya serta tanpa ada yang ditakuti kecuali terhadap Allah SWT (Darma, 2015).

Keadilan distributif adalah keadilan yang diterima seseorang sebagai hasil dari keputusan alokasi. Anggota koperasi syari'ah akan terkait langsung dengan model keadilan distributif karena diterapkannya sistem bagi hasil. Bagi hasil dari koperasi syari'ah kepada anggota yang memenuhi harapan anggota menimbulkan kepuasan pada anggota.

- b) Pengaruh prinsip Kebebasan terhadap kepuasan anggota

Manusia sebagai individu mempunyai kebebasan penuh untuk menjalankan bisnis, sesuai dengan kaidah asal mu'amalah yakni "Semua hal boleh dilakukan kecuali hal yang dilarang oleh agama". Menurut Latifah (2019) menyebutkan bahwa penerapan etika bisnis seperti Keadilan ('adl), Kehendak bebas (freewill), Tanggung jawab (Responsibility), dan Kebenaran mampu mempertahankan pelanggan (*customer retention*). Begitu juga menurut Parasuraman (1985) dalam kualitas pelayanan yang baik, ada satu point yang membuktikan bahwa kebebasan termasuk dalam kualitas pelayanan yang baik, yaitu *security*, bahwa setiap pelanggan menginginkan kebebasan, dan dengan memberikan kebebasan kepada pelanggan adalah salah satu bentuk pelayanan yang baik. Dan kualitas pelayanan yang baik itu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Ratnasari dan Mastuti, 2011).

- c) Pengaruh prinsip Tanggung jawab terhadap kepuasan anggota

Karakteristik tanggung jawab dalam sebuah usaha pekerjaan sebagaimana disebutkan dalam Buchari Alma (2002), yaitu hasil pekerjaan berupa barang ataupun jasa perlu dijaga mutu dan kualitasnya, sehingga tidak akan mengecewakan konsumen dan akan menciptakan hubungan bisnis yang baik. Menurut Parasuraman (1985) dalam kualitas pelayanan yang baik, ada beberapa point yang membuktikan bahwa tanggung jawab termasuk kualitas pelayanan yang baik, yaitu memberikan layanan dengan benar, dan menghormati janji-janji, yang merupakan salah satu tindakan tanggung jawab, merupakan salah satu bentuk layanan yang baik. Dan kualitas pelayanan yang baik itu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Ratnasari dan Mastuti, 2011). Begitu juga dalam Hafidhuddin (2003), *Amanah* dan *fathanah*, merupakan kata yang sering



diterjemahkan dalam nilai bisnis dalam manajemen dan bertanggung jawab, merupakan salah satu bentuk layanan yang baik dalam islam.

d) Pengaruh prinsip Ihsan terhadap kepuasan anggota

Menurut Nawatmi (2010) Ihsan (Kebenaran) disini juga meliputi kebajikan dan kejujuran. Maksud dari kebenaran adalah niat, sikap, dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan. Menurut Parasuraman (1985) dalam kualitas pelayanan yang baik, ada satu point yang membuktikan bahwa Ihsan (kebajikan) termasuk kualitas pelayanan yang baik, yaitu *Courtesy*, termasuk di dalamnya sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan adalah salah satu bentuk layanan yang baik. Dan kualitas pelayanan yang baik itu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Ratnasari dan Mastuti, 2011). Begitu juga dalam Latifah (2019) menyebutkan bahwa penerapan etika bisnis seperti Keadilan ('adl), Kehendak bebas (freewill), Tanggung jawab (Responsibility), dan Kebenaran mampu mempertahankan pelanggan (*customer retention*).

e) Pengaruh prinsip Transparansi terhadap kepuasan anggota

Prinsip ini berarti para pengelola diwajibkan untuk menerapkan prinsip keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan penyampaian informasi. Keterbukaan dalam menyampaikan informasi juga berarti bahwa informasi yang tersampaikan kepada semua pemangku kepentingan yang mana dalam hal ini yaitu masyarakat luas, harus lengkap, benar, dan tepat waktu (Hanifah, 2015). Menurut Parasuraman (1985) dalam kualitas pelayanan yang baik, ada dua point yang membuktikan bahwa transparansi termasuk kualitas pelayanan yang baik, yaitu *Access*, termasuk di dalamnya mudah terjangkau dan mudah dikontak, kemudian *Communication*, yang berarti selalu memberi informasi pada pelanggan dengan bahasa yang mudah dimengerti pelanggan. Dan kualitas pelayanan yang baik itu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Ratnasari dan Mastuti, 2011).

## C. METODE PENELITIAN

### Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dimana fokusnya dalam menghubungkan variabel-variabel. Dimana dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari prinsip-prinsip etika bisnis islam, yakni keadilan, kebebasan, tanggung jawab, ihsan dan transparansi terhadap kepuasan anggota di Koperasi Kanindo Syari'ah cabang Dau Malang Jawa Timur Indonesia.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota pembiayaan dari Koperasi Kanindo Syari'ah Jawa Timur Indonesia Cabang Dau. Adapun metode penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode sampel Roscoe (1975) dalam Uma Sekaran (2006) yakni dalam penelitian multivariate, ukuran sampel sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian, yang mana dalam penelitian ini terdapat 6 variabel, yang mana berarti jumlah sampel minimal adalah 60 sampel, maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 90 sampel.

### Metode Pengumpulan Data

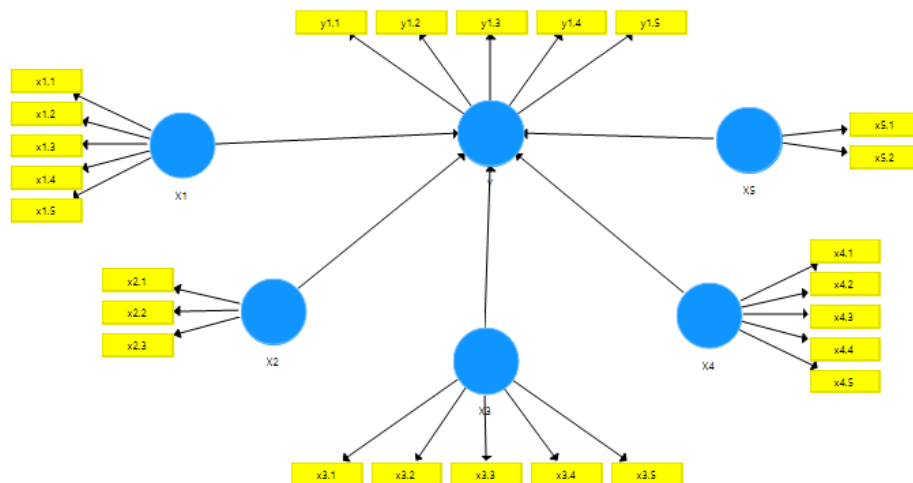
Data primer pada penelitian ini didapatkan melalui kuisisioner yang disebarkan kepada anggota pembiayaan di Koperasi Agro Niaga Indonesia Syari'ah di Kota Malang. Pertanyaan dalam kuisisioner diukur dengan menggunakan teknik skala likert, Jawaban dari responden yang bersifat kualitatif dikuantitatifkan, dimana jawaban atau pernyataan diberi skor menggunakan lima poin skala likert, yaitu:

- 1) 1 = Sangat tidak setuju (STS)

- 2) 2 = Tidak setuju (TS)
- 3) 3 = Netral (N)
- 4) 4 = Setuju (S)
- 5) 5 = Sangat setuju (SS)

**Metode Analisis Data**

Metode Analisis data yang digunakan adalah metode *Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS)*, dengan model analisis persamaan sebagai berikut:



**Tabel 2. Keterangan Model Analisis Persamaan:**

Simbol	Keterangan
<b>Y</b>	<b>Variabel Endogen (Kepuasan Anggota)</b>
Y1.1-Y1.5	Y1.1 = Saya puas dengan pelayanan terhadap anggota yang tidak membeda-bedakan penampilan, pekerjaan, agama, ras dan golongan Y1.2 = Saya puas karena diperbolehkan memilih jenis pembiayaan sesuai kebutuhan dan menyampaikan kritik dan saran Y1.3 = Saya puas dengan pelayanan yang penuh dengan tanggung jawab Y1.4 = Saya puas dengan pelayanan yang sabar dan ramah Y1.5 = Saya puas dengan informasi yang diberikan secara lengkap
<b>X1</b>	<b>Variabel Eksogen (Keadilan)</b>
X1.1-X1.5	X1.1 = Pihak Kanindo memperlakukan anggota dengan cara yang sama tanpa membedakan penampilan, pekerjaan, agama, ras dan golongan anggota X1.2 = Jumlah/Angsuran bagi hasil pembiayaan sesuai dengan kesepakatan X1.3 = Pihak Kanindo melayani anggota sesuai dengan antrian X1.4 = Proses pengajuan pembiayaan tidak memberatkan anggota X1.5 = Pihak Kanindo memberikan perhatian yang baik kepada anggota
<b>X2</b>	<b>Variabel Eksogen (Kebebasan)</b>
X2.1-X2.3	X2.1 = Anggota bebas memilih jangka waktu pembiayaan (lama angsuran) sesuai kemampuan X2.2 = Besar angsuran pembiayaan sesuai dengan kemampuan anggota X2.3 = Anggota bisa memilih cara pembayaran (ke kantor atau transfer via bank)
<b>X3</b>	<b>Variabel Eksogen (Tanggung Jawab)</b>
X3.1-X3.5	X3.1 = Setiap keluhan anggota ditanggapi dengan baik X3.2 = Pihak Kanindo menangani transaksi secara cepat dan tepat X3.3 = Pihak Kanindo memberikan kemudahan kepada anggota dalam melakukan transaksi X3.4 = Pihak Kanindo memberikan rasa aman kepada anggota dalam melakukan transaksi X3.5 = Pihak Kanindo memiliki sistem yang memudahkan anggota dalam transaksi pembiayaannya
<b>X4</b>	<b>Variabel Eksogen (Ihsan)</b>
X4.1-X4.5	X4.1 = Karyawan Kanindo ramah dalam melayani anggota X4.2 = Pihak Kanindo memberikan kelonggaran waktu kepada anggota untuk membayar angsuran pembiayaan

<b>Simbol</b>	<b>Keterangan</b>
	X4.3 = Karyawan Kanindo melayani anggota dengan professional X4.4 = Karyawan Kanindo melayani anggota dengan penuh rasa kekeluargaan X4.5 = Saya menjadi anggota Kanindo karena saya yakin Kanindo telah melaksanakan prinsip syari'ah
<b>X5</b>	<b>Variabel Eksogen (Transparansi)</b>
X5.1-X5.2	X5.1 = Pihak Kanindo menyampaikan jumlah bagi hasil pembiayaan yang harus dibayar X5.2 = Pihak Kanindo menyediakan sistem pelayanan dan nomor telepon kantor yang mudah dihubungi

## **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Outer Model**

#### **Validitas Data**

**Validitas Konvergen** merupakan pengukuran-pengukuran dari suatu konstruk yang seharusnya berkorelasi tinggi untuk melihat apakah indikator dinyatakan valid untuk digunakan. Nilai yang dapat dianalisis dalam validitas konvergen ini adalah:

#### **Tabel 3. Hasil Outer Loading:**

Indikator	X1	X2	X3	X4	X5	Y	KET
x1.1	0.758						Valid
x1.2	0.832						Valid
x1.3	0.760						Valid
x1.4	0.760						Valid
x1.5	0.739						Valid
x2.1		0.860					Valid
x2.2		0.829					Valid
x2.3		0.807					Valid
x3.1			0.762				Valid
x3.2			0.843				Valid
x3.3			0.892				Valid
x3.4			0.782				Valid
x3.5			0.790				Valid
x4.1				0.787			Valid
x4.2				0.803			Valid
x4.3				0.723			Valid
x4.4				0.856			Valid
x4.5				0.755			Valid
x5.1					0.874		Valid
x5.2					0.900		Valid
y1.1						0.830	Valid
y1.2						0.812	Valid
y1.3						0.853	Valid
y1.4						0.762	Valid
y1.5						0.759	Valid

Berdasarkan hasil outer loading diatas maka seluruh indikator yang digunakan dinyatakan valid untuk digunakan karena memiliki nilai outer loading > 0,7.

**Validitas Diskriminan** digunakan untuk mengetahui korelasi antara indikator dengan variabel latennya, Korelasi antara indikator dengan variabel laten lainnya dapat diketahui melalui nilai cross loading > 0,7 dalam suatu variabel.

**Tabel 4. Hasil Cross Loading Variabel Manifest Terhadap Variabel Laten**

Indikator	X1	X2	X3	X4	X5	Y
x1.1	0.758	0.439	0.498	0.491	0.406	0.337
x1.2	0.832	0.632	0.588	0.643	0.381	0.434
x1.3	0.760	0.460	0.558	0.500	0.358	0.406
x1.4	0.760	0.511	0.600	0.548	0.436	0.491
x1.5	0.739	0.573	0.503	0.552	0.294	0.317
x2.1	0.513	0.860	0.624	0.655	0.588	0.557
x2.2	0.663	0.829	0.594	0.691	0.405	0.443
x2.3	0.550	0.807	0.535	0.603	0.500	0.452
x3.1	0.468	0.432	0.762	0.567	0.534	0.598
x3.2	0.614	0.593	0.843	0.674	0.418	0.593
x3.3	0.671	0.626	0.892	0.709	0.574	0.718
x3.4	0.572	0.562	0.782	0.654	0.621	0.611
x3.5	0.615	0.648	0.790	0.699	0.553	0.631

Indikator	X1	X2	X3	X4	X5	Y
x4.1	0.572	0.570	0.646	0.787	0.365	0.524
x4.2	0.520	0.627	0.641	0.803	0.552	0.664
x4.3	0.504	0.593	0.583	0.723	0.660	0.581
x4.4	0.665	0.683	0.688	0.856	0.498	0.539
x4.5	0.566	0.582	0.630	0.755	0.443	0.566
x5.1	0.437	0.490	0.563	0.582	0.874	0.589
x5.2	0.443	0.578	0.613	0.569	0.900	0.657
y1.1	0.423	0.445	0.638	0.666	0.655	0.830
y1.2	0.411	0.573	0.617	0.635	0.622	0.812
y1.3	0.525	0.531	0.723	0.675	0.538	0.853
y1.4	0.294	0.364	0.540	0.418	0.515	0.762
y1.5	0.474	0.428	0.587	0.536	0.486	0.759

Berdasarkan hasil Cross Loading diatas maka seluruh indikator yang digunakan memiliki korelasi yang tinggi terhadap masing-masing variabel yang digunakan, Nilai Cross Loading  $> 0,7$  dalam satu variabel.

### Reliabilitas Data

Reliabilitas dilakukan untuk melihat kecenderungan jawaban responden terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, untuk mengukur reliabilitas dapat dilakukan melalui dua metode, yaitu:

**Tabel 5. Nilai Composite Reliability**

Variabel	Composite Reliability
Keadilan (X1)	0.877
Kebebasan (X2)	0.871
Tanggung Jawab (X3)	0.908
Ikhsan (X4)	0.890
Transparansi (X5)	0.880
Kepuasan Anggota (Y)	0.901

Hasil dari Composite Reliability menunjukkan seluruh Variabel memiliki pengukuran konsistensi dalam kuisisioner internal berada diatas konsisten, Nilai Composite Reliability  $> 0,6$ .

**Tabel 6. Nilai Cronbach's Alpha**

Variabel	Cronbach's Alpha
Keadilan (X1)	0.825
Kebebasan (X2)	0.780
Tanggung Jawab (X3)	0.873
Ikhsan (X4)	0.845
Transparansi (X5)	0.729
Kepuasan Anggota (Y)	0.863

Hasil dari Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki reliabilitas ideal yaitu Cronbach's Alpha  $> 0,7$ .

### Analisis Inner Model

*Goodness of Fit inner model* diukur menggunakan R-square variabel laten dependen dan menggunakan *Q-square predictive relevance* untuk model struktural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai Q-square harus > 0 dimana menunjukkan model memiliki *predictive relevance* yang baik (Ghozali, 2011).

### Uji R-Square

Uji kelayakan model dengan menggunakan R-square. Nilai R-square dalam model ini sebesar 0,695. Hal ini menunjukkan bahwa variabilitas variabel endogen (Y) dapat dijelaskan oleh variabilitas eksogen (X) sebesar 69,5% sedangkan sisanya sebesar 30,5% dijelaskan oleh faktor di luar model yang digunakan.

### Q-Square Predictive Relevance

Dari perolehan R-square di atas kemudian dimasukkan ke dalam persamaan Q-square berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - (1 - (R_{\text{square}})^2))$$

$$Q^2 = 1 - (1 - (1 - (0,695)^2)) = 0,483$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan nilai Q-square dapat dilihat bahwa nilai Q-square sebesar 0,483 > 0. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keadilan, kebebasan, tanggung jawab, ikhsan, dan transparansi memiliki tingkat prediksi yang baik terhadap kepuasan anggota.

### Pengujian Hipotesis

Pada tahap ini terdiri dari dua macam uji hipotesis untuk outer model dan inner model.

#### a. Pengujian Hipotesis Outer Model

Hasil dari koefisien jalur dan nilai t-statistik yang diperoleh dari bootstrapping dengan jumlah sampel 90 dan pengulangan sebanyak 500 kali.

**Tabel 7. Nilai Signifikansi Indikator Variabel**

Variabel	Sampel Asli	Rata-rata sampel	Standard Deviasi	T Statistik	P Value
X1.1 <- X 1	0.758	0.757	0.054	13.949	0.000
X1.2 <- X 1	0.832	0.832	0.037	22.683	0.000
X1.3 <- X 1	0.760	0.758	0.070	10.806	0.000
X1.4 <- X 1	0.740	0.744	0.052	14.201	0.000
X1.5 <- X 1	0.739	0.738	0.063	11.677	0.000
X2.3 <- X 2	0.860	0.863	0.033	25.763	0.000
X2.4 <- X 2	0.829	0.832	0.041	20.449	0.000
X2.5 <- X 2	0.807	0.798	0.051	15.672	0.000
X3.1 <- X 3	0.762	0.762	0.054	14.055	0.000
X3.2 <- X 3	0.843	0.838	0.036	23.175	0.000
X3.3 <- X 3	0.892	0.894	0.019	46.333	0.000
X3.4 <- X 3	0.782	0.785	0.044	17.919	0.000
X3.5 <- X 3	0.790	0.791	0.046	17.310	0.000
X4.1 <- X 4	0.787	0.779	0.057	13.761	0.000
X4.2 <- X 4	0.803	0.804	0.060	13.440	0.000
X4.3 <- X 4	0.723	0.738	0.091	7.930	0.000
X4.4 <- X 4	0.856	0.855	0.028	30.454	0.000
X4.5 <- X 4	0.755	0.748	0.048	15.822	0.000
X5.3 <- X 5	0.874	0.874	0.026	33.722	0.000

X5.4 <- X 5	0.900	0.901	0.020	44.954	0.000
Y1.1 <- X 6	0.830	0.830	0.034	24.096	0.000
Y1.2 <- X 6	0.812	0.814	0.039	21.067	0.000
Y1.3 <- X 6	0.853	0.857	0.032	26.418	0.000
Y1.4 <- X 6	0.762	0.763	0.048	15.969	0.000
Y1.5 <- X 6	0.759	0.766	0.073	10.340	0.000

Hasil dari nilai Signifikansi Indikator Variabel menunjukkan bahwa nilai P-Value seluruh indikator yang digunakan adalah P-value (0,000) < 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berhubungan signifikan dengan indikator masing-masing variabel yang digunakan.

b. Pengujian Hipotesis Inner Model

Hasil dari koefisien jalur dan nilai t-statistik yang diperoleh dari bootstrapping dengan jumlah sampel 100 dan pengulangan sebanyak 500 kali

**Tabel 8. Nilai P-Value Variabel Laten**

Variabel	Sampel Asli	Rata-rata sampel	Standard Deviasi	T-Statistik	P Values 5%
X 1 -> Y	-0.125	-0.112	0.078	1.601	0.055
X 2 -> Y	-0.092	-0.099	0.103	0.900	0.184
X 3 -> Y	0.468	0.468	0.122	3.836	0.000
X 4 -> Y	0.325	0.335	0.133	2.434	0.008
X 5 -> Y	0.301	0.288	0.091	3.302	0.001

Hasil pengujian hipotesis variabel X terhadap Y:

1. Dari hasil di atas menunjukkan P-value (0,055) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima. Variabel X1 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.
2. Dari hasil di atas menunjukkan P-value (0,184) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima. Variabel X2 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y .
3. Dari hasil di atas menunjukkan P-value (0,000) < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak. Variabel X3 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.
4. Dari hasil di atas menunjukkan P-value (0,008) < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak. Variabel X4 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y
5. Dari hasil di atas menunjukkan P-value (0,001) < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak. Variabel X5 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y .

**Pembahasan Hasil Analisis**

**Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Prinsip Keadilan terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau Malang Jawa Timur Indonesia**

Pada dasarnya, keadilan adalah suatu hal yang mutlak harus ditegakkan, karena sudah menjadi suatu kewajiban bagi umat manusia, sebagai *khalifatullah* di muka bumi ini untuk berlaku adil.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebenaran, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkar dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.*” (QS : An-Nahl [16] : 90)

Penerapan prinsip keadilan di Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau Malang Jawa Timur Indonesia ditunjukkan melalui pelayanan yang diberikan, memberikan bagi hasil sesuai dengan yang disepakati bersama antara pihak Koperasi dan anggota nya serta keadilan dapat meliputi perlakuan baik dari pihak Kanindo Syari'ah kepada semua anggota tanpa membedakan satu sama lain. Tetapi yang terjadi di lapangan berbeda dengan teori, dimana anggota di Koperasi Kanindo Syari'ah cenderung tidak memperdulikan penerapan keadilan dalam pelayanan di Koperasi Kanindo Syari'ah, karena mereka mengajukan pembiayaan dikarenakan kebutuhan, jadi mereka tetap mengajukan pembiayaan di Koperasi Kanindo Syari'ah meskipun persyaratan pengajuan pembiayaan di Koperasi Kanindo Syari'ah terbilang cukup rumit karena membutuhkan banyak berkas, dan memakan waktu yang cukup lama hingga uang nya dapat diterima oleh anggota, sehingga mungkin akan memberatkan beberapa anggota, begitu juga tingkat bagi hasil di Koperasi Kanindo Syari'ah terbilang cukup tinggi bila dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya yang berada di sekitar wilayah Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau. Sehingga Prinsip Keadilan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau.

Prinsip Keadilan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota, hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lestari (2015) yang menyatakan hal serupa bahwa prinsip keadilan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota. Dimana dalam penelitiannya, anggota BMT dihadapkan pada tuntutan kebutuhan. Jadi meskipun anggota merasa bahwa tingkat bagi hasil yang ditetapkan oleh BMT terlalu tinggi, akan tetapi anggota tetap mengajukan pembiayaan pada BMT karena adanya tuntutan kebutuhan, sehingga keadilan tidak mempengaruhi kepuasan anggota nya.

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2016). Yang mana dalam penelitiannya, terdapat faktor yang menyebabkan keadilan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta, yaitu adanya tuntutan kebutuhan. Jadi seberapa besar tingkat bagi hasil yang ditetapkan oleh BPRS tidak mempengaruhi kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Prinsip Kebebasan terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau Malang Jawa Timur Indonesia**

Islam memberikan keleluasan terhadap manusia untuk menggunakan segala potensi sumber daya yang dimiliki. Demikian juga kemerdekaan manusia, Islam sangat memberikan kelonggaran dalam kebebasan berkreasi, melakukan transaksi dan melakukan investasi (Muslich, 2004). Secara maknawi, kehendak bebas adalah suatu hal yang dianugerahkan Allah kepada manusia untuk berpotensi dalam berkehendak dan memilih diantara pilihan-pilihan yang beragam (Djakfar,2012). Manusia diberi akal pikiran untuk dapat memilih atas apa yang diinginkannya, berhak menentukan pilihan-pilihan baik hal tersebut dikatakan baik ataupun buruk, hal itu adalah kehendak manusianya tersendiri. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam surat Al-Kahfi ayat 29:

“Dan Katakanlah: Kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu; Maka Barangsiapa yang ingin (beriman) hendaklah ia beriman, dan Barangsiapa yang ingin (kafir) biarlah ia kafir”. Sesungguhnya Kami telah sediakan bagi orang-orang zalim itu neraka, yang gejolaknya mengepung mereka, dan jika mereka meminta minum, niscaya mereka akan diberi minum dengan air seperti besi yang mendidih yang menghanguskan muka. Itulah minuman yang paling buruk dan tempat istirahat yang paling jelek”. (QS : Al-Kahfi : 29)

Dari ayat diatas dapat kita simpulkan bahwa Allah memberikan manusia kebebasan untuk memilih atas apa yang dikehendakinya, namun daripadanya, atas apa yang telah ia pilih tersebut haruslah dapat dipertanggung jawabkan sesuai kebenaran dan keburukannya.

Dalam penerapan prinsip kebebasan pada Koperasi Kanindo Syari'ah, prinsip kebebasan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota, hal ini diduga disebabkan oleh pihak Kanindo Syari'ah yang tidak pernah benar-benar memberitahu anggota nya bahwa untuk proses pelunasan pembiayaan di Koperasi



Kanindo Syari'ah anggota bisa melakukannya secara datang langsung ke kantor ataupun transfer lewat bank, sehingga banyak anggota yang tidak tahu, sehingga hampir seluruh anggota Koperasi Kanindo Syari'ah merasa bahwa mereka harus datang ke kantor untuk melunasi pembiayaan yang dilakukannya di Koperasi Kanindo Syari'ah, padahal banyak dari mereka yang merupakan orang sibuk yang mungkin hal inilah yang memberatkan beberapa anggota. Kemudian mungkin juga disebabkan oleh kurangnya pengetahuan anggota terhadap produk-produk pembiayaan syari'ah, sehingga mayoritas anggota tidak pernah sempat memilih produk pembiayaan yang diinginkannya, melainkan langsung disarankan oleh pihak Koperasi Kanindo Syariah, sehingga mungkin ada beberapa anggota yang tidak diberikan kebebasan untuk memilih produk pembiayaan yang diinginkannya.

Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayatullah (2016) yang menyatakan bahwa kehendak bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer retention*, dimana dalam penelitiannya dia menyimpulkan bahwa sebuah perusahaan tidak dapat memaksakan kehendak pada mitra bisnis nya untuk tetap setia kepada perusahaan, yang bisa dilakukan hanyalah mengupayakan sebaik mungkin dengan memberikan pelayanan serta penawaran sesuai dengan apa yang diinginkan oleh mitra bisnis untuk memilih sesuai dengan apa yang lebih diprioritaskannya.

Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2015) yang menyatakan bahwa prinsip kebebasan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota. Dimana dalam penelitiannya, mayoritas anggota pembiayaan menjalankan usaha secara berkelompok dan yang berhubungan langsung dengan pihak BMT adalah ketua kelompoknya, sehingga anggota merasa tidak diberikan hak untuk memilih. Selain itu juga karena kurangnya pengetahuan sehingga semua pilihan diserahkan kepada BMT.

### **Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Prinsip Tanggung Jawab terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau Malang Jawa Timur Indonesia**

Tanggung jawab merupakan kesadaran manusia terhadap tingkah laku dan perbuatannya yang disengaja ataupun yang tidak disengaja. Tanggung jawab juga berarti berbuat sesuatu sebagai perwujudan kesadaran akan kewajibannya (Djokowidagdo, 1994). Tanggung jawab sangatlah erat kaitannya dengan kewajiban, sebagai mahasiswa, maka kewajiban kita adalah belajar, dengan belajar berarti kita telah bertanggung jawab terhadap kewajiban kita.

Dalam kaidah islam, tanggung jawab berlandaskan pada perbuatan individu seseorang atas amanah yang dipercayakan kepada tiap-tiap insan. Karakteristik tanggung jawab dalam sebuah usaha pekerjaan sebagaimana disebutkan dalam Buchari Alma (2002), yaitu hasil pekerjaan berupa barang ataupun jasa perlu dijaga mutu dan kualitasnya, sehingga tidak mengecewakan konsumen mitra bisnis. Hal ini tentu perlu adanya pengawasan, serta peningkatan kinerja dari tiap-tiap sumber daya manusia itu sendiri, karena dengan pekerjaan yang berkualitas, maka akan menghasilkan hasil yang berkualitas pula.

Dalam dunia bisnis, penelitian ini melihat penerapan prinsip tanggung jawab yang meliputi pelayanan anggota di Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau Malang Jawa Timur Indonesia, karena kualitas pelayanan sangatlah penting dalam mempengaruhi kepuasan anggota, dan penerapan prinsip tanggung jawab di Koperasi Kanindo Syari'ah dilakukan dengan menanggapi keluhan setiap anggota dengan baik, melayani transaksi dengan cepat dan tepat, selalu memberikan kemudahan kepada anggota dalam melakukan transaksi, memberikan rasa aman kepada anggota pada setiap transaksinya, dan menyediakan sistem yang memudahkan anggota dalam setiap transaksinya. Hal ini tentu akan memberikan kepuasan tersendiri bagi anggota Koperasi Kanindo Syari'ah. Penerapan tanggung jawab dalam dunia bisnis sangatlah penting, karena pada dasarnya, kita tidak hanya bertanggung jawab kepada atasan saja, tetapi segala hal yang kita lakukan di dunia ini juga akan kita pertanggung jawabkan di hadapan Allah SWT di akhirat kelak.

Dari hasil interpretasi di atas dan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bisa disimpulkan bahwa prinsip Tanggung jawab memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Anggota. Dikarenakan peneliti tidak menemukan keluhan dari anggota terkait prinsip Tanggung jawab saat melakukan wawancara..

Hal ini didukung pula dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wakhidah (2017), yang menyatakan bahwa prinsip Tanggung Jawab memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota. Dimana dalam penelitiannya, pihak BMT Tumang Boyolali telah menerapkan prinsip tanggungjawab melalui penyediaan sistem administrasi yang baik dalam setiap transaksi jasa keuangan, respon keluhan oleh anggota ditanggapi dengan baik oleh pihak BMT serta pemberian pelayanan yang transparan kepada semua anggota. Yang akhirnya membuat para anggota puas dan akhirnya tetap bertahan pada BMT Tumang Boyolali.

Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayatullah (2016), dimana dalam penelitiannya, dia menyimpulkan bahwa pihak Radio Suara Muslim Surabaya telah mengambil keputusan yang memperhatikan aspek duniawi dan *ukhrawi*, sebagai upaya mempertanggung jawabkan usahanya bagi mitra bisnis, masyarakat, alam dan kepada Allah SWT. Yang mana akhirnya memberikan rasa kepuasan dan kepercayaan, yang akhirnya akan membangun loyalitas di benak mitra bisnis, masyarakat, maupun pihak internal perusahaan sendiri yang mana juga berdampak pada kenyamanan dan keikhlasan mereka dalam menjalankan tugasnya dalam bekerja.

Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2016) yang menyatakan bahwa prinsip Tanggung Jawab memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota. Dimana dalam penelitiannya, nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta memiliki kepercayaan terhadap jasa BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta, karena BPRS telah mengaplikasikan sikap tanggung jawab, dengan memberikan jaminan keamanan terhadap nasabah, memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi, dan BPRS telah memenuhi kebutuhan nasabah. Dengan demikian nasabah dapat merasakan tanggung jawab BPRS secara langsung. Sehingga BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta mempengaruhi kepuasan nasabahnya.

### **Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Prinsip Ihsan terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau Malang Jawa Timur Indonesia**

Prinsip kebenaran/Ihsan meliputi dua unsur, yaitu kebajikan dan kejujuran. Unsur kejujuran menjadi hal penting yang harus ditegakkan, seperti transparansi dalam pengambilan margin keuntungan, proses transaksi dalam menggunakan produk simpanan maupun pembiayaan dan lain sebagainya. Kebenaran akan dapat berpengaruh terhadap kepercayaan anggota, sehingga akan memberikan kepuasan tersendiri kepada anggota. Prinsip kebenaran ini diterapkan dalam pelayanan di Koperasi Kanindo Syari'ah melalui pelayanan yang ramah kepada anggota, memberikan kelonggaran waktu kepada anggota untuk membayar angsuran pembiayaan, pelayanan yang profesional kepada anggota, pelayanan yang penuh dengan rasa kekeluargaan, dan menerapkan prinsip-prinsip syari'ah dalam pelayanan dan transaksinya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bisa disimpulkan bahwa prinsip Ihsan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Anggota. Dikarenakan peneliti tidak menemukan keluhan dari anggota terkait prinsip Ihsan saat melakukan wawancara.

Hal ini didukung juga dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wakhidah (2017), dimana dalam penelitiannya, dia menyatakan bahwa pihak BMT telah mengaplikasikan prinsip ihsan dalam pelayanannya, seperti transparansi pengambilan margin keuntungan, proses transaksi dalam menggunakan produk simpanan maupun pembiayaan dan lain sebagainya. Yang mana akan mempengaruhi kepercayaan anggota di BMT, yang akhirnya akan memberikan kepuasan tersendiri dan membangun loyalitas anggota di BMT.

Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2015), dimana dalam penelitiannya, dia menyatakan bahwa BMT KUBE Sejahtera Sleman telah memberikan

pelayanan yang sabar, ramah, dan professional, sehingga memberikan kepuasan tersendiri kepada anggota BMT KUBE Sejahtera Sleman.

### **Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Prinsip Transparansi terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau Malang Jawa Timur Indonesia**

Prinsip Transparansi berarti kewajiban bagi para pengelola untuk menerapkan prinsip keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan penyampaian informasi. Keterbukaan dalam menyampaikan informasi juga berarti bahwa informasi yang disampaikan harus lengkap, benar, dan tepat waktu kepada semua pemangku kepentingan yang mana dalam penelitian ini adalah anggota Koperasi Kanindo Syari'ah.

Transparansi berarti terbuka, dan terbuka berarti jujur, Islam sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, baik dalam ucapan maupun tindakan. Kejujuran inilah yang akan menunjukkan baik buruknya moral seseorang. Jika seseorang senantiasa berlaku jujur dalam kondisi apapun, ia pasti akan memperoleh kepercayaan orang lain, begitu juga sebaliknya, hal ini juga berlaku dalam dunia bisnis, dimana untuk memperoleh kepercayaan anggota, dibutuhkan kejujuran dalam segala hal, dan apabila sebuah lembaga keuangan yang dalam penelitian ini adalah Koperasi Kanindo Syari'ah sudah memperoleh kepercayaan dari anggota, maka dari kepercayaan tersebut akan timbul kepuasan tersendiri bagi anggota. Hal ini diterapkan pada pelayanan di Koperasi Kanindo Syari'ah melalui pemberian penjelasan jenis pembiayaan yang dibutuhkan anggota secara lengkap, menyampaikan hasil rapat anggota melalui mading, buletin, website dan kalender, menyampaikan jumlah bagi hasil pembiayaan yang harus dibayarkan, menyediakan sistem pelayanan dan nomor telepon kantor yang mudah dihubungi, dan memberi kemudahan kepada anggota dalam hal menyampaikan kritik dan saran.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bisa disimpulkan bahwa prinsip Transparansi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Anggota. Dikarenakan peneliti tidak menemukan keluhan dari anggota terkait prinsip Transparansi saat melakukan wawancara.

Hal ini didukung juga dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lestari (2015), yang mana dalam penelitiannya, dia menyatakan bahwa informasi yang diberikan oleh pihak BMT kepada anggota nya sudah sesuai dengan yang dibutuhkan oleh anggota. Sehingga memberikan kepuasan tersendiri bagi anggota BMT.

Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2016), yang menyatakan bahwa informasi yang diberikan oleh pihak BPRS sudah sesuai dengan yang dibutuhkan nasabah. Selain itu pihak BPRS juga memiliki fasilitas nomor telpon kantor yang mudah dihubungi sehingga nasabah tidak perlu datang ke kantor, melainkan dapat langsung menghubungi BPRS apabila ada sesuatu yang ingin ditanyakan. Hal ini memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabah BPRS.

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Penerapan prinsip keadilan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal ini diduga karena Persyaratan pengajuan pembiayaan di Koperasi Kanindo Syari'ah terbilang cukup rumit karena membutuhkan banyak berkas, dan memakan waktu yang cukup lama hingga uang nya dapat diterima oleh anggota, sehingga mungkin akan memberatkan beberapa anggota, tetapi dikarenakan tuntutan kebutuhan, yang mana meskipun proses pengajuan pembiayaan terbilang cukup rumit dan memakan waktu yang cukup lama, dan tingkat bagi hasil di Koperasi Kanindo Syari'ah terbilang cukup tinggi dibandingkan dengan lembaga keuangan lain di sekitar Kanindo, para anggota tetap mengajukan pembiayaan karena tuntutan kebutuhan, sehingga akhirnya anggota tidak lagi memperdulikan prinsip keadilan yang diterapkan

- di koperasi Kanindo Syari'ah, sehingga prinsip keadilan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.
2. Penerapan prinsip kebebasan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal ini diduga karena pihak Kanindo Syari'ah yang tidak pernah benar-benar memberitahu anggota nya bahwa untuk proses pelunasan pembiayaan di Koperasi Kanindo Syari'ah anggota bisa melakukannya secara datang langsung ke kantor ataupun transfer lewat bank, sehingga banyak anggota yang tidak tahu, sehingga hampir seluruh anggota Koperasi Kanindo Syari'ah merasa bahwa mereka harus datang ke kantor untuk melunasi pembiayaan yang dilakukannya di Koperasi Kanindo Syari'ah, padahal banyak dari mereka yang merupakan orang sibuk yang mungkin hal inilah yang memberatkan beberapa anggota. Kemudian juga disebabkan oleh kurangnya pengetahuan anggota terhadap produk-produk pembiayaan syari'ah, sehingga mayoritas anggota tidak pernah sempat memilih produk pembiayaan yang diinginkannya, melainkan langsung disarankan oleh pihak Koperasi Kanindo Syariah, sehingga mungkin ada beberapa anggota yang tidak diberikan kebebasan untuk memilih produk pembiayaan yang diinginkannya.
  3. Penerapan prinsip Tanggung Jawab berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Penerapan prinsip tanggung jawab di Koperasi Kanindo Syari'ah dilakukan dengan menanggapi keluhan setiap anggota dengan baik, melayani transaksi dengan cepat dan tepat, selalu memberikan kemudahan kepada anggota dalam melakukan transaksi, memberikan rasa aman kepada anggota pada setiap transaksinya, dan menyediakan sistem yang memudahkan anggota dalam setiap transaksinya. Sehingga akan memberikan kepuasan tersendiri kepada anggota koperasi Kanindo Syari'ah.
  4. Penerapan prinsip Ihsan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Prinsip Ihsan diterapkan dalam pelayanan di Koperasi Kanindo Syari'ah melalui pelayanan yang ramah kepada anggota, memberikan kelonggaran waktu kepada anggota untuk membayar angsuran pembiayaan, pelayanan yang professional kepada anggota, pelayanan yang penuh dengan rasa kekeluargaan, dan menerapkan prinsip-prinsip syari'ah dalam pelayanan dan transaksinya. Sehingga akan memberikan kepuasan tersendiri kepada anggota koperasi Kanindo Syari'ah.
  5. Penerapan prinsip Transparansi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Prinsip Transparansi diterapkan pada pelayanan di Koperasi Kanindo Syari'ah melalui pemberian penjelasan jenis pembiayaan yang dibutuhkan anggota secara lengkap, menyampaikan hasil rapat anggota melalui mading, buletin, website dan kalender, menyampaikan jumlah bagi hasil pembiayaan yang harus dibayarkan, menyediakan sistem pelayanan dan nomor telepon kantor yang mudah dihubungi, dan memberi kemudahan kepada anggota dalam hal menyampaikan kritik dan saran. Sehingga akan memberikan kepuasan tersendiri kepada anggota koperasi Kanindo Syari'ah.

## **Saran**

Berdasarkan penulisan penelitian ini, peneliti mengetahui menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Maka dari itu peneliti ingin memberikan beberapa saran guna memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Beberapa saran yang diajukan sebagai berikut:

1. Bagi Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau:
  - a. Diharapkan agar lebih meningkatkan penerapan etika bisnis islam, professionalisme kerja, dan fasilitas, karena hal-hal tersebut memiliki peran yang cukup besar dalam meningkatkan kepuasan anggota di Koperasi Kanindo Syari'ah Cabang Dau.
  - b. Diharapkan agar memberitahukan ulang kepada semua anggotanya bahwa untuk pelunasan pembiayaan, anggota memiliki dua cara pelunasan, yakni datang langsung ke kantor, atau bisa dengan transfer melalui bank, sehingga bagi anggota-anggota yang sibuk sehingga susah meluangkan waktu untuk datang ke kantor dapat lebih mudah untuk melakukan pelunasan dengan transfer melalui bank.

- c. Diharapkan agar memberikan seminar-seminar terkait ekonomi islam, khususnya terkait produk-produk pembiayaan syari'ah kepada anggota, sehingga akan meningkatkan pengetahuan mereka terkait ekonomi islam, sehingga mereka akan benar-benar paham dengan produk pembiayaan yang akan mereka ambil, tidak terpaku pada produk pembiayaan yang disarankan oleh pihak Kanindo saja.
2. Bagi penelitian selanjutnya:
  - a. Diharapkan agar memperbanyak indikator yang digunakan, sehingga lebih tepat sasaran dalam konteks penerapan Etika Bisnis Islam.
  - b. Diharapkan agar menambah jumlah sampel agar hasil yang didapat akan menjadi lebih akurat dan bervariasi.
  - c. Diharapkan agar bisa memastikan bahwa responden benar-benar paham dengan kuisioner yang akan diisi, diantaranya dengan menjelaskan dengan baik kepada responden sebelum mereka mengisi kuisioner tersebut, sehingga data yang dihasilkan tidak bias dan sesuai dengan yang diharapkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Endah Dwi, *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta*, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.
- Ahmoedin, *Etika Bisnis Perbankan*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996.
- Badroen, Faisal, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005.
- Buchari, Alma. 2002. *Pemasaran Jasa dan Produk*. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Cahyono, Untung Endro. 2018. *Profil Kanindo Syari'ah*. Kanindo: Malang.
- Darma, Emile Satia. "Pengaruh Persepsi Keadilan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Empiris pada Nasabah Perbankan Syariah di Yogyakarta)." *Jurnal Repository UMY* (2015).
- Darmawati, Darmawati. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur'an Dan Sunnah. Mazahib*. 2013;11(1).
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islami: Tataran Teoritis dan Praktis*. Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Djokowidagdho.dkk, *Ilmu Budaya Dasar*, Jakarta, Bumi Aksara, 1994.
- Emawan, Emi R, *Business Ethics*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Diss. KENCANA, 2013.
- Ghozali, Imam. 2011. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square Edisi 3*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hafidhuddin, Didin. *Manajemen syariah dalam praktik*. Gema Insani, 2003.
- Hanifah, Suci Indah dan Sugeng Praptoyo. *Akuntabilitas dan Transparansi Pertanggungjawaban Anggaran Pendapatan Belanja Desa (APBDes)*. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 4.8. 2015.
- Harahap, Sofyan, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2011

- Hasibuan, Malayu. "SP, 2001." *Manajemen Sumber Daya Manusia* (2001).
- Hicks, Jessica Marie. *Delighted customers buy again: An investigation into the impact of consumer knowledge on consumer satisfaction and delight of flowering potted plants*. Michigan State University, 2005.
- Hidayatullah, Wildan Arif, *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Retensi Pelanggan (Studi Kasus Pada Radio Suara Muslim Surabaya 93,8 FM, Jurnal Ilmiah, Malang: Universitas Brawijaya, 2016.*
- Keraf, Sonny. *Etika Bisnis dan Tuntutan Relevansi*, Yogyakarta: Kanisius, 1998.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 2009.
- Kuat, Ismanto, *Manajemen Syari'ah Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009.
- Latifah, S. N. (2019). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Muhammad Saw Terhadap Customer Retention dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Pendapatan Internal Stakeholders (Studi Kasus pada Unit Usaha Penjualan dan Jasa Penggilingan Daging Pelita Jaya Jember). *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1).
- Lestari, Zuni, *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Pada BMT KUBE SEJAHTERA SLEMAN)*, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004.
- Muslich, *Etika Bisnis Islam Landasan Filosofis*, Yogyakarta: Ekonosia, 2004.
- Nawatmi, Sri. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. Fokus Ekonomi* 9.1. 2010.
- Panuju, Redi, *Etika Bisnis Tinjauan Empiris Dan Kiat Mengembangkan Bisnis Sehat*, Jakarta: PT Grasindo, 1995.
- Parasuraman, Anantharanthan, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. "A conceptual model of service quality and its implications for future research." *Journal of marketing* 49.4 (1985).
- Prastiwi, Rina Dwi, *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*, Artikel, Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta, 2017.
- Ririn, Ratnasari Tri, and Mastuti H. Aksa. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Ghalia Indonesia, 2011.
- Sekaran, Uma. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Simorangkir, O.P. *Etika Bisnis*. Yagrat, Jakarta, 1986.
- Spreng, R. A., & Mackoy, R. D. (1996). An empirical examination of a model of perceived service quality and satisfaction. *Journal of retailing*, 72(2).
- Sumarmi, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty, 2002.

Wakhidah, Zahrotul. 2017. Pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap Customer retention pada Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tumang Boyolali. Tesis. Surakarta: IAIN Surakarta

Zubair, Muhammad Kamal. *Aksioma Etika dalam Ilmu Ekonomi Islam. EKBISI 7.1.* 2012.