

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
KEPUASAN ANGGOTA
(Studi pada Baitul Maal wat Tamwil Usaha Gabungan Terpadu
Sidogiri Malang Kota)**

SKRIPSI



Oleh:

IZZUL NURAINI TATA ULFINA

NIM : 16540076

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM
TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA
(Studi pada Baitul Maal wat Tamwil Usaha Gabungan Terpadu
Sidogiri Malang Kota)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

IZZUL NURAINI TATA ULFINA

NIM : 16540076

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM
TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA
(Studi pada Baitul Maal wat Tamwil Usaha Gabungan Terpadu
Sidogiri Malang Kota)**

SKRIPSI

Oleh

IZZUL NURAINI TATA ULFINA

NIM. 16540076

Telah disetujui 24 Juni 2020

Dosen Pembimbing,

Fani Firmansyah, S.E., M.M.

NIP. 19770123 200912 1 001

Meengetahui:

Ketua Jurusan,

Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D

NIP. 19751109 199903 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA (Studi pada Baitul Maal wat Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Malang Kota)

SKRIPSI

O l e h
IZZUL NURAINI TATA ULFINA
NIM : 16540076

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 12 Juni 2020

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1. Ketua
Titis Miranti, M.Si
NIDT. 19920130 20180201 2 195 ()
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
Fani Firmansya, SE.,MM
NIP. 19770123 200912 1 001 ()
3. Penguji Utama
Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP. 19770826 200801 2 011 ()

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,

Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D
NIP 19751109 199903 1 003

SURAT PERNYATAAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Izzul Nuraini Tata Ulfina
NIM : 16540076
Jurusan/Konsentrasi : Perbankan Syariah/ Enterpreneur
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa **skripsi** yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa **skripsi** ini hasil plagiasi baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 6 Juni 2020

Yang membuat pernyataan



Izzul Nuraini Tata Ulfina

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah 'ala Kulli Haal Wa Kulli Ni'mah...

Segala puji bagi Allah yang Maha Agung, sebab dengan segala keagungan-Nya Allah meridhoi saya menyelesaikan tugas skripsi ini dengan baik, meski dengan segala rintangan yang harus dihadapi.

Allahumma Sholli 'ala Muhammad wa 'ala Alihi. Sholawat tak henti saya hadiahkan kepada Baginda Nabi yang telah menuntun kita menuju zaman yang menjunjung tinggi ilmu pengetahuan.

Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada:

Diri saya yang tak henti berjuang

Babah dan Umi saya yang tak henti mengiringi langkah putra-putri nya dengan do'a dan segala upaya

Saudara ku tercinta: Ahmad Rohikim Makhtum Al-Haq, Mizanul Fiqr Wafir
Naza, dan Azka Cinta Rosul

Dosen Pembimbing terfavorit: Bapak Fani Firmansyah, SE., MM.

Teman-teman ku: Iftitakhul Nuryana, Khoirus Sholihah, Umrotul Munawwaroh, Ulfiya Nuril yang tak pernah lupa mensupport, menyemangati, mengingatkan, dan membantu dengan segala upaya dan do'a.

HALAMAN MOTTO

“Maka jadilah pembaharu, biarlah orang lain yang meniru. Dari pada terus mengikuti tren tanpa henti, hidup bisa habis tanpa pernah diisi (Najwa Shihab)”

“Jangan pernah mengagungkan jalan instan tanpa proses yang panjang dan perjuangan, sebab jika cara cepat yang kamu tempuh, tak akan ada keberkahan dari segala yang kamu lakukan ”



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Segala puji patut diperuntukkan kepada Allah SWT yang maha Agung, sebab dengan ke-Agungan-Nya Allah berkehendak memberikan saya kesempatan untuk menyelesaikan penelitian **“Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota (Studi pada Baitul Maal wat Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Malang Kota)”**

Sholawat dan salam tak henti dihadiahkan kepada Baginda Nabi Muhammad Solollohu ‘alaihi Wasallam yang berjuang menuntun umat manusia menuju zaman yang tak melalaikan ilmu pengetahuan.

Dalam perjalanan penyusunan tugas akhir skripsi ini, begitu banyak urun opini dan pengetahuan dari berbagai pihak, untuk itu rasa terimakasih yang begitu dalam saya sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Eko Suprayitno, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Perbankan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Fani Firmansyah, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan masukan, perbaikan, bimbingan, do’a, motivasi, dan saran-saran yang sangat membantu dalam penulisan Skripsi

5. Nihayatu Aslamatis Solekah, S.E., M.M, selaku Dosen Wali yang selalu memberikan pujian, teguran, arahan agar nilai mahasiswa nya baik
6. Rini Safitri, S.E., M.M., MBA. selaku Dosen pengampu matakuliah Riset Penelitian yang selalu bersedia untuk memberikan jawaban atas setiap pertanyaan yang diajukan.
7. Bapak dan Ibu Dosen, staff, juga satpam di S1 Perbankan Syariah (S1) yang telah memberi ilmu, wawasan, dan arahan selama saya belajar
8. Karyawan BMT UGT Sidogiri, khususnya Bapak Salam yang selalu bersedia direpoti untuk menemani pengambilan kuisioner dan selalu menjawab pertanyaan yang saya ajukan.
9. Babah dan Umi ku terkasih yang selalu mengusahakan yang terbaik untuk putra-putrinya
10. Ustadz Shobah dan Ustadzah Jauharoh selaku pengasuh Pondok Pesantren Al-Barokah yang selalu menjadi panutan dalam berjuang dan berperilaku
11. Teman-teman satu angkatan yang telah menemani dari semester satu perkuliahan hingga kini menyelesaikan tugas akhir Skripsi
12. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan laporan penelitian ini.

13. Sahabatku tercinta Iftitakhul Nuryana (Iftong), Khoirus Sholihah (Encus), Ulfiya Nuril (Ulpiyeng), Umrotull Munawwaroh (Tull) dan Fina Annisa (Oton) yang telah menjadi teman kamar ku dan teman rebutan tempat tidur di pondok
14. Teman pejuang Skripsi ku terkasih, Kelas B angkatan 2016, Santri Pondok pesantren Al-Barokah, Keluarga ku di Tsurayya Tahfidz Kids dan semua yang telah menemani ku begadang dan berjuang.
15. Serta semua pihak yang luput saya sebutkan tapi semua jasa kalian semoga terbalaskan

Walaupun demikian, dalam laporan penelitian ini, penulis menyadari masih belum sempurna dan masih perlu banyak urun masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan penelitian ini. Namun demikian adanya, semoga Skripsi ini dapat mendatangkan manfaat bagi siapa pun yang membaca. *Amin Allahumma Amin*

Malang, 3 Juni 2020

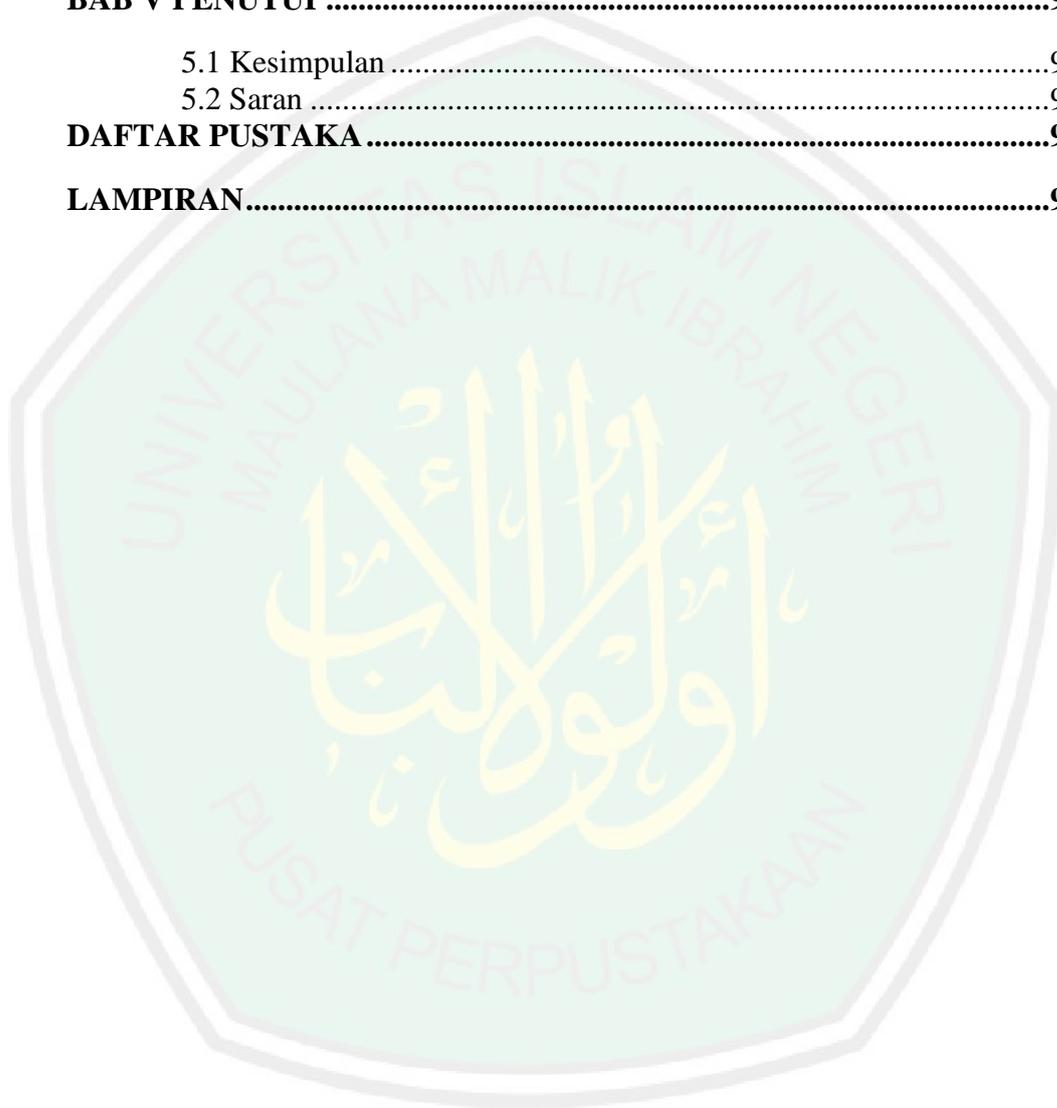
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.1.1. Tabel Penelitian Terdahulu	14
2.2. Kajian Teoritis	17
2.2.1. Etika Bisnis Islam.....	17
2.2.2. Aksioma Etika Bisnis Islam	18
2.2.3. Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3. Kerangka Konseptual.....	25
2.4. Kerangka Hipotesis.....	26
2.5. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	28
3.2. Lokasi Penelitian.....	28
3.3. Populasi dan Sampel.....	29

3.4. Teknik dan Pengambilan Sampel	30
3.5. Data	31
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7. Definisi Operasional Variabel	33
3.7.1. Variabel Bebas	33
3.7.2. Variabel Terikat	35
3.8. Skala Pengukuran	37
3.9. Uji Validitas dan reliabilitas	37
3.9.1. Uji Validitas	38
3.9.2. Uji Reliabilitas	39
3.10. Analisis Data	40
3.10.1. Uji Asumsi Klasik	41
3.10.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.10.3. Uji Hipotesis.....	45
3.10.4. Koefisien Determinasi	48
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Hasil Penelitian	49
4.1.1. Sejarah BMT UGT Sidogiri.....	49
4.1.2. Visi dan Misi BMT UGT Sidogiri.....	50
4.1.3. Sejarah BMT UGT Sidogiri Malang Kota.....	50
4.1.4. Struktur Organisasi Instansi/Perusahaan	52
4.1.5. Jenis-jenis Produk BMT UGT Sidogiri Malang Kota	55
4.1.6. Karakteristik Responden.....	56
4.1.7. Deskripsi Variabel Penelitian	60
4.1.8. Uji Instrumen Penelitian	69
4.1.9. Uji Asumsi Klasik.....	72
4.1.10. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	76
4.1.11. Uji Hipotesis.....	77
4.1.12. Uji R^2	81
4.2. Pembahasan	82
4.2.1. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota.....	82
4.2.2. Pengaruh Variabel Kesejahteraan/Keseimbangan (al-Adl) Terhadap Kepuasan Anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota.....	83
4.2.3. Pengaruh Variabel Kehendak Bebas (Ikhtiyar) Terhadap	

Kepuasan Anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota	85
4.2.4. Pengaruh Variabel Tanggung Jawab (Fardh) Terhadap Kepuasan Anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota	87
4.2.5. Pengaruh Variabel Kebajikan (Ihsan) Terhadap Kepuasan Anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota	89
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	99



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data BMT dan Bank Konvensional pada 2015	2
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Skor Jawaban yang Disediakan.....	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.3 Contoh angket yang disebarakan	37
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Gender.....	56
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	57
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	59
Tabel 4.6 Kriteria Interpretasi skor	60
Tabel 4.7 Deskripsi Frekuensi Variabel (X1)	61
Tabel 4.8 Deskripsi Frekuensi Variabel (X2)	62
Tabel 4.9 Deskripsi Frekuensi Variabel (X3)	64
Tabel 4.10 Deskripsi Frekuensi (X4).....	65
Tabel 4.11 Deskripsi Frekuensi Kepuasan Anggota (Y)	67
Tabel 4.12 Uji Validitas	70
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.14 Output Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedasitas	74
Tabel 4.17 Uji Autokorelasi	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi.....	76
Tabel 4.19 Uji Simultan	78
Tabel 4.20 Uji Parsial.....	79
Tabel 4.21 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Konseptual Penelitian.....	25
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kantor Pusat BMT UGT Sidogiri	54
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kantor BMT UGT Sidogiri Malang Kota....	55



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil Penelitian
- Lampiran 3. Output SPSS 20.0
- Lampiran 4. Biodata Peneliti
- Lampiran 5. Bukti Konsultasi
- Lampiran 7. Dokumentasi Pengambilan Data Kuisisioner
- Lampiran 7. Surat Keterangan Bukti Plagiasi



ABSTRAK

Ulfina, Izzul Nuraini tata. 2020. SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota (Studi pada Baitul Maal wat Tamwil saha Gabungan Terpadu Sidogiri Malang Kota)”

Pembimbing : Fani Firmansyah, S.E., M.M

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Kepuasan Anggota

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan 100 anggota BMT UGT Sidogiri yang didapatkan dengan teknik nonprobability sampling dengan accidental sampling. Teknik pengambilan data yang dipakai adalah kuisioner dan observasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel etika bisnis Islam (kesejajaran/al-Adl, kehendak bebas/ikhtiyar, tanggung jawab/fardh, dan kebajikan/ihsan) terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota. Sedangkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel kesejajaran/al-Adl dan kehendak bebas/Ikhtiyar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, sementara variabel tanggung jawab/fardh dan kebajikan/ihsan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri. Berdasarkan nilai nilai R Square menunjukkan bahwa kepuasan anggota dapat dijelaskan oleh variabel Etika Bisnis Islam (kesejajaran/al-Adl, kehendak bebas/ikhtiyar, tanggung jawab/fardh, dan kebajikan/ihsan) sebesar 35.3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi bagi BMT UGT Sidogiri Malang Kota mengenai penerapan etika bisnis Islam demi memenuhi kepuasan anggotanya, dan memberikan informasi mengenai variabel mana yang perlu dibenahi maupun yang sudah diterapkan dengan baik sehingga BMT UGT Sidogiri dapat mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga keuangan Islam.

ABSTRACT

Ulfina, Izzul Nuraini tata. 2020 THESIS. Title: "The Effect of Islamic Business Ethics On Satisfaction (Study on Baitul Maal wat Tamwil Malang Integrated Business Combined Malang City Members).

Supervisor : Fani Firmansyah, S.E., M.M

Keywords : Islamic Business Ethics, Member Satisfaction

This study aims to determine whether there is an influence of the application of Islamic business ethics to the satisfaction of BMT UGT Sidogiri Malang City members. The type of this research is quantitative research. The sample used in this study was 100 members of BMT UGT Sidogiri obtained by nonprobability sampling technique with accidental sampling. Data collection techniques used were questionnaires and observations. The data analysis method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Based on the results of research that has been done shows that simultaneously there is a positive and significant effect between Islamic business ethics variables (alignment / al-Adl, free will / ikhtiyar, responsibility / fardh, and virtue / ihsan) on the satisfaction of members of BMT UGT Sidogiri Malang City . While the partial test results indicate that the alignment variable / al-Adl and free will / Ikhtiyar have a positive and significant effect on member satisfaction, while the responsibility / fardh and virtue / ihsan variables do not affect the satisfaction of Sidogiri BMT UGT members. Based on the value of R Square shows that member satisfaction can be explained by the variable Islamic Business Ethics (alignment / al-Adl, free will / ikhtiyar, responsibility / fardh, and virtue / ihsan) by 35.3%, while the rest is influenced by other variables that are not in this study. The results of this study are expected to be an evaluation material for BMT UGT Sidogiri Malang City regarding the application of Islamic business ethics to meet the satisfaction of its members, and provide information on which variables need to be addressed and those that have been well implemented.

المستخلص

ألفينا، عزل نورعيني تاتا. 2020. البحث الجامعي. العنوان: "تأثير أخلاق التجارة الإسلامية على اقناع الأعضاء بيت المال والتمويل للتجارية المركبة الموحدة سيدوجيري مدينة مالانج.

المشرف: فاني فيرمانشاه، الماجستير
الكلمات الرئيسية: أخلاق التجارة الإسلامية، اقناع الأعضاء

يهدف هذا البحث إلى معرفة وجود التأثير من تطبيق أخلاق التجارة الإسلامية على اقناع الأعضاء في بيت المال والتمويل للتجارية المركبة الموحدة سيدوجيري مالانج. نوع البحث المستخدم هو الكمي. العينة المستخدمة هي 100 أعضاء بيت المال والتمويل للتجارية المركبة الموحدة سيدوجيري المحسولة بطريقة أخذ العينة غير الاحتمالية بأخذ العينة العرضي. طريقة أخذ البيانات المستخدمة هي بالأسئلة والملاحظة. أما طريقة تحليل البيانات المستخدمة هي التحليل الوصفي والتحليل الانحدار الخطي المتعدد. انطلاقاً من نتيجة البحث المحسولة، تشير أن بالمتزامن، توجد الآثار الإيجابية و كبيرة بين متغير الأخلاق التجارية الإسلامية (العدل، الخيار، الفرض، الإحسان) علاقتهم الأعضاء بيت المال والتمويل للتجارية المركبة الموحدة سيدوجيري مالانج. أما نتيجة اختبار الجزئي تشير أن متغير العدل والخيار يؤثران إيجابياً وكبيراً نحو اقناع الأعضاء، أما المتغير الفرض والإحسان لا يؤثران عليه. استناداً إلى قيمة R Square ، يظهر أن رضا الأعضاء يمكن تفسيره بمتغير أخلاقيات العمل الإسلامي (العدل، الخيار، الفرض، الإحسان) بنسبة ٣٥.٥، في حين يتأثر الباقي بمتغيرات أخرى ليست في هذه الدراسة. من المتوقع أن تكون نتائج هذه الدراسة مادة تقييم لبيت المال والتمويل فيما يتعلق بتطبيق أخلاقيات الأعمال الإسلامية لتلبية إرضاء أعضائها ، وتوفير معلومات حول المتغيرات التي يجب معالجتها والمتغيرات التي تم تنفيذها بشكل جيد.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mengacu pada Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (LKPSI) yang diterbitkan oleh OJK, perbankan syariah Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang positif. Hal ini tercermin dari meningkatnya rasio CAR Bank Umum Syariah yang mencapai nilai 20,39%. Beberapa indikator yang dimiliki perbankan syariah seperti halnya FDR (*Financing to Deposit Ratio*) juga memiliki nilai yang cukup tinggi, yakni sebesar 78,53%. Hal ini dapat menunjukkan bahwa perbankan syariah memiliki kontribusi positif terhadap perekonomian domestik nasional. Akan tetapi, meskipun peran perbankan syariah sudah sangat kentara hingga saat ini, perbankan syariah masih memiliki jaringan yang masih terbatas, terbukti dengan minimnya *market share* perbankan syariah yang hanya sebesar 5,96% hingga tahun 2018, itulah sebabnya BMT hadir sebagai solusi dalam menjangkau masyarakat dengan usaha mikro kecil ataupun *unbankable* (Otoritas Jasa Keuangan, 2018)

BMT atau *Baitul Maal wa Tamwil* merupakan lembaga keuangan non-Bank yang dalam praktiknya melayani masyarakat yang tidak dapat dijangkau oleh Bank syariah atau biasa disebut *unbankable*. Hadirnya BMT diharapkan mampu untuk mendorong perekonomian Indonesia dengan memberikan pembiayaan terhadap masyarakat pelaku usaha mikro. Pertumbuhan BMT sendiri cukup memuaskan, dimana hingga tahun 2015 sudah terdapat sebanyak 4.500 BMT yang berdiri di Indonesia yang melayani sekitar 3,7 juta

orang dengan aset sebesar Rp 16 triliun (Putra, 2019). Namun, angka ini masih sangat jauh jika dibandingkan dengan perbankan konvensional. Pada tahun yang sama, sudah berdiri sebanyak 118 Bank Umum di Indonesia yang melayani 80 juta jiwa dengan aset sebesar Rp. 6.095.908 triliun yang hingga saat ini terus bertambah (Otoritas Jasa Keuangan, 2019).

Tabel 1.1
Data BMT dan Bank Konvensional pada 2015

Lembaga	Jumlah	Anggota/ Nasabah	Aset
BMT	4.500	3,7 juta jiwa	16 triliun
Bank konvensional	118	80 juta jiwa	6.095.908 triliun

Sumber: diolah peneliti, 2020

Jika dilihat dari segi jumlah, total jumlah BMT yang mencapai angka 4.500 BMT sangatlah jauh jika dibandingkan dengan jumlah bank konvensional yang hanya mencapai 118 bank di seluruh Indonesia. Akan tetapi dengan jumlah yang begitu banyak, BMT hanya mampu melayani sebanyak 3,7 juta anggota masyarakat di seluruh Indonesia. Sedangkan bank konvensional yang hanya berjumlah 118 bank mampu melayani 80 juta nasabah. Padahal jika dilihat dari segi sasarannya, BMT yang menargetkan masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah memiliki peluang yang jauh lebih besar dibandingkan dengan bank yang menargetkan masyarakat dengan ekonomi menengah ke atas. Hal ini dikarenakan masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah masih mendominasi masyarakat Indonesia. Sebagaimana

data yang di terbitkan oleh kementerian keuangan Indonesia, yang mana lebih dari 50 juta rakyat Indonesia tergolong kelas menengah atas, dan 120 juta penduduk Indonesia merupakan *aspiring middle class* kelas menengah harapan. (<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/kelas-menengah-penggerak-ekonomi-indonesia/>)

Fenomena tersebut mengharuskan BMT untuk segera mengejar selisih *market share* yang jauh tertinggal dari perbankan konvensional dengan cara meningkatkan pelayanan dan memperluas segmen pasarnya. Dalam upaya meningkatkan pelayanan dan memperluas segmen pasar tersebut, kepuasan anggota menjadi topik utama yang harus diperhatikan.

Kepuasan anggota sendiri bisa didapatkan dengan membandingkan harapan dengan kinerja yang diterima. Apabila anggota mendapatkan apa yang diharapkan sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi, maka anggota tersebut bisa dikatakan puas. Tetapi sebaliknya, apabila kinerja yang didapat anggota tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan, maka kepuasan anggota masih belum terpenuhi. Pernyataan ini merujuk pada definisi yang dikemukakan oleh Kotler bahwasanya kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2007)

Untuk menjalin ikatan hubungan yang berkelanjutan dengan anggotanya, etika bisnis Islam dapat menjadi alternatif yang perlu ditempuh oleh BMT, sehingga dalam prosesnya BMT dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh

anggota dan dapat membantunya menciptakan kepuasan (Fauzan & Nuryana, 2004). Selain itu dalam praktik BMT, etika bisnis Islam merupakan persyaratan mutlak yang harus dilaksanakan sehingga dapat sesuai dengan tuntutan syariat agama islam dan menjadi identitas pembeda antara BMT dan bank konvensional.

Akan tetapi ada banyak sekali kasus pelanggaran yang menjerat BMT yang bisa mengakibatkan rusaknya citra BMT atau bahkan lembaga keuangan islam. Seperti halnya kasus yang menjerat BMT PSU Malang yang diduga menggelapkan dana nasabah kurang lebih mencapai angka 17 miliar rupiah (Umar, 2017). Kasus lainnya juga menimpa BMT Bina Sejahtera Mandiri Wuryantoro, dimana dana anggota sebesar Rp 2,7 miliar digunakan untuk kepentingan pribadi oleh para pengurusnya, sedangkan laporan yang diberikan kepada anggota merupakan laporan fiktif (Abriyani, 2013). Oleh karena itu etika tidak dapat terpisahkan dari bisnis, penerapan etika islam dalam bisnis sangat penting untuk dilaksanakan, sehingga dapat membentengi BMT dari pelanggaran-pelanggaran yang merugikan anggota, juga BMT itu sendiri.

Sebagaimana penuturan Qardhawi dalam bukunya *Dawr al-Qiyam wa al-Akhlak fi al-iqtisad* bahwa antara ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) tidak pernah terpisahkan sama sekali. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islami. Karena risalah Islam adalah risalah akhlak (Naqvi, 2003). Hal ini sesuai dengan firman Allah Q.S An-Nur:37 yang berbunyi:

رَجَالٌ لَا تُلْمِهِمْ بِجَارَةٍ وَلَا يُبْعَعْنَ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ ۖ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

“laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan dari mendirikan sembahyang, dan dari membayar zakat, mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.”

Sehingga apabila BMT gagal dalam menerapkan etika bisnis Islam dengan baik maka akan menghilangkan nilai lebih yang dimilikinya dan tidak dimiliki oleh perbankan konvensional yang pada akhirnya dapat mengancam keberlangsungan BMT di masa depan.

Menurut Heidar Naqvi, etika bisnis Islam memiliki 4 aksioma/ prinsip dasar antara lain: kesatuan (*Tawhid*), keseimbangan/ kesejajaran (*al-‘Adl*), kehendak bebas (*Ikhtiyar*), dan tanggung jawab (*Fardh*) (Naqvi, 2003). Sedangkan Badroen dalam bukunya etika bisnis dalam islam menambahkan 1 aksioma yang tidak disebutkan oleh naqvi yaitu kebajikan (*Ihsan*) (Badroen, 2006). Akan tetapi dalam penelitian ini hanya mengkaji 4 aksioma/ prinsip dasar etika bisnis Islam antara lain keseimbangan/ kesejajaran (*al-‘Adl*), kehendak bebas (*Ikhtiyar*), dan tanggung jawab (*Fardh*) dan kebajikan (*ihsan*). Dikarenakan keempat aksioma tersebutlah yang menghubungkan antara pihak BMT dengan anggotanya, sedangkan prinsip kesatuan (*tawhid*) merupakan hubungan yang dijalin antara pihak BMT dengan *Rabb*-nya. Sebagaimana yang dikemukakan Rafik Issa Beekun dalam bukunya Etika Bisnis Islami bahwasanya keesaan seperti yang dicerminkan dalam konsep *tawhid*, merupakan dimensi vertikal Islam antara manusia dengan sang

Khalik (Beekun, 2006). Dengan menerapkan keempat prinsip dasar etika bisnis Islam tersebut dalam praktik pengelolaan dananya, BMT diharapkan mendapatkan kepercayaan dari anggotanya sehingga mereka akan merasa dilayani dengan baik dan menciptakan kepuasan bagi para anggotanya. Dengan kepuasan anggota yang berkelanjutan diharapkan BMT mampu memperluas *market share*nya sehingga mampu menyusul ketertinggalannya atas bank konvensional dan dapat membantu membangun perekonomian Indonesia.

Penelitian ini dianggap *urgent* untuk dilakukan, dengan tujuan untuk melihat seberapa penting penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan kepuasan yang didapatkan anggota, sehingga BMT dapat terus melakukan evaluasi untuk menjaga keberlangsungan eksistensinya. Penelitian ini juga sangat menarik karena terdapat perbedaan hasil penelitian, seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Endah Dwi Agustina pada BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta. Penelitian ini mengemukakan bahwa variabel kebebasan dan tanggung jawab berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Dana Hidayatulloh Yogyakarta, sedangkan variabel keadilan dan ihsan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan karyawan BPRS Dana Hidayatulloh Yogyakarta belum cukup melayani anggota dengan sabar dan belum sepenuhnya melaksanakan prinsip syariah yang menjadi landasan berdirinya lembaga keuangan syariah. (Agustina, 2016).

Hasil penelitian Endah Dwi Agustina berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Zuni Lestari dengan *case* lokasi pada BMT Kube Sejahtera Sleman, jika pada penelitian Endah Dwi Agustina variabel kebebasan dan tanggung jawab berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, maka pada penelitian yang dilakukan oleh Zuni Lestari menunjukkan bahwa variabel keadilan, kebebasan, dan tanggung jawab tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Kube Sejahtera Sleman. Sedangkan variabel ihsan signifikan positif mempengaruhi kepuasan anggota BMT Kube Sejahtera Sleman. Dalam penelitian Zuni Lestari disebutkan bahwa variabel keadilan, kebebasan dan tanggung jawab tidak berpengaruh signifikan dikarenakan anggota BMT melakukan pembiayaan usaha secara berkelompok, sehingga kebebasan mereka dalam memilih produk yang diinginkan terbatas, juga para anggota tidak secara langsung merasakan pelayanan yang diberikan karyawan BMT Kube Sejahtera, dikarenakan karyawan BMT Kube Sejahtera Sleman hanya melakukan transaksi dengan ketua kelompok pembiayaan, tidak pada seluruh anggota yang dimilikinya (Lestari, 2015).

Penelitian ini berlokasi di BMT UGT Sidogiri dikarenakan BMT UGT Sidogiri amat menjunjung praktik etika bisnis Islam sebagaimana penuturan Bapak Ahmad Junaidi Nur selaku Kepala Bagian Operasional (KBO) BMT UGT Sidogiri Malang Kota pada tanggal 14 Januari 2020.

“Modal dasar manusia dalam berusaha itu ada 3 yaitu dana, ilmu, dan spiritual/ etika. Dari ketiga modal ini, spiritual lah yang paling penting. Dan apalagi yang bisa diandalkan dari teman-teman BMT Sidogiri selain kejujuran? Kita gak pernah sekolah, gak punya ijazah, kita hanya alumni pesantren yang dididik dalam bidang keagamaan. Dan sekarang kita dituntut untuk menerapkan apa yang sudah kita alami dulu,

termasuk juga memberi pelayanan dengan etika yang baik, meskipun tidak sempurna dan banyak kekurangan. Target kita bukan keuntungan yang banyak, tapi hubungan yang berkelanjutan dengan anggota, makanya kita berusaha sebaik mungkin, salah satunya dengan silaturahmi ke rumah-rumah anggota. Kita ambil barokahnya”.

Penuturan Bapak Ahmad Junaidi Nur ini juga selaras dengan opini yang disampaikan oleh Ibu Mutmainnah yang sudah menjadi anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota selama 9 tahun pada tanggal 25 Januari 2020.

“Saya merasa sangat terbantu dan puas dengan BMT Sidogiri, karena Pak Salam (AO BMT UGT Sidogiri Malang Kota) mau ke pasar, jadi saya kalo mau nabung atau narik bisa langsung di pasar gak usah ke kantor, karna saya sendiri repot di pasar dan gak sempet kalo mau ke kantor”

Alasan lainnya dikarenakan pada tahun 2014 BMT UGT Sidogiri meraih penghargaan sebagai BMT dengan keuangan mikro syariah terbaik dengan aset lebih dari 50 miliar dari KARIM Business Consulting. Selain itu pada tahun 2012 BMT UGT Sidogiri juga sempat meraih penghargaan Stand terbaik dalam ajang Expo pembiayaan KSP/USP-Koperasi Jawa Timur.

Kemudian alasan mengapa penelitian ini dilakukan di BMT UGT Sidogiri Malang Kota adalah dikarenakan BMT UGT Sidogiri Malang Kota merupakan salah satu BMT UGT Sidogiri paling maju diantara BMT UGT Sidogiri lainnya sebagaimana wawancara yang dilakukan dengan Bapak Saifulloh Muhyidin selaku wakil ketua di kantor pusat BMT UGT Sidogiri. BMT UGT Sidogiri Malang Kota menjadi BMT paling maju diantara BMT UGT Sidogiri lainnya dikarenakan memiliki 5 keunggulan, antara lain: memiliki DPK yang baik, NPF yang rendah, pendapatan SHU terbesar, Pencairan pembiayaannya cepat, dan kelancaran anggotanya dalam mencicill.

Hal ini membuktikan bahwa layanan BMT UGT Sidogiri Malang Kota adalah layanan yang baik dan diakui publik sehingga diharapkan lokasi penelitian di BMT UGT Sidogiri Malang Kota dapat mendukung berjalannya penelitian yang akurat, sehingga hasil penelitian ini dapat bermanfaat. Oleh karena itu, dirasa penting melakukan penelitian dengan judul pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota (Studi pada Baitul Maal wat Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Malang Kota)



1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka berikut ditetapkan rumusan masalah pada penelitian ini:

1. Apakah secara simultan, etika bisnis Islam yang meliputi keseimbangan/kesejajaran (*al-Adl*), kehendak bebas (*Ikhtiyar*), tanggung jawab (*Fardh*), dan kebajikan (*Ihsan*) berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri?
2. Apakah ada pengaruh prinsip keseimbangan/kesejajaran (*al-'Adl*) terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri?
3. Apakah ada pengaruh prinsip kehendak bebas (*Ikhtiyar*) terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri?
4. Apakah ada pengaruh prinsip tanggung jawab (*Fardh*) terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri?
5. Apakah ada pengaruh kebajikan (*Ihsan*) terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui pengaruh simultan etika bisnis Islam yang meliputi keseimbangan/kesejajaran (*al-Adl*), kehendak bebas (*Ikhtiyar*), tanggung

jawab (*Fardh*), dan kebajikan (*Ihsan*) terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri

2. Untuk mengetahui pengaruh keseimbangan/kesejajaran (*al-'Adl*) terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri
3. Untuk mengetahui pengaruh prinsip kehendak bebas (*Ikhtiyar*) terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri
4. Untuk mengetahui pengaruh prinsip tanggung jawab (*Fardh*) terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri
5. Untuk mengetahui pengaruh prinsip prinsip kebajikan (*Ihsan*) terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri

1.4. Manfaat Penelitian

Pihak yang diharapkan mendapat kontribusi dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Diharapkan mampu mengilhami siapa saja yang sedang mempelajari atau mengembangkan ilmu ekonomi syariah dari segi wawasan maupun ilmu pengetahuan.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi BMT, memperluas wawasan mengenai Ilmu Syariah, dan memberikan informasi mengenai implementasi etika bisnis Islam.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Sebenarnya penelitian mengenai pengaruh etika bisnis syariah sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Berikut adalah pemaparan singkat mengenai hasil penelitian-penelitian terkait yang telah dilakukan, guna mempermudah sekaligus menjelaskan perbedaan yang dimiliki penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atau penelitian terdahulu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rifda Nabila pada penelitiannya yang berjudul *Application of Islamic business ethics in online selling and buying transaction* dengan analisis *Partial Least Square (PLS)* menyimpulkan bahwasanya 2 variabel etika bisnis Islam yakni Kehendak bebas dan kebajikan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel ketuhanan, keadilan, dan tanggung jawab tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan. (Nabila, 2019)
2. Penelitian yang dilakukan oleh Farah Aunti Sholihah dengan judul Pengaruh persepsi pelanggan terkait etika Bisnis Islam terhadap kepuasan pelanggan pengguna *E-Commerce* dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana menghasilkan kesimpulan bahwa variabel etika bisnis Islam secara signifikan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Sholihah & Indrarini, 2019)
3. Penelitian Siti Nur Latifah dengan judul Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Muhammad SAW Terhadap Customer Retention dan Dampaknya

Terhadap Peningkatan Pendapatan Internal Stakeholders menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) menghasilkan kesimpulan bahwasanya etika bisnis Muhammad SAW berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan *internal stakeholders* melalui *customer retention* (Latifah, 2019)

4. Penelitian yang dilakukan oleh Endah Dwi Agustina yang berjudul pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta dengan menggunakan analisis regresi linier berganda menghasilkan kesimpulan bahwa kepuasan nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta secara simultan signifikan dipengaruhi oleh tanggung jawab dan kebebasan, sedangkan variabel keadilan dan ihsan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasaban BPRS Dana Hidayatulloh (Agustina, 2016)
5. Jefry Wiharto juga pernah melakukan penelitian yang berjudul pengaruh etika perilaku penjual terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) menghasilkan kesimpulan bahwa bahwa etika perilaku penjual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan. (Wihartono, 2016)
6. Sealnjutnya adalah penelitian Zuni Lestari yang berjudul pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan anggota BMT Kube Sejahtera Sleman menggunakan analisis regresi linier berganda menghasilkan kesimpulan bahwa tidak adanya pengaruh antara variabel

keadilan, kebebasan, dan tanggung jawab terhadap kepuasan anggota BMT Kube Sejahtera Sleman. Sedangkan variabel ihsan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Kube Sejahtera Sleman. (Lestari, 2015)

7. Zeynep Arslan dalam penelitiannya yang berjudul *islamic business ethics and its impact on strategic business of muslim* menghasikan kesimpulan bahwa prespektif ilahi dalam etika bisnis Islam (kesatuan, keseimbangan, dan tanggung jawab) mempengaruhi proses kognitif muslim dalam melakukan strategi bisnis (Arslan, 2008)
8. Mohd Zulkifli Muhammad dkk melakukan penelitian dengan judul *An analysis of islamic ethics in small and medium enterprises* menghasilkan kesimpulan bahwa penerapan etika yang meliputi 5 aksioma yakni keadilan, kebenaran, kebajikan, ketulusan, dan kepercayaan secara signifikan dapat memaksimalkan nilai bisnis. (Muhammad et al., 2008)
9. Kesimpulan yang didapatkan oleh Fauzan dan Ida Nuryana pada penelitiannya yang berjudul pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan pelanggan di Warung Bebek H. Slamet Kota Malang menggunakan analisi regresi linier berganda adalah adanya pengaruh positif dan signifikan dimensi kejujuran dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dimensi keadilan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Fauzan & Nuryana, 2004)

2.1.1. Tabel Penelitian terdahulu

Tabel 2.1
Daftar Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul Penelitian, Tahun	Variabel	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rifda Nabila, <i>Application of Islamic business ethics in online selling and buying transaction</i> , 2019	Variabel Independent: kehendak bebas, kebajikan, ketuhanan, keadilan, tanggung jawab Variabel dependent: kepuasan pelanggan	Kuantitatif	Variabel Kehendak bebas dan kebajikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel ketuhanan, keadilan, dan tanggung jawab tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan
2.	Farah Aunti Sholihah mengenai Pengaruh persepsi pelanggan terkait etika Bisnis Islam terhadap kepuasan pelanggan pengguna <i>E-Commerce</i> , 2019	Variabel Independent: Etika bisnis Islam Variabel dependent: kepuasan pelanggan	Kuantitatif	Variabel etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan
3.	Endah Dwi Agustina, <i>Pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan nasabah BPRS Dana Hidayatullah</i>	Variabel Independent: kebebasan, ihsan, keadilan, tanggung jawab Variabel dependent: kepuasan	Kuantitatif	Variabel kebebasan dan tanggung jawab berpengaruh signifikan, sedangkan ihsan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

	<i>Yogyakarta, 2016</i>	nasabah		BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta
4.	Jefry wiharto, <i>Pengaruh etika perilaku terhadap loyalitas melalui kepuasan dan kepercayaan pelanggan pada Dealer mobil nissan basuki rahmat Surabaya, 2016</i>	Variabel Independent: etika perilaku penjual Variabel dependent: loyalitas Variabel intervening: kepuasan pelanggan	Kuantitatif	Etika perilaku penjual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan
5.	Siti Nur Latifah, <i>pengaruh penerapan etika bisnis Muhammad terhadap Customer retention dan dampaknya terhadap peningkatan pendapatan internal stakeholders, 2015</i>	Variabel Independent: Etika bisnis Muhammad SAW Variabel dependent: pendapatan internal stakeholders Variabel intervening: kepuasan pelanggan	<i>Explanatory research</i>	Etika bisnis Islam signifikan mempengaruhi peningkatan pendapatan internal stakeholders melalui customer retention
6.	Zuni Lestari, <i>Pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan anggota Kube Sejahtera, 2015</i>	Variabel Independent: kebebasan, ihsan, keadilan, tanggung jawab Variabel dependent: kepuasan anggota	Kuantitatif	variabel keadilan, kebebasan, dan tanggung jawab tidak berpengaruh, sedangkan variabel ihsan dan transparansi berpengaruh positif

7.	Mohd Zulkifli Muhammad dkk, <i>An analysis of islamic ethics in small and medium enterprises</i> , 2008	Variabel Independent: Etika Islam Variabel dependent: nilai bisnis	Kualitatif	Etika yang meliputi 5 aksioma yakni keadilan, kebenaran, kebajikan, ketulusan, dan kepercayaan secara signifikan dapat memaksimalkan nilai bisnis.
8.	Zeynep Arslan, <i>islamic business ethics and its impact on strategic business decision making process of muslim</i> , 2008	Variabel Independent: etika bisnis Islam Variabel dependent: strategi bisnis	Kuantitatif	Prespektif ilahi dalam etika bisnis Islam yang terdiri dari 3 aksioma dasar yakni kesatuan, keseimbangan, dan tanggung jawab berpengaruh signifikan terhadap proses kognitif muslim dalam melakukan strategi bisnis.
9.	Fauzan dan Ida Nuryana, <i>Pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan Warung Bebek Haji Slamet Malang Kota</i> , 2004	Variabel Independent: kejujuran, kepercayaan, keadilan Variabel dependent: kepuasan pelanggan	Kualitatif dengan survey dan kuisioner	Dimensi kejujuran dan kepercayaan berpengaruh signifikan positif sedangkan dimensi keadilan berpengaruh negative dan tidak signifikan

Sumber: diolah peneliti, 2020

2.2. Kajian Teoritis

2.2.1. Etika Bisnis Islam

“Etika beresensi pada nilai-nilai dan norma-norma konkret yang menjadi kompas dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupannya. Di dalamnya mengandung perintah dan larangan yang bersifat konkret, dan karena itu lebih mengikat setiap individu manusia.” (Djakfar, 2012)

Jadi secara konkret etika bisa diartikan sebagai pedoman berperilaku manusia dalam sebuah organisasi ataupun masyarakat. Yang secara tidak langsung di dalamnya terdapat perilaku baik dan buruk. Apabila seseorang berperilaku baik maka ia berhak mendapat penghargaan baik itu timbal balik ataupun pujian. Sebaliknya, apabila seseorang berperilaku buruk atau tidak sesuai dengan kode etik yang telah diterapkan maka ia berhak untuk dikenakan hukuman, baik itu berupa cacian atau sanksi lainnya.

Manusia diberkahi dengan kebebasan dalam berindak dan bertanggung jawab terhadap apa yang menjadi keyakinannya terhadap Tuhan, kebebasan ini merupakan titik sentral etika bisnis Islam. Akan tetapi kebebasan ini memiliki batasan, dalam artian tidaklah mutlak. Karena kebebasan mutlak hanyalah milik Tuhan selaku pencipta (khalik) semua makhluk, tidak ada satu makhlukpun yang dapat menyaingi kemahakuasaan-Nya. Dalam skema etika islam, manusia merupakan wakil Tuhan dimuka bumi yang menjadi pusat penciptaan Tuhan. Sebagaimana firman-Nya dalam Q.S Al-An'am 165 yang berbunyi:

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيُبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ ۗ

إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَحِيمٌ

“Dan Dialah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan Dia meninggikan sebahagian kamu atas sebahagian (yang lain) beberapa derajat, untuk mengujimu tentang apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu amat cepat siksaan-Nya dan sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Menurut (Qordhowi, 1995) antara ekonomi dan akhlak (etika) tidak pernah terpisah sama sekali, seperti halnya antara ilmu dan akhlak, antara politik dan akhlak, dan antara perang dan akhlak. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islami. Jadi seorang pengusaha dalam menjalankan bisnisnya haruslah berlandaskan pada kemaslahatan bukan hanya sekedar mencari keuntungan. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh keridhoan Allah SWT sehingga apa yang didapatkan menjadi berkah dan bermanfaat. Itulah sejatinya seorang pembisnis muslim.

2.2.2. Aksioma Etika Bisnis Islam

Menurut (Naqvi, 2003) Etika meliputi 4 aksioma, sekalipun masing-masing aksioma dijabarkan secara berbeda oleh berbagai kalangan. Ke-empat aksioma tersebut meliputi:

1. Kesatuan (*Tawhid*)

Kepercayaan secara total dan murni terhadap kesatuan/keesaan Tuhan merupakan sumber utama etika islam. Hal ini mencerminkan dimensi vertikal Islam yang menghubungkan antara makhluk dengan segala keterbatasannya dengan sang Khalik sebagai satu-satunya Dzat yang

memiliki kesempurnaan. Hubungan vertikal inilah yang menjadi wujud penyerahan diri manusia secara total terhadap Tuhannya dengan menunjukan segala keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk terhadap titah-Nya (Djakfar, 2008). Sebagaimana firman Allah Q.S Al-anam 162:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

“Katakanlah: sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.”

2. Keseimbangan/ kesejajaran (*al-Adl*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomordir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S.Al-Maidah 8 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۗ

وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ۭٓ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ ۚ اَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۗ

وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌۢ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada

Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Berperilaku adil akan dekat dengan taqwa, karena itu dalam perniagaan (*tijarah*), Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun (Badroen, 2006)

3. Kehendak bebas (*ikhtiyar-Freewill*)

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberi kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan (Beekum, 2006).

Sebagaimana firman Allah dalam Q.S.Al-Kahfi 29 yang berbunyi:

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ ۗ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ

“Dan katakanlah: Kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu; maka barangsiapa yang ingin (beriman) hendaklah ia beriman, dan barangsiapa yang ingin (kafir) biarlah ia kafir”

4. Tanggung jawab (*Fardh*)

Islam sangat menjunjung tinggi kebebasan individu, akan tetapi tidak pula mengabaikan konsep tanggung jawab. Pada hakikatnya, yang

dikehendaki oleh ajaran Islam adalah bertanggung jawab atas kebebasan yang mereka pilih. Manusia akan dituntut untuk mempertanggung jawabkan segala perbuatannya baik pada manusia lain maupun kepada sang Khalik (Djakfar, 2008)

Sebagaimana firman-Nya pada Q.S Al-An'am 164 :

قُلْ أَغْيَرَ اللَّهُ أَبْغِي رَبًّا وَهُوَ رَبُّ كُلِّ شَيْءٍ ۗ وَلَا تَكْسِبُ كُلُّ نَفْسٍ إِلَّا
عَلَيْهَا ۗ وَلَا تَنْزُرُ وَازِرَةً وَّزَرَ أُخْرَىٰ ۗ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّكُمْ مَرْجِعُكُمْ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا
كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ

”Katakanlah: Apakah aku akan mencari Tuhan selain Allah, padahal Dia adalah Tuhan bagi segala sesuatu. Dan tidaklah seorang membuat dosa melainkan kemudharatannya kembali kepada dirinya sendiri; dan seorang yang berdosa tidak akan memikul dosa orang lain. Kemudian kepada Tuhanmulah kamu kembali, dan akan diberitakan-Nya kepadamu apa yang kamu perselisihkan.”

5. Kebajikan (*Ihsan*)

Ihsan adalah kesadaran dalam beribadah seakan akan melihat Allah, dan jika tidak begitu, maka meyakini bahwa Allah melihat kita. Dengan kata lain bahwa ihsan adalah melakukan perbuatan baik sehingga dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain tanpa adanya kewajiban atau seseorang yang mewajibkan dalam berbuat seperti itu (Beekum, 2006).

Ihsan lebih penting kehadirannya ketimbang keadilan dalam kehidupan sosial. Karena menurutnya kehadiran merupakan “*the corner stone of society*”, sedangkan ihsan adalah “*beauty and perfection*” sistem sosial.

2.2.3. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler “*Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya*” (Kotler, 2005)

Ketika pelanggan menggunakan suatu barang ataupun jasa, pelanggan akan membandingkan antara harapan yang ia rasakan terhadap suatu produk atau jasa dengan kinerja yang diberikan. Apabila kinerja yang ia dapatkan sesuai atau bahkan melebihi harapan yang mereka perasangkakan, berarti pelanggan tersebut mendapatkan kepuasan. Sebaliknya, apabila kinerja yang pelanggan dapat dari suatu barang atau jasa tidak sesuai dengan yang mereka harapkan, maka pelanggan akan mengalami ketidakpuasan akan suatu barang ataupun jasa.

Setelah menggunakan/ mengkonsumsi suatu barang atau jasa, pelanggan akan menunjukkan suatu sikap terhadap apa yang telah dinikmatinya. Sikap yang timbul ini merupakan tanggapan pelanggan atas fitur-fitur yang disediakan suatu produk ataupun jasa. Tingkat pemenuhan kebutuhan pelanggan melalui produk ataupun jasa yang dihasilkan akan berpengaruh terhadap tingkat kesenangan dan loyalitas pelanggan.

Menurut Tjiptono, terdapat 6 cara untuk melakukan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2006), yakni:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*).
Pengukuran ini ditempuh dengan cara beratanya secara langsung kepada pelanggan mengenai tingkat kepuasan yang timbul dari kinerja suatu

barang ataupun jasa. Terdapat 2 bagian yang harus ditempuh pada cara ini, yang pertama yakni dengan mengukur tingkat kepuasan yang pelanggan dapat. Dan yang kedua dengan membandingkan tingkat kepuasan yang pelanggan dapat dari produk atau jasa yang kita miliki dengan kepuasan mereka terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh kompetitor

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan. Pada prosesnya, cara ini memiliki 4 tahapan yang harus ditempuh, yakni: Pertama adalah mencari tahu dimensi apa saja yang menjadi inti dari kepuasan pelanggan. Kedua adalah memperhatikan penilaian pelanggan mengenai produk dan jasa. Ketiga, membandingkan penilaian pelanggan mengenai produk yang kita hasilkan dengan produk yang competitor hasilkan. Dan yang terakhir adalah memperhatikan dimensi apa yang membangun kepuasan di hati pelanggan.
3. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectation*) Pada konsep ini kepuasan pelanggan tidak diukur secara langsung. Melainkan dengan mencari adanya GAP antara ekspektasi dengan kinerja suatu barang ataupun jasa.
4. Minat Pembelian Ulang (*Repurchase Intent*). Kepuasan pelanggan diukur dengan cara memberikan pertanyaan apakah pelanggan memiliki keinginan untuk membeli produk atau jasa secara berulang.
5. Kesiediaan untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*). Loyalitas pelanggan dapat dilihat dari kemauan pelanggan untuk

merekomendasikan barang yang mereka pakai kepada orang lain, seperti saudara, kerabat, dan tetangga.

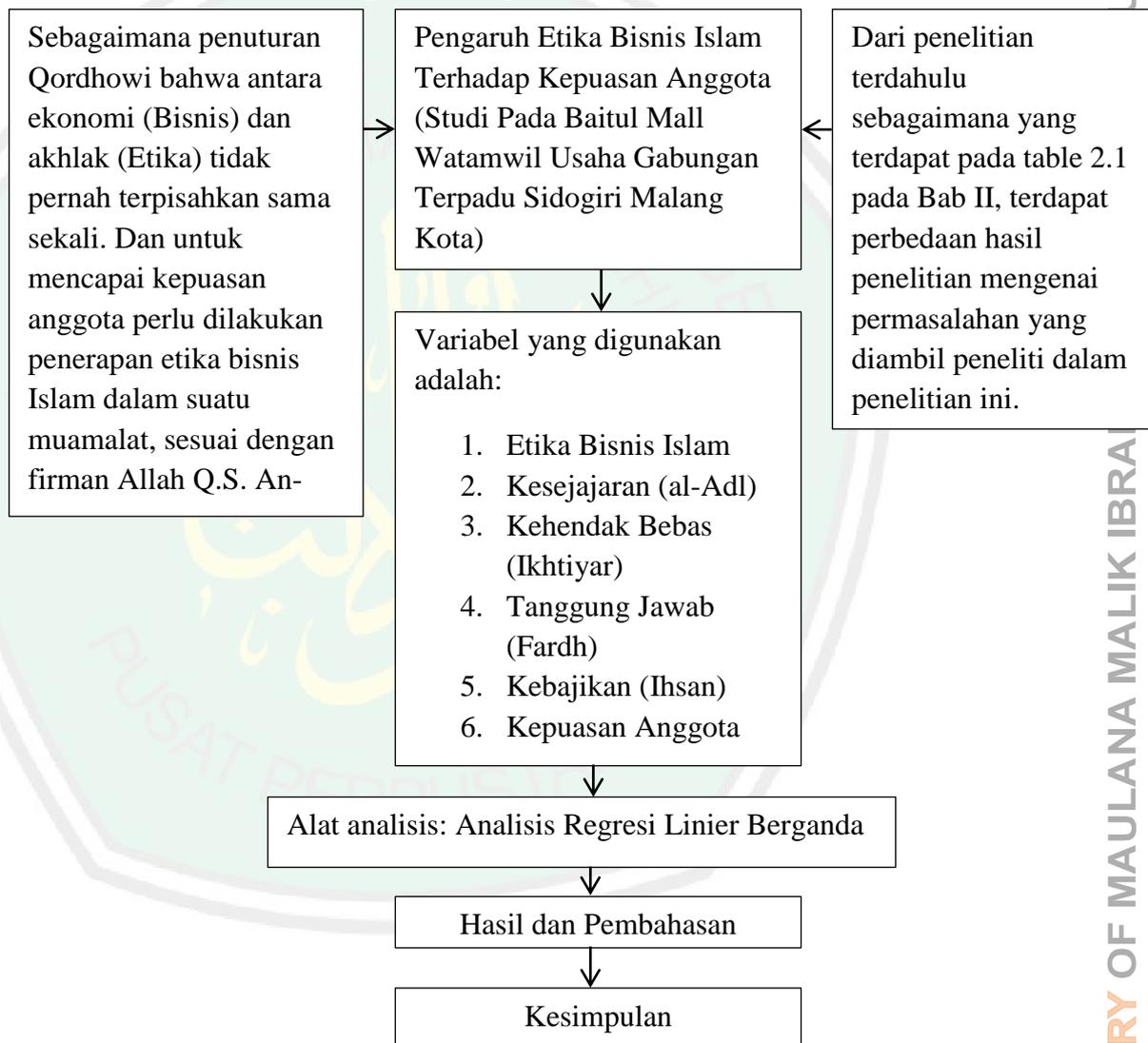
6. Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*). Terdapat beberapa cara untuk menilai ketidakpuasan pelanggan terhadap barang atau jasa yang kita hasilkan, seperti dengan cara menilai banyaknya komplain, produk-produk yang dikembalikan, biaya garansi, dan berpindahnya pelanggan kepada produk kompetitor.



2.3. Kerangka Konseptual

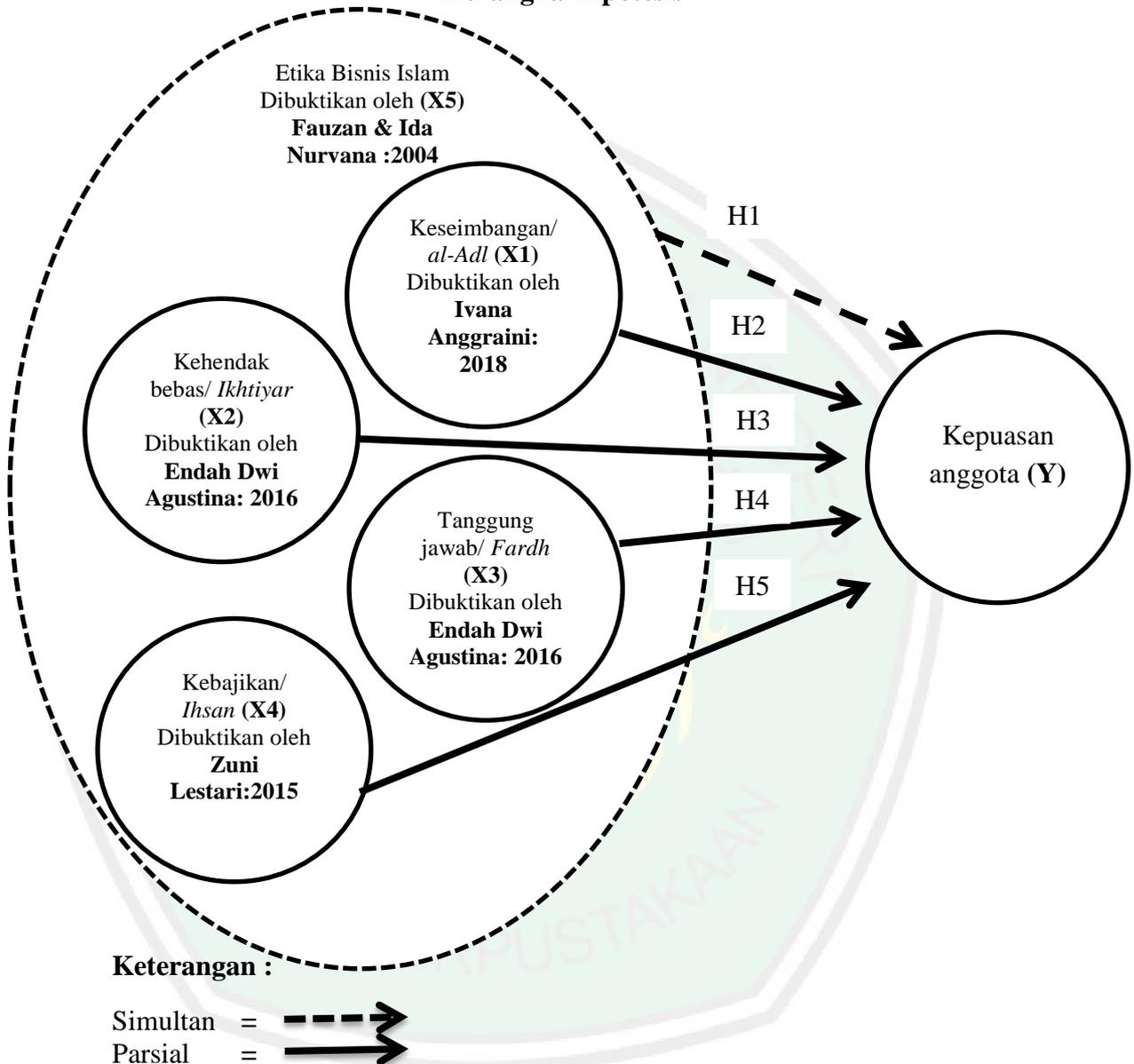
Sebagaimana penjelasan yang telah dijelaskan pada latar belakang maupun kajian pustaka, maka berikut adalah perumusan kerangka konseptual dari penelitian tentang pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan anggota.

Gambar 2.1
Bagan Kerangka Konseptual Penelitian



2.4. Kerangka Hipotesis

Gambar 2.2
Kerangka Hipotesis



Sumber: diolah peneliti,2020

2.5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis Secara Simultan :

H1 =Terdapat pengaruh signifikan penerapan etika bisnis Islam yang meliputi keseimbangan/kesejajaran (*al-Adl*), kehendak bebas (*Ikhtiyar*), tanggung jawab (*Fardh*), dan kebajikan (*Ihsan*) terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota.

Didukung oleh Penelitian : Fauzan & Ida Nuryana: 2004

Hipotesis secara parsial :

H2 =Terdapat pengaruh signifikan prinsip keseimbangan (*Al-adl*) terhadap kepuasan nasabah BMT Sidogiri Malang Kota.

Didukung oleh Penelitian : Ivana Anggraini: 2018

H3 =Terdapat pengaruh signifikan penerapan prinsip kehendak bebas/ ikhtiar terhadap kepuasan nasabah BMT Sidogiri Malang Kota.

Didukung oleh Penelitian : Endah Dwi agustina: 2016

H4 = Terdapat pengaruh signifikan penerapan prinsip tanggung jawab/ fardh terhadap kepuasan nasabah BMT Sidogiri MalangKota.

Didukung oleh Penelitian : Endah Dwi agustina: 2016

H5 =Terdapat pengaruh signifikan penerapan kebajikan/ ihsan terhadap kepuasan nasabah BMT Sidogiri Malang Kota.

Didukung oleh Penelitian : Zuni Lestari:2015

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti (Suryani & Henrayadi, 2015).

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei, penelitian survei merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur/sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti, dicatat, diolah, dan dianalisis (Prasetyo & Jannah, 2007).

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah adalah BMT UGT Sidogiri Malang Kota yang terletak di Jl.Kebalen Wetan No.1, Kotalama, Kecamatan Kedungkandang, Malang Kota, Jawa Timur. Penentuan lokasi ini didukung oleh penghargaan-penghargaan yang sudah diperoleh oleh BMT UGT Sidogiri sendiri, antara lain penghargaan sebagai BMT dengan keuangan mikro terbaik dan penghargaan stand terbaik diajang Expo pembiayaan KSP/USP-Koperasi Jawa Timur, sehingga diharapkan lokasi yang diambil dapat sesuai dan mendukung penelitian yang dilakukan.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan elemen yang hendak diduga karakteristiknya. Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi yang hendak diuji karakteristiknya (Suliyanto, 2018). Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh anggota pada BMT UGT Sidogiri Malang Kota.

Secara umum, sampel dapat didefinisikan sebagai bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti (Riduwan, 2018) Untuk menentukan sebuah sampel dari suatu populasi perlu digunakan perhitungan maupun acuan table yang dikembangkan para ahli. Secara umum untuk penelitian survey sebagaimana penelitian ini jumlah sampel minimum yang harus ada adalah 100 (Rimbani, 2017)

Dikarenakan pada penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel didasarkan pada rumus Lemeshow: (Lemeshow et al., 1997)

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standard = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0.10) atau sampling error = 10%

Maka jumlah sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Dari perhitungan diatas maka jumlah sampel yang harus ada dalam penelitian ini adalah sejumlah 100 sampel

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan suatu jalan untuk mengambil sampel yang *representatif* dari suatu populasi. Pengambilan sampel ini harus dilakukan dengan sangat baik agar sampel yang diambil benar-benar mewakili keadaan populasi yang sebenarnya. Terdapat 2 macam teknik pengambilan sampel, yakni *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Dalam penelitian ini akan digunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara *propotional sampling* dan *accidental sampling*.

Non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Sedangkan *propotional sampling* adalah pengambilan sampel secara proporsi dilakukan dengan mengambil subyek dari setiap strata atau setiap wilayah ditentukan seimbang dengan banyaknya subyek dalam masing-masing strata atau wilayah (Arikunto, 2006). Adapun kategori yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. 20 orang anggota yang dilayani oleh Bapak Salam di Pasar Kebalen
- b. 20 orang anggota yang dilayani oleh Bapak Misbach di Pasar Kebalen

- c. 20 orang anggota yang dilayani oleh Bapak Malik di Pasar Besar
- d. 20 orang anggota yang dilayani oleh Bapak Mahrus di Pasar Besar
- e. 20 orang anggota yang dilayani oleh Bapak Huda di Kantor BMT UGT Sidogiri Malang Kota.

Kemudian dilakukanlah teknik *accidental sampling*, merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya) maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (Riduwan, 2018).

3.5. Data

Menurut Suliyanto dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Bisnis, data merupakan kumpulan fakta. Fakta diperoleh dari hasil pengukuran variabel baik berupa teks, angka, citra, audio, maupun video. Data berbeda dengan informasi, karena data merupakan asal muasal dari informasi. Apabila sebuah data diambil dengan cara yang benar dan diolah dengan cara yang benar pula, maka akan menghasilkan informasi yang akurat (Suliyanto, 2018)

Jika dipandang dari cara memperolehnya, data dibedakan menjadi 2, yakni data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer juga sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama (Suliyanto, 2018). Jadi pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah dengan mengambil data

yang didasarkan dari jawaban kuisisioner yang disebarakan pada anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota.

Sedangkan data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh orang lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan ataupun tidak. Maka, dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan berupa buku-buku referensi, dokumentasi instansi, dan seluruh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, terdapat 3 teknik yang bisa digunakan untuk mendapatkan data, antara lain menggunakan angket/kuisisioner, wawancara, dan observasi. Dalam penelitian ini, akan digunakan 2 teknik saja. Antara lain:

1. Angket (kuisisioner)

Teknik angket (kuisisioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan yang sudah diajukan (Umar, 1996).

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup, dimana peneliti telah menyediakan pertanyaan yang dianggap relevan yang kemudian akan dijawab oleh responden sesuai dengan skor yang

sesuai dengan jawaban mereka. Berikut adalah penskoran yang diberikan pada angket yang disediakan.

Tabel 3.1
Skor jawaban yang disediakan

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

Sumber: diolah peneliti, 2019

2. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung kepada objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan apabila objek penelitian bersifat perilaku dan tindakan manusia, fenomena alam, proses kerja dan penggunaan responden kecil. (Riduwan, 2018)

3.7. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2012)

3.7.1. Variabel Bebas

Variabel bebas yang disimbolkan dengan (X) bisa juga disebut sebagai variabel yang dapat memengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel bebas, antara lain:

1. Keseimbangan/ keadilan/ *al-Adl* (X1)

Adil merupakan tindakan yang tidak memberatkan atau memihak salah satu pihak dan memberi orang lain sesuai dengan hak yang dimilikinya. Secara singkat adil merupakan perlakuan yang seimbang antara hak dan kewajiban. (Badroen, 2006).

2. Kehendak bebas/ *Ikhtiyar* (X2)

Kehendak bebas adalah kemampuan manusia untuk bertindak tanpa tekanan eksternal dalam ukuran ciptaan Allah dan sebagai khalifah Allah di muka bumi. Sebab Allah telah menganugerahi manusia dengan kemampuan untuk berfikir, membuat keputusan, dan memilih jalan hidupnya sendiri (Beekum, 2006)

3. Tanggung jawab/ *Fardh* (X3)

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Tanggung jawab juga dapat diartikan sebagai perbuatan yang didasarkan pada kesadaran akan kewajiban. (Djakfar, 2008)

4. Kebajikan/ *Ihsan* (X4)

Ihsan adalah melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat. (Beekum, 2006)

3.7.2. Variabel Terikat

Variabel terikat yang disimbolkan dengan (Y) merupakan variabel yang dapat dipengaruhi. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota. Kepuasan anggota didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. (Kotler, 2005)

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sumber
Keseimbangan/keadilan (al-‘Adl wa al-Ihsan) (X1)	Adil merupakan tindakan yang tidak memberatkan atau memihak salah satu pihak dan memberi orang lain sesuai dengan hak yang dimilikinya. Secara singkat adil merupakan perlakuan yang seimbang antara hak dan kewajiban.	1. Tidak ada diskriminasi 2. Tidak mengurangi takaran.	(Badroen, 2006)
Kehendak bebas (Ikhtiyar-Freewill) (X2)	Kehendak bebas adalah kemampuan manusia untuk bertindak tanpa tekanan eksternal dalam ukuran ciptaan Allah dan sebagai khalifah Allah di muka bumi. Sebab Allah telah menganugerahi manusia dengan kemampuan untuk berfikir, membuat keputusan, dan memilih	1. Tidak memaksakan kehendak 2. Memberikan kebebasan untuk berfikir 3. Memberikan kesempatan untuk membuat keputusan	(Beekum, 2006)

	jalan hidupnya sendiri.		
Tanggung jawab (Fardh) (X3)	Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Tanggung jawab juga dapat diartikan sebagai perbuatan yang didasarkan pada kesadaran akan kewajiban.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memenuhi hak anggota 2. Menjaga amanah yang diberikan 	(Djakfar, 2008)
Kebajikan (ihsan) (X4)	Ihsan adalah melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bertutur kata baik dalam melayani 2. Hormat dan tadzim ketika berinteraksi 3. Memberikan toleransi 4. Menjalankan perintah Allah 	(Beekum, 2006)
Kepuasan Anggota (Y)	Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Presepsi kinerja 3. Penilaian pelanggan 	(Kotler, 2005)

Sumber: diolah peneliti, 2020

3.8. Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala likert yang memiliki definisi sebagai skala yang berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Responden diminta untuk mengisi pertanyaan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu bisa 5 atau 7 (agar dapat menampung kategori yang netral) atau bisa memasukkan kategori “tidak tahu” (Umar, 1996)

Pada penelitian ini digunakan skala ordinal 1 sampai 5, dimana angka satu menunjukkan “sangat tidak setuju”, angka 2 menunjukkan “tidak setuju”, angka 3 menunjukkan “netral”, angka 4 menunjukkan “setuju”, dan angka 5 menunjukkan “sangat setuju”. Berikut contoh angket yang akan disebarakan:

Tabel 3.3
Contoh angket

No	Pertanyaan	JAWABAN				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Keadilan						
1.	Pihak BMT Sidogiri tidak memperlakukan semua nasabah dengan cara yang sama tanpa membedakan penampilan nasabah.					
2.	Perhitungan bagi hasil BMT Sidogiri sesuai dengan bagi hasil					

Sumber: diolah, 2020

3.9. Uji Validitas dan Reabilitas

Untuk mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti, diperlukan alat ukur yang benar-benar dapat mengukur variabel tersebut (valid) dan memberikan hasil pengukuran yang konsisiten dan dapat dipercaya (reliabel), agar simpulan penelitian yang diperoleh tidak keliru atau tidak memberikan gambaran yang jauh berbeda dari keadaan yang sebenarnya.

3.9.1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir, dengan rumus *Pearson Product Moment* (Arikunto, 2002) sebagai berikut :

$$r_{\text{hitung}} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

- r_{hitung} = Koefisien korelasi
- $\sum X_i$ = Jumlah skor item
- $\sum Y_i$ = Jumlah skor total (seluruh item)
- N = Jumlah responden

Kriteria pengujian yang diterapkan dalam uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05 adalah :

- a. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dinyatakan tidak valid.

3.9.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat ukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Makin kecil kesalahan pengukuran, makin reliabel alat ukurnya. Sebaliknya, makin besar kesalahan pengukuran, makin tidak reliabel alat ukurnya. (Umar, 2003)

Ada beberapa pendekatan yang digunakan untuk mengukur reliabilitas instrument, salah satunya yaitu metode alpha (cronbach's). metode ini banyak dipakai dikarenakan rumus yang digunakan tidak terpengaruh jika varian dan kovarian dari komponen-komponennya tidak sama (Wiyono, 2011). Berikut rumus metode alpha (cronbach's) :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Dimana :

r_{11} = Cronbach's Coefficient Alpha atau reliabilitas instrumen

k = Jumlah Item

$\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap

S_t = Varians total

Langkah-langkah mencari nilai reliabilitas dengan metode Alpha sebagai berikut:

Langkah 1: Menghitung varians skor tiap-tiap item dengan rumus:

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N}$$

Langkah 2: Menjumlahkan varians semua item dengan rumus:

$$\sum S_i = S_1 + S_2 + S_3 + \dots + S_n$$

Langkah 3: Menghitung varians total dengan rumus

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N}$$

Langkah 4: Masukkan nilai Alpha dengan rumus:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Nilai Cronbach alpha yang dilambangkan dengan r_{11} kemudian dikonsultasikan dengan nilai r table. Reliabilitas alat tes terbukti apabila dengan tingkat kepercayaan 5% didapatkan hasil sebagaimana berikut:

- a. Apabila nilai $r_{11} > r$ table, maka alat tes atau instrument yang digunakan dalam penelitian reliable
- b. Apabila $r_{11} <$ dari r table, maka alat tes atau instrument penelitiannya tidak reliable. (Riduwan, 2018)

3.10. Analisis Data

Kegiatan analisis data dalam sebuah penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dilakukan setelah semua data terkumpul dan telah melalui uji prasyarat yang ditentukan. Apabila merumuskan hipotesis, maka hasil dari analisis data akan menguji hipotesis sekaligus menjawab rumusan masalah. (Wiyono, 2011)

3.10.1. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas ini adalah untuk menguji apakah suatu data yang digunakan untuk kegiatan penelitian memiliki distribusi normal ataukah tidak. Berikut adalah berbagai metode yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, antara lain: Uji Chi-kuadrat, Uji Liliefors, Grafik, Kolmogorov-Smirnov. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorof-Smirnov:

- a. Data penelitian dikategorikan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar daripada 0,05 ($\text{sig} > 0,05$)
- b. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari pada 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) maka data penelitian tidak berdistribusi normal (Suryani & Henrayadi, 2015).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas (Wiyono, 2011). Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk memeriksa multikolinieritas, yaitu:

- a. Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolinieritas, tetapi tidak sebaliknya, yakni adanya kolinieritas akan mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinieritas dapat saja ada walau korelasi dalam keadaan rendah.
- b. Dianjurkan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Jika R^2 sangat tinggi tetapi masing-masing r^2 parsialnya rendah maka variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan paling sedikit satu diantaranya berlebihan (Umar, 2003).
- c. Multikolinieritas juga dapat dilihat dari nilai VIF (*Variabel Inflation Factor*). Rumus untuk menguji multikolinieritas yakni :

$$VIF = \frac{1}{\textit{Tolerance Value}}$$

Kriteria pengujian multikolinieritas dengan menggunakan model pengujian VIF (*Variabel Inflation Factor*) adalah :

1. Apabila nilai $VIF \geq 10$, maka terjadi gejala multikolinieritas
 2. Apabila nilai $VIF \leq 10$, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas (Wiyono, 2011)
3. Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedasitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan model regresi (Wiyono, 2011). Ada beberapa metode

yang dapat digunakan dalam uji heteroskedasitas, antara lain: Uji Park, Uji Glesjer, Pengamatan grafik Scatterplots, dan uji Koefisien Korelasi Spearman. Pada penelitian ini akan diterapkan uji heteroskedasitas dengan uji park, yaitu meregresikan nilai residual (Lne_i^2) dengan masing-masing variabel independen (Wiyono, 2011).

Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut :

- a. Apabila nilai signifikan nya lebih besar dari 0,05 (Sig > 0,05) maka tidak terjadi gejala Heteroskedasitas.
- b. Apabila nilai signifikan nya lebih kecil dari 0,05 (Sig < 0,05) maka terjadi gejala Heteroskedasitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah Uji Durbin-Watson (uji DW). Nilai Durbin-Watson dapat dicari menggunakan rumus :

$$d = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Dimana :

d = nilai residual durbin-watson

e = residual.

Apabila nilai d sudah ditemukan, kemudian dapat dibandingkan dengan nilai d_U dan d_L yang diperoleh dari table statistic durbin-watson yang bergantung pada banyaknya observasi dan banyak variabel yang menjelaskan. Berikut adalah ketentuan nilai durbin-watson:

- a. Jika d lebih kecil dari d_L atau lebih besar dari $(4-d_L)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b. Jika d terletak antara d_U dan $(4-d_U)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Jika d terletak antara d_L dan d_U atau diantara $(4-d_U)$ dan $(4-d_L)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (Wiyono, 2011).

3.10.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, apabila dipengaruhi oleh 2 atau lebih variabel independen (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel keseimbangan/Al-adl (X_1), Kehendak bebas/ikhtiyar (X_2), Tanggung jawab/fardh (X_3), Kebajikan/ihsan (X_4), mempengaruhi kepuasan nasabah (Y_1). Jadi model regresi berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri

a = Konstanta

b_1 - b_4 = Koefisien regresi

X_1 = Variabel keseimbangan/*Al-adl*

X_2 = Kehendak bebas/*ikhtiyar*

X_3 = Tanggung jawab/*fardh*

X_4 = Kebajikan/*ihsan*

e = Standard error

3.10.3. Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk menunjukkan ketetapan penggunaan model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Ghozali mengungkapkan bahwa uji F pada dasarnya digunakan untuk mengukur apakah seluruh variabel independen yang digunakan dalam suatu penelitian, secara bersamaan dapat mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2011).

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengukur apakah etika bisnis Islam yang terdiri dari keseimbangan/ kesejajaran (*al-‘Adl*), kehendak bebas (*Ikhtiyar*), dan tanggung jawab (*Fardh*) dan kebajikan (*ihsan*, secara bersamaan dapat mempengaruhi kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri. Untuk menguji hipotesis ini, perlu digunakan uji F dengan rumus: R^2

$$F = \frac{R^2 \cdot 1 \cdot (k-1)}{(1-R^2) \cdot 1 \cdot (n-k-1)}$$

Keterangan :

F : harga F

R : koefisien korelasi ganda yang telah ditemukan

N : jumlah populasi

K : jumlah variabel independent

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Taraf signifikansi sebesar 0,05
- b. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$.

Yang berkesimpulan bahwa variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

- c. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Yang berkesimpulan bahwa variabel independen (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

2. Uji Parsial (Uji t)

Pada dasarnya, uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam merangkai variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

Berikut adalah langkah-langkah uji T :

- a. Menentukan formulasi hipotesis

$H_0 : B_i = B_0$ (Tidak ada pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4 , terhadap Y)

$H_1 : B_i \neq B_0$ (Ada pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4 , terhadap Y)

b. Menentukan taraf α dan t_{table}

Taraf nyata yang digunakan adalah 5% (0,05)

Nilai table memiliki derajat kebebasan (db) = $n-k$ yang mana

n = jumlah sampel, dan k = jumlah variabel

$$t_{table} = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k}$$

c. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{\alpha}$

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{\alpha}$

d. Pengambilan Keputusan

a. Apabila H_0 diterima, maka kesimpulan penelitian adalah tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel keseimbangan/Al-adl (X_1), Kehendak bebas/ikhtiyar (X_2), Tanggung jawab/fardh (X_3), Kebajikan/ihsan (X_4), secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri (Y_1).

b. Apabila H_0 ditolak, maka kesimpulan penelitian adalah terdapat hubungan signifikan antara variabel keseimbangan/Al-adl (X_1), Kehendak bebas/ikhtiyar (X_2), Tanggung jawab/fardh (X_3), Kebajikan/ihsan (X_4), secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri (Y_1).

3.10.4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilambangkan dengan R^2 yang berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila diketahui nilai R^2 mendekati satu, maka semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen diberikan hampir sempurna oleh variabel independen. Maka berlaku sebaliknya, apabila nilai R^2 semakin kecil, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin terbatas.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Sejarah BMT UGT Sidogiri

Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri atau biasa disebut dengan “BMT UGT Sidogiri” pertama kali beroperasi di Surabaya pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M yang kemudian mendapat badan hukum koperasi pada tanggal 22 Juli 2000 dari Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Propinsi Jawa Timur dengan SK Nomor: 09/BH/KWK. 13/VII/2000.

Awal mula pendirian BMT UGT Sidogiri digagas oleh pengasuh Pondok Pesantren Sidogiri yang merasa terganggu dengan praktik *ribawi* yang dilakukan oleh lintah darat atau yang lebih dikenal dengan rentenir yang terjadi di pasar ngempet yang letaknya berdekatan dengan pondok pesantren Sidogiri.

Dari rasa ketidaknyamanan tersebut, Pengasuh Pondok Pesantren Sidogiri memerintahkan beberapa orang yang berada dalam satu kegiatan Urusan Guru Tugas Pondok Pesantren Sidogiri (UGT PPS) untuk mendiskusikan dan mendirikan *Baitul maal wat Tamwil* demi memerangi praktik *ribawi* yang menjamur di daerah pasuruan. Orang-orang yang tergabung dalam UGT PPS tersebut merupakan alumni Pondok Pesantren Sidogiri yang berprofesi sebagai guru dan pimpinan madrasah, juga para simpatisan yang menyebar di wilayah Jawa Timur.

Pertumbuhan BMT UGT Sidogiri terbilang sangat cepat, dimana setelah 20 tahun operasionalnya, BMT UGT Sidogiri sudah memiliki 278 Unit Layanan *Baitul Maal wat tamwil* yang menyebar pada beberapa daerah di Indonesia. Kesuksesan ini tidak lepas dari praktik etika bisnis Islam yang diterapkan oleh

pengurus BMT UGT Sidogiri. Dimana mereka memprioritaskan penerapan prinsip kejujuran dan amanah. Hal ini tercermin dari visi dan misi yang dimiliki BMT UGT Sidogiri sendiri.

4.1.2. Visi dan Misi BMT UGT Sidogiri

A. Visi

“Menjadi koperasi yang Amanah, Tangguh, dan Bermartabat (MANTAB)”

B. Misi

1. Mengelola koperasi yang sesuai dengan jati diri santri
2. Menerapkan sistem syariah yang sesuai dengan standar kitab salaf dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN)
3. Menciptakan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan
4. Memperkokoh sinergi ekonomi antar anggota
5. Memperkuat kepedulian anggota terhadap koperasi
6. Memberikan khidmah terbaik terhadap anggota dan umat
7. Meningkatkan kesejahteraan anggota dan umat.

4.1.3. Sejarah BMT UGT Sidogiri Malang Kota

Sejarah berdirinya BMT UGT Sidogiri Cabang Malang tidak jauh berbeda dengan sejarah berdirinya kantor pusat BMT UGT Sidogiri, dimana gagasan pendirian muncul sebab adanya keprihatinan Bapak Ahmad Junaidi Nur yang saat ini menjabat sebagai Kepala Bagian Operasional BMT UGT Sidogiri Malang Kota pada kondisi masyarakat yang kurang memperhatikan kaidah-kaidah keislaman dalam bertransaksi. Bapak Ahmad Junaidi Nur amat resah dengan menjamurnya praktik-praktik ribawi yang dilakukan oleh rentenir di Malang Kota.

Oleh sebab itu, Bapak Ahmad Junaidi Nur berinisiatif untuk mengajak beberapa orang untuk mengganti hutang masyarakat tersebut dengan pola pinjaman bagi hasil. Kemudian berdirilah lembaga keuangan yang berpayung hukum koperasi untuk membantu masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah meningkatkan perekonomian mereka secara gotong royong.

Setelah gagasan tersebut terbentuk, kemudian diadakanlah musyawarah yang terdiri dari 3 alumni Pondok Pesantren Sidogiri, yakni Bapak Ahmad Junaidi Nur, Bapak Ghazi, dan Bapak Husain pada tahun 2008. Setelah musyawarah panjang, pada tanggal 20 Agustus 2008, terbentuklah sebuah wadah yang ditujukan untuk membantu kebutuhan ekonomi masyarakat yang dilandaskan pada prinsip-prinsip syariah yang dinamakan “Koperasi Simpan Pinjam Syariah BMT UGT Cabang Malang Kota” yang terletak di Jl.Kebalen Wetan No.1, Kotalama, Kecamatan Kedungkandang, Malang Kota, Jawa Timur.

Logo BMT diambil dari lafadz Allah terbalik yang dimaksudkan agar pengurus BMT, dimanapun ia berada selalu mengingat Allah. *Background* hijau yang melingkari logo BMT UGT melambangkan koperasi yang 100% berpijak pada prinsip syariah Islam. Warna merahnya melambangkan semangat juang BMT UGT Sidogiri dalam memelihara amanah. Dan warna putihnya melambangkan kesucian dan transparansi BMT UGT Sidogiri agar mendapatkan ridho dari Allah.

BMT UGT Sidogiri Malang Kota amat menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman, sebagaimana penuturan Bapak Ahmad Junaidi Nur selaku Kepala Bagian

Operasional (KBO) BMT UGT Sidogiri Malang Kota pada tanggal 14 Januari 2020:

“Modal dasar manusia dalam berusaha itu ada 3 yaitu dana, ilmu, dan spiritual/ etika. Dari ketiga modal ini, spiritual lah yang paling penting. Dan apalagi yang bisa diandalkan dari teman-teman BMT Sidogiri selain kejujuran? Kita gak pernah sekolah, gak punya ijazah, kita hanya alumni pesantren yang dididik dalam bidang keagamaan. Dan sekarang kita dituntut untuk menerapkan apa yang sudah kita alami dulu, termasuk juga memberi pelayanan dengan etika yang baik, meskipun tidak sempurna dan banyak kekurangan. Target kita bukan keuntungan yang banyak, tapi hubungan yang berkelanjutan dengan anggota, makanya kita berusaha sebaik mungkin, salah satunya dengan silaturahmi ke rumah-rumah anggota. Kita ambil barokahnya”.

Dari penuturan di atas dapat dilihat bahwa pengurus BMT, yang sebagian besar merupakan alumni Pondok Pesantren Sidogiri tidak memiliki latar belakang ekonomi, melainkan santri salaf yang mendalami kitab kuning. Akan tetapi mereka yakin bahwa pengetahuan dalam mengelola keuangan dapat dilatih dan dipelajari, akan tetapi kejujuran dan amanah merupakan bagian dari akhlak yang diyakini dimiliki oleh santri yang telah diterapkan sehari-hari.

4.1.4. Struktur Organisasi Instansi/Perusahaan

1. Struktur Organisasi Kantor Pusat BMT UGT Sidogiri

Pengurus

Ketua	: H.Abdul Majid Umar
Wakil Ketua I	: Ahmad Tantowie Jauhari
Wakil Ketua	: Saifulloh Muhyidin
Sekretaris	: Imron Husnan
Bendahara	: Agus Salim

Pengawas

Pengawas Syariah I : KH.A. Fuad Noer Chasan

Pengawas Syariah II : M.Sholeh Abd. Haq

Pengawas Manajemen : H.A. saifulloh Naji

Pengawas Keuangan : H.Abdulloh Rohman

General Manager : Rawahid Ruslan

Manajer Bisnis : Salim Faisal

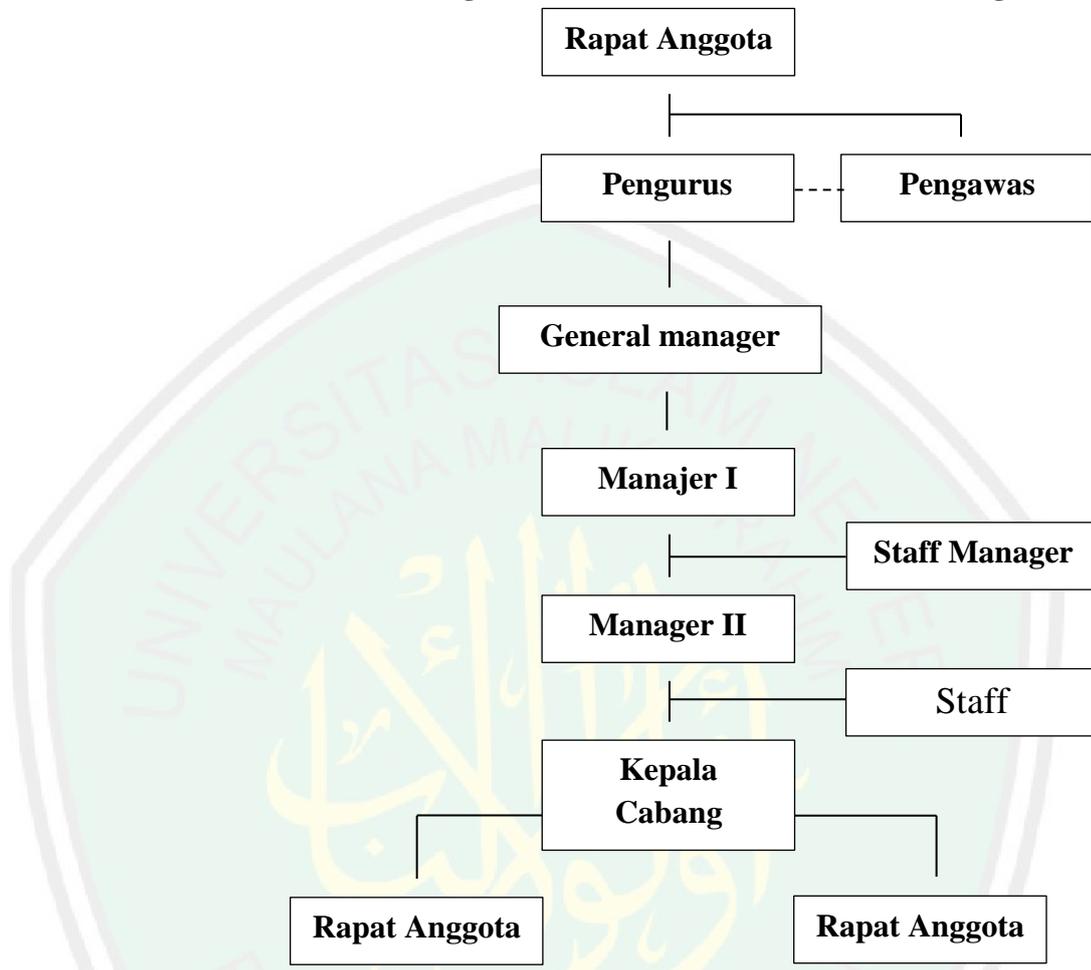
Manager Keuangan : Abdus Salam

Manager SDI : M. Muchlas

M. Pengendalian Risiko: H.M. Sholeh Wafie



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Kantor Pusat BMT UGT Sidogiri



Sumber: <https://bmtugtsidogiri.co.id/tentang-kami-9.html>

2. Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Malang Kota

Kepala Cabang Malang Kota : M Yaskur Kholil

Kepala Bagian Operasional : Ahmad Junaidi Nur

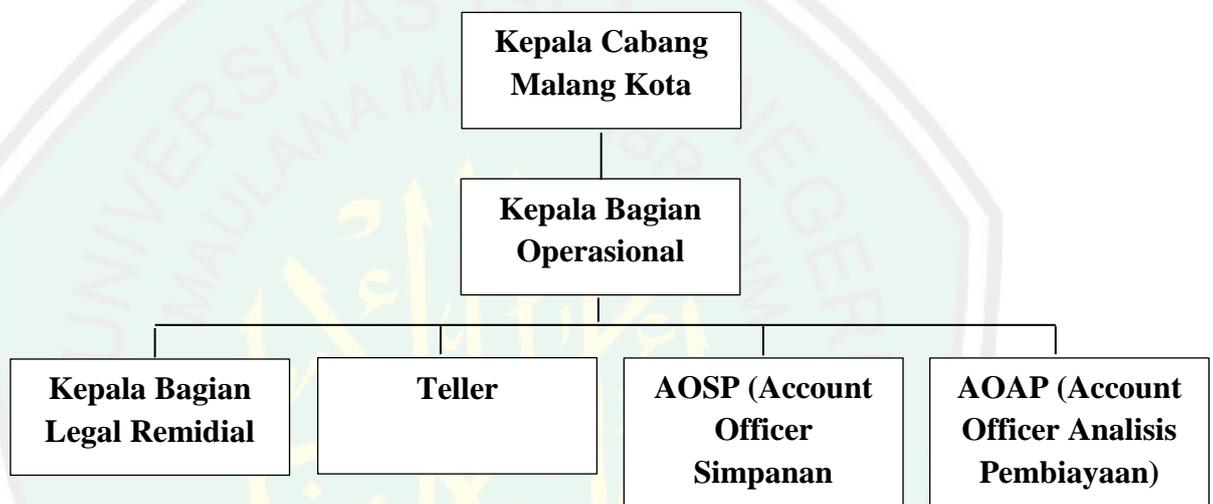
Kepala Bagian Legal Remedial : Ahmad Zainullah

Teller : Khoirul Huda

AOSP : Mahrusul Mabsud

: Abdul Salam Maimun
 : Imam Malik
 AOAP : Misbahul Munir
 : Muzzaki

Gambar 4.2
Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Malang Kota



Sumber: BMT UGT Sidogiri Malang Kota

4.1.5. Jenis-Jenis Produk BMT UGT Sidogiri Malang Kota

A. Pembiayaan

1. UGT GES (Gadai Emas Syariah)
2. UGT MUB (Modal Usaha Barokah)
3. UGT MTA (Multi Guna Tanpa Agunan)
4. UGT KBB (Kendaraan Bermotor Barokah)
5. UGT PBE (Pembelian Barang Elektronik)
6. UGT PKH (Pembiayaan Kafalah Haji)
7. UGT MJB (Multi Jasa Barokah)

8. UGT MGB (Multi Griya Barokah)
9. UGT MPB (Modal Pertanian Barokah)

B. Simpanan

1. Tabungan Haji
2. Tabungan Umroh
3. Tabungan Hari Raya Idul Fitri
4. Tabungan Pendidikan
5. Tabungan Pendidikan
6. Tabungan Kurban
7. Tabungan Tarbiyah
8. Tabungan Berjangka

C. Tabungan Masa Depan (TAMPAN)

4.1.6. Karakteristik Responden

1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Gender

Tabel 4.1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Gender

	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	36	36%
Perempuan	64	64%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

Table 4.1 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan *gender* atau jenis kelamin yang digunakan dalam penelitian ini. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terkumpul, terdapat 36 responden berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 36% dan 64 responden perempuan dengan presentase sebesar 64%. Angka ini dianggap cukup

untuk menghasilkan jawaban yang sesuai dengan yang dibutuhkan, karena baik responden laki-laki ataupun perempuan dianggap mumpuni untuk memberikan jawaban yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

	Frekuensi	Presentasi
21-30 tahun	10	10%
31-40 tahun	30	30%
41-50 tahun	35	35%
51-60 tahun	21	21%
>60 tahun	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2020

Tabel 4.2 di atas menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan usianya. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini terdapat responden dengan kisaran usia 21-30 tahun sebanyak 10 responden dengan presentase 10%, usia 31-40 tahun sebanyak 30 responden dengan presentase 30%, usia 41-50 tahun sebanyak 35 responden dengan presentase sebesar 35%, usia 51-60 tahun sebanyak 21 responden dengan presentase sebesar 21%, dan usia lebih dari 60 tahun (>60) sebanyak 4 responden dengan presentase sebesar 4%. Angka ini dianggap cukup karna telah sesuai dengan jumlah sampel yang dibutuhkan dengan responden yang dianggap mampu memberikan jawaban yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

	Frekuensi	Presentasi
SD/MI	46	46%
SMP/MTs	26	26%
SMA/SMK	22	22%
Diploma/Sarjana	2	2%
Lainnya	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2020

Tabel 4.3 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhirnya. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang ditemui, 46 diantaranya adalah lulusan SD/MI dengan presentase sebesar 46%, 26 responden dengan presentase sebesar 26% adalah lulusan SMP/MTs, 22 responden dengan total presentase sebesar 22% adalah lulusan SMA/SMK, responden dengan lulusan Diploma/Sarjana sebanyak 2 responden, dan responden dengan keterangan lainnya atau lulusan pondok pesantren sebanyak 4 responden. Angka ini dianggap cukup untuk kebutuhan penelitian, karena responden yang diambil dianggap mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang di sajikan dalam kuisisioner yang diharapkan dapat menghasilkan penelitian yang valid.

4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frekuensi	Presentasi
Wiraswasta	97	97%
IRT	2	2%
Buruh	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2020

Tabel 4.4 menunjukkan klasifikasi responden penelitian berdasarkan pekerjaan. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa dari 100 responden, 97% diantaranya adalah responden yang berprofesi sebagai wiraswasta, 2% sebagai Ibu Rumah Tangga, dan 1% sisanya adalah buruh. Rinciannya antara lain 97 responden berprofesi sebagai wiraswasta, 2 responden sebagai Ibu Rumah tangga, dan 1 responden merupakan seorang buruh. Angka ini dianggap cukup mengingat responden dianggap mengerti dan mampu memberikan umpan balik atau jawaban yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota

Tabel 4.5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota
BMT UGT Sidogiri

	Frekuensi	Presentasi
< 1 Tahun	2	2%
1-3 Tahun	28	28%
4-6 Tahun	41	41%
7-9 Tahun	18	18%
> 9 tahun	11	11%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2020

Tabel 4.5 menyajikan data responden yang diklasifikasikan berdasarkan lamanya menjadi anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota. Dari tabel tersebut dapat dilihat terdapat 5 kategori, dimana kategori pertama adalah responden yang telah menjadi anggota BMT UGT Sidogiri selama kurang dari 1 tahun (<1 tahun) sebanyak 2 responden dengan presentase sebesar 2%, responden yang telah menjadi anggota BMT UGT Sidogiri dengan kisaran waktu 1 sampai 3 tahun sebanyak 28 responden

atau 28%, responden dengan kisaran waktu 4 sampai 6 tahun sebanyak 41 responden atau 41%, responden dengan kisaran waktu 7 sampai 9 tahun sebanyak 18 responden atau 18%, dan yang terakhir adalah responden dengan kisaran waktu lebih dari 9 tahun (>9 tahun) sebanyak 11 responden atau 11%. Angka ini dianggap cukup karena sudah sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditetapkan. Responden yang didapat juga dirasa kompeten untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner dan kemungkinan kecil memiliki interpretasi ganda terhadap butir pertanyaan yang diberikan.

4.1.7. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian merupakan gambaran mengenai responden penelitian, khususnya mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan. Berikut adalah dasar interpretasi skor yang digunakan dalam penentuan ini. (Riduwan, 2018)

Tabel 4.6
Kriteria Interpretasi skor

Presentase Pencapaian	Kriteria
0%-20%	Sangat lemah
21%-40%	Lemah
41%-60%	Cukup
61%-80%	Kuat
81%-100%	Sangat kuat

Sumber: Riduwan, 2018

1. Deskripsi Frekuensi Variabel Keseimbangan/Kesejajaran/al-Adl (X1)

Tabel 4.7
Deskripsi Frekuensi
Variabel Keseimbangan/Kesejajaran/al-Adl (X1)

Pertanyaan	Tanggapan Responden										Presentase
	SS		S		N		TS		STS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	38	38%	61	61%	1	1%	-	-	-	-	87%
X1.2	29	29%	68	68%	2	2%	1	1%	-	-	85%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

- a. Pertanyaan ke-1 “Pihak BMT UGT Sidogiri memperlakukan semua anggota dengan cara yang sama tanpa membedakan penampilan anggota”. Berdasarkan pertanyaan pertama ini, didapatkan nilai presentase sebesar 87%, yang artinya tingkat pencapaian responden sangat baik dengan pernyataan bahwa pihak BMT UGT Sidogiri memperlakukan semua anggotanya dengan cara yang sama. Adapun keragaman jawaban responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 38 responden, setuju sebanyak 61 responden, dan netral sebanyak 1 responden.
- b. Pertanyaan ke-2 “Perhitungan bagi hasil BMT UGT Sidogiri sesuai kesepakatan”. Berdasarkan pertanyaan tersebut, didapatkan nilai presentase sebesar 85%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden sangat kuat dengan pernyataan bahwa pihak BMT UGT Sidogiri melakukan perhitungan bagi hasilnya sesuai kesepakatan. Adapun keragaman jawaban responden adalah sebagai berikut: responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang, menjawab

setuju sebanyak 68 responden, menjawab netral sebanyak 1 responden, dan tidak setuju sebanyak 1 responden.

2. Deskripsi Frekuensi Variabel Kehendak Bebas/Ikhtiyar (X2)

Tabel 4.8
Deskripsi Frekuensi Variabel Kehendak Bebas/Ikhtiyar (X2)

Item	Tanggapan Responden										
	SS		S		N		TS		STS		Presentase
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	16	16%	38	38%	6	6%	32	32%	8	8%	64%
X2.2	29	29%	45	45%	14	14%	11	11%	1	1%	78%
X2.3	39	39%	47	47%	8	8%	5	5%	1	1%	84%
X2.4	-	-	4	4%	-	-	48	48%	48	48%	32%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

- a. Pertanyaan ke-1 “BMT UGT Sidogiri menghimbau anggotanya untuk menyampaikan kritik dan saran apabila ada pelayanan yang kurang memuaskan”. Dari pertanyaan ini didapatkan hasil nilai presentase sebesar 64%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden kuat. Dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 responden, yang menjawab setuju sebanyak 38 responden, yang menjawab netral sebanyak 6 responden, yang menjawab tidak setuju 32 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 8 responden.
- b. Pertanyaan ke-2 “Alternative pilihan produk BMT UGT Sidogiri membuat anggota bebas untuk memilih sesuai keinginan tanpa paksaan”. Dari pertanyaan ini didapatkan hasil nilai presentase sebesar 78%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden kuat. Dimana

persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 responden, yang menjawab setuju sebanyak 45 responden, yang menjawab netral sebanyak 14 responden, yang menjawab tidak setuju 11 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden.

- c. Pertanyaan ke-3 “Anggota merasa yakin akan penjelasan pihak BMT UGT Sidogiri mengenai berbagai keuntungan jika menggunakan produk BMT UGT Sidogiri”. Dari pertanyaan ini didapatkan hasil nilai presentase sebesar 84%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden sangat kuat. Dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 39 responden, yang menjawab setuju sebanyak 47 responden, yang menjawab netral sebanyak 8 responden, yang menjawab tidak setuju 5 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden.
- d. Pertanyaan ke-4 “Pihak BMT UGT Sidogiri memaksakan kehendak kepada anggota untuk menggunakan suatu produk.”. Dari pertanyaan ini didapatkan hasil nilai presentase sebesar 32%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden lemah, dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab setuju sebanyak 4 responden, yang menjawab netral sebanyak 0 responden, yang menjawab tidak setuju 48 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 48 responden.

3. Deskripsi Frekuensi Variabel Tanggung Jawab/Fardh (X3)

Tabel 4.9
Deskripsi Frekuensi Variabel Tanggung Jawab/Fardh (X3)

Item	Tanggapan Responden										Presentase
	SS		S		N		TS		STS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X3.1	64	64%	35	35%	1	1%	-	-	-	-	93%
X3.2	46	46%	48	48%	4	4%	2	2%	-	-	88%
X3.3	56	56%	42	42%	1	1%	1	1%	-	-	91%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

- a. Pertanyaan ke-1 “Pihak BMT UGT sidogiri menangani transaksi secara cepat”. Dari pertanyaan ini didapatkan nilai presentase sebesar 93%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden sangat kuat, dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 64 responden, yang menjawab setuju sebanyak 35 responden, yang menjawab netral sebanyak 1 responden, yang menjawab tidak setuju 0 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.
- b. Pertanyaan ke-2 “Pihak BMT UGT Sidogiri memberikan kemudahan kepada anggota dalam melakukan transaksi”. Dari pertanyaan ini didapatkan nilai presentase sebesar 88%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden sangat kuat, dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 46 responden, yang menjawab setuju sebanyak 48 responden, yang menjawab netral

sebanyak 4 responden, yang menjawab tidak setuju 2 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

- c. Pertanyaan ke-3 “Pihak BMT UGT Sidogiri memberikan rasa aman kepada anggota dalam melakukan transaksi”. Dari pertanyaan ini didapatkan nilai presentase sebesar 91%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden sangat kuat, dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 56 responden, yang menjawab setuju sebanyak 42 responden, yang menjawab netral sebanyak 1 responden, yang menjawab tidak setuju 1 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

4. Deskripsi Frekuensi Kebajikan/Ihsan (X4)

Tabel 4.10
Deskripsi Frekuensi Kebajikan/Ihsan (X4)

Item	Tanggapan Responden										Presentase
	SS		S		N		TS		STS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X4.1	78	78%	21	21%	-	-	1	1%	-	-	95%
X4.2	34	34%	47	47%	16	16%	3	3%	-	-	82%
X4.3	63	63%	35	35%	1	1%	1	1%	-	-	92%
X4.4	46	46%	40	40%	7	7%	6	6%	1	1%	85%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

- a. Pertanyaan ke-1 “Karyawan BMT UGT Sidogiri ramah dan sumringah dalam melayani anggota”. Dari pertanyaan ini didapatkan nilai presentase sebesar 95%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden sangat kuat, dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 78

responden, yang menjawab setuju sebanyak 21 responden, yang menjawab netral sebanyak 0 responden, yang menjawab tidak setuju 1 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

b. Pertanyaan ke-2 “Pihak BMT UGT Sidogiri memberikan kelonggaran waktu kepada anggota untuk membayar pinjamannya.”.

Dari pertanyaan ini didapatkan nilai presentase sebesar 82%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden sangat kuat, yang menjawab sangat setuju sebanyak 34 responden, yang menjawab setuju sebanyak 47 responden, yang menjawab netral sebanyak 16 responden, yang menjawab tidak setuju 3 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

c. Pertanyaan ke-3 “Karyawan BMT UGT Sidogiri ramah dan sumringah dalam melayani anggota”. Dari pertanyaan ini didapatkan hasil nilai presentase sebesar 92%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden sangat kuat, dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 63 responden, yang menjawab setuju sebanyak 35 responden, yang menjawab netral sebanyak 1 responden, yang menjawab tidak setuju 0 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

d. Pertanyaan ke-4 “BMT UGT Sidogiri telah melaksanakan prinsip syariah.”. Dari pertanyaan ini didapatkan nilai presentase sebesar

85%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden sangat kuat, dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 46 responden, yang menjawab setuju sebanyak 40 responden, yang menjawab netral sebanyak 7 responden, yang menjawab tidak setuju 6 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden.

5. Deskripsi Frekuensi Kepuasan Anggota (Y)

Tabel 4.11
Deskripsi Frekuensi Kepuasan Anggota (Y)

Item	Tanggapan Responden										Presentase
	SS		S		N		TS		STS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1	32	32%	60	60%	4	4%	4	4%	-	-	84%
Y2	22	22%	60	60%	10	10%	8	8%	-	-	79%
Y3	57	57%	39	39%	1	1%	3	3%	-	-	90%
Y4	64	64%	36	36%	-	-	-	-	-	-	93%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

- a. Pertanyaan ke-1 “Anggota merasa puas atas pelayanan yang diberikan BMT UGT Sidogiri karena adil dalam memperlakukan setiap anggotanya”. Dari pertanyaan ini didapatkan nilai presentase sebesar 84%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden sangat kuat, dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 responden, yang menjawab setuju sebanyak 60 responden, yang menjawab netral sebanyak 4 responden, yang menjawab tidak setuju 0 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

- b. Pertanyaan ke-2 “Anggota BMT UGT Sidogiri merasa puas karena pihak BMT memberikan kebebasan kepada anggota untuk memilih produk serta menyampaikan kritik dan saran”. Dari pertanyaan ini didapatkan nilai presentase sebesar 79%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden kuat, dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 responden, yang menjawab setuju sebanyak 60 responden, yang menjawab netral sebanyak 10 responden, yang menjawab tidak setuju 8 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.
- c. Pertanyaan ke-3 “BMT UGT Sidogiri melayani anggota dengan penuh tanggung jawab sehingga anggota merasa puas menggunakan jasa BMT”. Dari pertanyaan ini didapatkan nilai presentase sebesar 90%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden sangat kuat, dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 57 responden, yang menjawab setuju sebanyak 39 responden, yang menjawab netral sebanyak 1 responden, yang menjawab tidak setuju 3 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.
- d. Pertanyaan ke-4 “Anggota merasa puas dengan pelayanan karyawan BMT UGT Sidogiri yang sabar dan ramah.”. Dari pertanyaan ini didapatkan nilai presentase sebesar 93%, yang memiliki makna bahwa tingkat pencapaian responden sangat kuat, dimana persebaran jawaban responden yakni, yang menjawab sangat setuju sebanyak 64 responden,

yang menjawab setuju sebanyak 36 responden, yang menjawab netral sebanyak 0 responden, yang menjawab tidak setuju 0 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

4.1.8. Uji Instrumen Penelitian

Dalam sebuah penelitian kuantitatif yang menggunakan teknik penyebaran kuisioner, sangat perlu dilakukan suatu uji untuk menilai tingkat kesahihan sebuah instrument yang digunakan dalam suatu penelitian. Instrument yang digunakan haruslah valid dan reliabel. Berikut pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini:

1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Kriteria pengujian yang diterapkan dalam uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05 adalah Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dinyatakan valid. Berikut hasil uji validitas dalam penelitian ini :

Tabel 4.12
Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Corelation (r-hitung)	r-tabel	Keterangan
Keseimbangan/Kesejajaran (al-Adl)	X1.1	0.788	0.195	Valid
	X1.2	0.816	0.195	Valid
Kehendak Bebas (Ikhtiyar)	X2.1	0.782	0.195	Valid
	X2.2	0.690	0.195	Valid
	X2.3	0.563	0.195	Valid
	X2.4	0.383	0.195	Valid
Tanggung Jawab (Fardh)	X3.1	0.611	0.195	Valid
	X3.2	0.778	0.195	Valid
	X3.3	0.668	0.195	Valid
Kebajikan (Ihsan)	X4.1	0.570	0.195	Valid
	X4.2	0.533	0.195	Valid
	X4.3	0.532	0.195	Valid
	X4.4	0.809	0.195	Valid
Kepuasan Anggota	Y1	0.685	0.195	Valid
	Y2	0.723	0.195	Valid
	Y3	0.573	0.195	Valid
	Y4	0.473	0.195	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui secara keseluruhan item pada penelitian ini memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada penelitian ini adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Pada dasarnya, reliabilitas merupakan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Sebuah tes dikatakan reliable apabila skor yang diperoleh oleh peserta relative sama meskipun dilakukan pengukuran berulang-ulang (Suliyanto, 2018). Konsep dari reliabilitas sendiri adalah tingkat keterpercayaan instrument pengukuran apabila digunakan secara berulang ulang pada subjek penelitian yang tepat, maka akan menghasilkan data yang relative sama.

Kriteria pengujian reliabilitas alat tes terbukti apabila dengan tingkat kepercayaan 5% didapatkan hasil sebagaimana berikut:

- c. Apabila nilai $r_{11} > r$ table, maka alat tes atau instrument yang digunakan dalam penelitian reliable
- d. Apabila $r_{11} <$ dari r table, maka alat tes atau instrument penelitiannya tidak reliable.

Tabel 4.13
Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r-Tabel	Keterangan
Keseimbangan/Kesejajaran (al-Adl)	0.446	0.195	Reliabel
Kehendak Bebas (Ikhtiyar)	0.468	0.195	Reliabel
Tanggung Jawab (Fardh)	0.474	0.195	Reliabel
Kebajikan (Ihsan)	0.446	0.195	Reliabel
Kepuasan Anggota	0.467	0.195	Reliabel

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

1. Nilai cronbach's Alpha pada variabel Keseimbangan/Kesejajaran (al-Adl) (X1) adalah sebesar 0.446, nilai ini lebih besar dari nilai r-tabel ($0.446 > 0.195$). Maka dapat dikatakan bahwa kuisisioner Keseimbangan/Kesejajaran (al-Adl) adalah reliable
2. Nilai cronbach's Alpha pada variabel Kehendak Bebas (Ikhtiyar) (X2) adalah sebesar 0.468, nilai ini lebih besar dari nilai r-tabel ($0.468 > 0.195$). Maka dapat dikatakan bahwa kuisisioner Kehendak Bebas (Ikhtiyar) adalah reliabel
3. Nilai cronbach's Alpha pada variabel Tanggung Jawab (Fardh) (X3) adalah sebesar 0.474, nilai ini lebih besar dari nilai r-tabel ($0.474 > 0.195$). Maka dapat dikatakan bahwa kuisisioner Tanggung Jawab (Fardh) adalah reliable

4. Nilai cronbach's Alpha pada variabel Kebajikan (Ihsan) (X4) adalah sebesar 0.446, nilai ini lebih besar dari nilai r-tabel ($0.446 > 0.195$). Maka dapat dikatakan bahwa kuisisioner Kebajikan (Ihsan) adalah reliable
5. Nilai cronbach's Alpha pada variabel Kepuasan anggota adalah sebesar 0.467, nilai ini lebih besar dari nilai r-tabel ($0.467 > 0.195$). Maka dapat dikatakan bahwa kuisisioner kepuasan anggota adalah reliable

4.1.9. Uji Asumsi Klasik

Regresi linier berganda adalah model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik merupakan persyaratan mutlak yang harus dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik sendiri terdiri dari 3 uji data, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji Heteroskedasitas, dan uji autokorelasi. Fungsi dilakukannya uji asumsi klasik adalah untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai untuk variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut adalah uji asumsi klasik yang dihasilkan :

1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas ini adalah untuk menguji apakah suatu data yang digunakan untuk kegiatan penelitian memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan untuk Kolmogorov-Smirnov adalah apabila nilai signifikansi lebih besar dari pada 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) maka data penelitian berdistribusi normal.

Tabel 4.14
Output Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	1.1777
Asymp.Sig. (2-tailed)	0.165

Sumber : Data diolah Peneliti, 2020

Dari hasil uji normalitas dengan kolmogorov-smirnov pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai sinifikansi sebesar 0.165. Nilai ini lebih besar jika dibandingkan dengan nilai 0,05 ($0.165 > 0,05$). Sehingga dapat dikatakan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Untuk menguji multikolinieritas, dalam penelitian ini digunakan model pengujian VIF (*Variabel Inflation Factor*). Dimana apabila nilai VIF lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$) maka data penelitian selamat dari gejala multikolinieritas. Berikut adalah hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan dalam penelitian ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinieritas

	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Keseimbangan (al-Adl)	0.865	1.156
Kehendak Bebas (Ikhtiar)	0.927	1.079
Tanggung Jawab (Fardh)	0.844	1.184
Kebajikan (Ihsan)	0.853	1.173

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

Dari hasil uji multikolinieritas dengan model VIF (*Variabel Inflation Factor*) pada penelitian ini, didapatkan hasil nilai VIF untuk variabel keseimbangan sebesar 1.156, kehendak bebas 1.079, tanggung jawab 1.184, dan kebajikan sebesar 1.173. Hal ini mencerminkan bahwa data pada penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinieritas, dikarenakan nilai dari ke-empat variabel independennya lebih kecil dari angka 10 ($VIF < 10$).

3. Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik Heteroskedasitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan model regresi. Uji ini merupakan uji yang harus ditempuh dalam melakukan analisis regresi linier berganda. Uji Heteroskedasitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Glejser, dimana kriteria pengujiannya adalah apabila nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 ($Sig > 0,05$) maka tidak terjadi gejala Heteroskedasitas.

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedasitas

Variabel Bebas	Signifikansi	Keterangan
Keseimbangan (al-Adl)	0,346	Homoskedastisitas
Kehendak Bebas (Ikhtiar)	0,155	Homoskedastisitas
Tanggung Jawab (Fardh)	0,880	Homoskedastisitas
Kebajikan (Ihsan)	0,811	Homoskedastisitas

Data: Diolah Peneliti, 2020

Dari hasil uji heteroskedastisitas melalui model glejser yang telah dilakukan diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi keseimbangan sebesar 0.346, kehendak bebas 0.155, tanggung jawab sebesar 0.880, dan kebajikan sebesar 0.811. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa ke-empat nilai variabel bebas

dalam penelitian ini memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05, maka data yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Dalam penelitian ini, digunakan model pengujian Durbin-Watson, yang apabila nilai Durbin-Watson (nilai d) terletak antara d_U dan $(4-d_U)$ atau apabila nilai $d_U < d < 4-d_U$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

Tabel 4.17
Uji Autokorelasi

Variabel	D-W	Kriteria uji D-W	Keterangan
Keseimbangan/al-Adl, kehendak bebas/Ikhtiyar, Tanggung Jawab/Fardh, Kebajikan/Ihsan dan Kepuasan anggota	2.007	$d_U < d < 4-d_U$ $1.7582 < 2.007 < 2.2418$	Bebas dari Autokorelasi

Sumber: Data diolah peneliti, 2020

Dari hasil uji Autokorelasi, dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson dalam penelitian ini sebesar 2.007. Sedangkan jika dilihat dari tabel DW, nilai d_L dan d_U untuk sampel sebanyak 100 ($100 ; k$) adalah sebesar 1,5922 dan 1,7582. Dari nilai d_L dan d_U tersebut dapat diketahui nilai $4-d_L$ sebesar 2,4078 dan $4-d_U$ sebesar 2,2418. Dari nilai-nilai tersebut maka didapatkan kesimpulan bahwa data penelitian ini lolos uji autokorelasi atau tidak terjadi gejala autokorelasi, dikarenakan nilai $d_U < d < 4-d_U$ ($1,7582 < 2.007 < 2,2418$)

4.1.10. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, apabila dipengaruhi oleh 2 atau lebih variabel independen (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel keseimbangan/Al-adl (X1), Kehendak bebas/ikhtiyar (X2), Tanggung jawab/fardh (X3), Kebajikan/ihsan (X4), mempengaruhi secara signifikan variabel kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri (Y1).

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	4.664	2.029		
	Kesejajaran (al-Adl)	.857	.177	.429	4.839
	Kebebasan (Ikhtiar)	.165	.059	.238	2.782
	Tanggung Jawab (Fardh)	.048	.123	.035	.390
	Kebajikan (Ihsan)	.140	.086	.145	1.617

a. Dependent Variable: Kepuasan anggota

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

Dari uji hasil uji regresi dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien variabel keseimbangan (al-Adl) adalah sebesar 0.857, variabel kehendak bebas (Ikhtiar) adalah sebesar 0.165, tanggung jawab sebesar 0.048, dan kebajikan sebesar 0.140 dengan konstanta sebesar 4.664. Sehingga model persamaan yang didapat adalah sebagai berikut:

$$Y = 4.664 + 0.857 \text{ keadilan} + 0.165 \text{ kehendak bebas} + 0.048 \text{ tanggung jawab} + 0.140 \text{ kebajikan}$$

Berikut penjelasan koefisien-koefisien hasil dari persamaan regresi linier berganda diatas:.

1. Dari hasil perhitungan persamaan regresi linier pada penelitian ini, hasil nilai variabel kesejajaran (al-Adl) adalah sebesar 0.857, yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan keseimbangan (al-Adl) terhadap kepuasan anggota. Artinya, apabila variabel keseimbangan (al-Adl) mengalami perubahan sebesar 1 unit, maka akan menaikkan nilai kepuasan anggota sebesar 0.857.
2. Dari hasil perhitungan persamaan regresi linier pada penelitian ini, hasil nilai variabel kehendak bebas (Ikhtiyar) adalah sebesar 0.165, yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan nilai kehendak bebas (Ikhtiyar) terhadap kepuasan anggota. Artinya, apabila variabel kehendak bebas (Ikhtiyar) mengalami perubahan sebesar 1 unit, maka akan menaikkan nilai kepuasan anggota sebesar 0.165.

Dari hasil persamaan regresi linier dalam penelitian ini, didapatkan bahwa variabel tanggung jawab (Fardh) dan kebajikan (Ihsan) tidak signifikan, sehingga tidak diinterpretasikan.

4.1.11. Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya digunakan untuk mengukur apakah seluruh variabel independen yang digunakan dalam suatu penelitian, secara bersamaan dapat mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk

mengukur apakah etika bisnis Islam yang terdiri dari keseimbangan/ kesejajaran (*al-'Adl*), kehendak bebas (*Ikhtiyar*), dan tanggung jawab (*Fardh*) dan kebajikan (*ihsan*, secara bersamaan dapat mempengaruhi kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri. Berikut hasil perhitungannya:

Table 4.19
Uji Simultan

	F	Sig	F tabel	Keterangan
Keseimbangan, Kehendak bebas, Tanggung jawab, Kebajikan → Kepuasan anggota	12.954	0.000	2.47	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti, 2020

Dari hasil perhitungan uji simulta, dapat dilihat bahwa nilai uji F sebesar 12.954. Sedangkan nilai F hitung adalah sebesar 2.47. Jadi kesimpulan dari simultan pada penelitian ini adalah adanya pengaruh signifikan variabel Keseimbangan, Kehendak bebas, Tanggung jawab dan Kebajikan terhadap kepuasan anggota, karena nilai F hitung > F table (12.954 > 2.47)

2. Uji Parsial (Uji t)

Pada dasarnya, uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam merangkai variasi variabel dependen. Pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima, apabila tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel keseimbangan/*Al-adl* (X1), Kehendak bebas/*ikhtiyar* (X2), Tanggung jawab/*fardh* (X3), Kebajikan/*ihsan* (X4), secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri (Y1).
2. H_0 ditolak, apabila terdapat hubungan signifikan antara variabel keseimbangan/*Al-adl* (X1), Kehendak bebas/*ikhtiyar* (X2), Tanggung

jawab/fardh (X3), Kebajikan/ihsan (X4), secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri (Y1).

Tabel 4.20
Uji Parsial

	t Hitung	Sig	t table	Keterangan
Keseimbangan/ kesejajaran (<i>al-Adl</i>)-> Kepuasan anggota	4.839	0.000	1.661	Signifikan
Kehendak bebas (<i>Ikhtiyar</i>)-> Kepuasan anggota	2.782	0.007	1.661	Signifikan
Tanggung jawab (<i>Fardh</i>) -> Kepuasan anggota	0.390	0.697	1.661	Tidak Signifikan
Kebajikan (<i>ihsan</i>)-> Kepuasan anggota	1.617	0.109	1.661	Tidak Signifikan

Sumber : Data diolah Peneliti,2020

a. Formulasi hipotesis

$H_0 : B_i = B_0$ (Tidak ada pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4 , terhadap Y)

$H_1 : B_i \neq B_0$ (Ada pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4 , terhadap Y)

b. Menentukan taraf α dan t_{table}

Taraf nyata yang digunakan adalah 5% (0,05)

Nilai table memiliki derajat kebebasan (db) = n-k yang mana

n = jumlah sampel, dan k = jumlah variabel.

$$t_{table} = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k}$$

$$t_{table} = t_{\frac{0,05}{2}, 100-5}$$

$$t_{table} = 1.661$$

c. Kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{\alpha}$

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{\alpha}$

d. Hasil Uji Parsial

1. Berdasarkan hasil uji parsial pengaruh keseimbangan (*al-Adl*) (X1) pada kepuasan anggota, didapatkan nilai t hitung sebesar 4.839. Nilai ini lebih besar dari pada nilai t table yang bernilai 1.661. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel keseimbangan (*al-Adl*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri.
2. Berdasarkan hasil uji parsial pengaruh Kehendak bebas (*Ikhtiyar*) (X2) pada kepuasan anggota, didapatkan nilai t hitung sebesar 2.782. Nilai ini lebih besar dari pada nilai t table yang bernilai 1.661. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Kehendak bebas (*Ikhtiyar*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri.
3. Berdasarkan hasil uji parsial pengaruh Tanggung jawab (*Fardh*) (X3) pada kepuasan anggota, didapatkan nilai t hitung sebesar 0.390. Nilai ini lebih kecil dari pada nilai t table yang bernilai 1.661. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tanggung jawab (*Fardh*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri.
4. Berdasarkan hasil uji parsial pengaruh Kebajikan (*ihsan*) (X4) pada kepuasan anggota, didapatkan nilai t hitung sebesar 1.617. Nilai ini lebih kecil dari pada nilai t table yang bernilai 1.661. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tanggung jawab (*Fardh*) tidak

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri.

4.1.12. Uji R^2

Koefisien determinasi atau R^2 berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila diketahui nilai R^2 mendekati satu, maka semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen diberikan hampir sempurna oleh variabel independen. Maka berlaku sebaliknya, apabila nilai R^2 semakin kecil, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin terbatas. Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 4.21
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

	R Square	Adjusted R Square
Kebajikan, Kehendak bebas, Keseimbangan, Tanggung jawab-> Kepuasan anggota	0.353	0.326

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan uji koefisien determinasi atau R Square, dapat dilihat bahwa nilai uji R Square pada penelitian ini adalah sebesar 0.353. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen penelitian ini yakni kepuasan anggota mampu dijelaskan oleh variabel Kebajikan, Kehendak bebas, Keseimbangan, Tanggung jawab sebesar 0.353 atau 35.3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota

Untuk mencapai kepuasan anggota perlu dilakukan penerapan etika bisnis Islam dalam suatu muamalat. Islam memberikan pedoman berupa norma atau etika dalam menjalankan bisnis agar pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi (Hulaimi et al., 2017). Etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Kemudian dalam etika bisnis islam ditambahkan dengan halal dan haram (Badroen, 2006). Dalam bisnis tidak boleh lepas dari nilai-nilai ke-Islaman yang telah tertuang dalam hukum perdata Islam yang selalu menjunjung tinggi etika bisnis (Nawawi, 2009). Sebagaimana firman Allah Q.S An-Nur:37 yang berbunyi:

رَجَالٌ لَا تُلْمِهِمْ بِتِجَارَةٍ وَلَا يَبِيعُ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ ۖ يَخَافُونَ يَوْمًا
تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

“laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan dari mendirikan sembahyang, dan dari membayar zakat, mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.”

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri. Maka, dengan semakin baiknya penerapan etika bisnis Islam di BMT UGT Sidogiri Malang Kota akan menambah kepuasan anggota BMT

itu sendiri. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzan dan Ida Nuryana yang dilakukan pada Warung Bebek H.Slamet Kota Malang. Penelitian Fauzan dan Ida Nuryana mengemukakan bahwa etika bisnis Islam secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan di warung bebek H.Slamet Kota Malang. (Fauzan & Nuryana, 2004). Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Farah Aunti Sholihah dimana hasil penelitian menyebutkan bahwa persepsi pelanggan terkait implementasi prinsip etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna e-commerce (Sholihah & Indrarini, 2019).

4.2.2. Pengaruh Variabel Kesejajaran/Keseimbangan (al-Adl) Terhadap Kepuasan Anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota

Berbuat adil merupakan hal yang mutlak yang harus dilakukan dalam berniaga (Tijarah). Islam memirintahkan untuk selalu berbuat adil, bahkan kepada seseorang yang tidak kita sukai. Berbuat adil berarti memenuhi hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, hak Allah juga Rosul-Nya. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomordir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan (Badroen, 2006). Sebagaimana firman Allah dalam Q.S.Al-Maidah 8 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
 شَنَاَنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ
 إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Prinsip keadilan merupakan prinsip yang selalu pihak BMT UGT Sidogiri usahakan dalam melayani anggotanya. Pihak BMT UGT Sidogiri Malang Kota selalu mengupayakan penegakkan keadilan seperti halnya dengan tak membeda-bedakan pelayanan anggota berdasarkan penampilan yang mereka kenakan, memberikan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan, dan selalu berusaha mempermudah transaksi yang dilakukan agar tidak menyulitkan anggota.

Penerapan kesetaraan/kesejajaran (al-Adl) terbukti meningkatkan kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota sebagaimana hasil uji parsial dalam penelitian ini dimana kesetaraan/kesejajaran (al-Adl) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota. Maka, dengan semakin baiknya penerapan kesetaraan/kesejajaran dapat meningkatkan kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ivana Anggraini dengan judul Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam meningkatkan minat beli konsumen di Pasar Rukoh Banda Aceh, dimana dalam penelitian tersebut disebutkan bahwa ada hubungan signifikan antara variabel keadilan dengan minat beli konsumen. (Anggraini, 2018). Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Zeynep Arslan dengan judul *islamic business ethics and its impact on strategic business decision making process of muslim* juga menyebutkan bahwa variabel keadilan berpengaruh signifikan terhadap proses kognitif muslim dalam melakukan strategi bisnis (Arslan, 2008)

4.2.3. Pengaruh Variabel Kehendak Bebas (Ikhtiyar) Terhadap Kepuasan Anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota

Pada hakikatnya, Allah menganugerahi setiap manusia dengan kebebasan memilih apa yang mereka inginkan, asal kebebasan tersebut tidak mengurangi kebebasan orang lain. Setiap manusia Allah titipi akal untuk mempelajari mana yang baik dan mana yang buruk, sehingga manusia bisa memilih apa yang mereka inginkan selama pilihan tersebut bisa mereka pertanggung jawabkan (Beekum, 2006). Sebagaimana firman Allah dalam Q.S.Al-Kahfi 29 yang berbunyi:

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ ۖ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمَرْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ ۗ

“Dan katakanlah: Kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu; maka barangsiapa yang ingin (beriman) hendaklah ia beriman, dan barangsiapa yang ingin (kafir) biarlah ia kafir”

BMT UGT Sidogiri melihat bahwa penerapan kehendak bebas merupakan hal yang penting untuk dilakukan, maka BMT UGT Sidogiri Malang kota mengupayakan kehendak bebas anggotanya tidak terbatas selama itu tidak merugikan salah satu pihak. Bentuk pengaplikasian kehendak bebas antara lain adalah dengan menghimbau anggotanya untuk menyampaikan kritik dan saran, memberikan banyak alternative pilihan produk, menjelaskan setiap prosedurnya dengan sebaik-baik penjelasan, dan tidak pernah memaksakan kehendak pada para naggotanya.

Dari penelitian ini didapatkan bahwa kehendak bebas (Ikhtiyar) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota. Maka dengan memberikan kehendak bebas untuk para anggotanya, akan menambah kepuasan anggota terhadap BMT UGT Sidogiri Malang Kota. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Endah Dwi Agustina dengan judul Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatulloh, dimana dalam penelitian tersebut disebutkan bahwa kebebasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Dana Hidayatulloh (Agustina, 2016). Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifda Nabila dengan judul *Application of Islamic business ethics in online selling and buying transaction* dimana variabel kehendak bebas berpengaruh positif terhadap kepuasan pembeli *online* (Fauzan & Nuryana, 2004)

4.2.4. Pengaruh Variabel Tanggung Jawab (Fardh) Terhadap Kepuasan Anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota

Menurut Buchari Alma, tanggung jawab adalah perbuatan individu seseorang terhadap amanah yang dipercayakan kepada nya, Buchari Alma juga berpendapat bahwa karakteristik tanggung jawab dalam sebuah usaha yaitu apabila hasil pekerjaan berupa barang ataupun jasa dijaga mutu dan kualitasnya (Buchari, 2002). Islam sangat menjunjung tinggi kebebasan individu, akan tetapi tidak pula mengabaikan konsep tanggung jawab. Pada hakikatnya, yang dikehendaki oleh ajaran Islam adalah bertanggung jawab atas kebebasan yang mereka pilih. Manusia akan dituntut untuk mempertanggung jawabkan segala perbuatannya baik pada manusia lain maupun kepada sang Khalik (Djakfar, 2008)

Selain itu, dalam dunia bisnis apalagi lembaga keuangan, mereka memiliki tanggung jawab dalam kuantitas perhitungan atau pelaporanangka (accountability). Karena pada hakikatnya, mereka tidak hanya dituntut untuk mempertanggung jawabkan pekerjaan mereka kepada atasannya saja, tapi juga pada Allah SWT. Sebagaimana firman-Nya pada Q.S Al-An'am 164 :

قُلْ أَغْيَرَ اللَّهُ أَبْغِي رَبًّا وَهُوَ رَبُّ كُلِّ شَيْءٍ ۗ وَلَا تَكْسِبُ كُلُّ نَفْسٍ إِلَّا عَلَيْهَا ۗ وَلَا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ ۗ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّكُم مَّرْجِعُكُمْ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ

”Katakanlah: Apakah aku akan mencari Tuhan selain Allah, padahal Dia adalah Tuhan bagi segala sesuatu. Dan tidaklah seorang

membuat dosa melainkan kemudharatannya kembali kepada dirinya sendiri; dan seorang yang berdosa tidak akan memikul dosa orang lain. Kemudian kepada Tuhanmulah kamu kembali, dan akan diberitakan-Nya kepadamu apa yang kamu perselisihkan.”

Dari hasil perhitungan uji parsial yang dilakukan, variabel tanggung jawab (Fardh) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri. Hal ini mengartikan bahwa tidak ada pengaruh antara penerapan tanggung jawab terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang kota. Dari hasil observasi serta wawancara yang telah dilakukan, didapatkan dua alasan mengapa variabel tanggung jawab tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota, antara lain:

1. Kurang optimalnya sistem keamanan yang dimiliki BMT UGT Sidogiri. Dimana masih sering terjadi selisish antara jumlah uang dengan pencatatan yang dilakukan, satpam yang tidak stanby saat jam transaksi, dan membawa uang dengan nominal yang besar tanpa adanya keamanan yang maksimal, dan masih sering terjadi ketidaksesuaian nominal yang ada dengan laporan keuangan hariannya.
2. Menurut Bapak Salam selaku karyawan BMT UGT Sidogiri bahwa brand image “santri” yang dimiliki oleh karyawan BMT UGT Sidogiri sangat berpengaruh terhadap kepuasan anggotanya. Dimana anggota menganggap bahwa setiap karyawan BMT UGT Sidogiri akan melaksanakan amanahnya dengan baik karena itulah yang diajarkan kepada mereka selaku santri pondok pesantren Sidogiri. Hal ini sesuai pendapat Lee Ryu bahwa mengelola image

perusahaan secara konsisten merupakan faktor yang penting dan dapat mempengaruhi nilai yang dirasakan pelanggan sehingga mereka merasa puas (Ryu & Kim, 2012)

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zuni Lestari dengan judul Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota BMT KUBE Sejahtera Sleman, dimana dalam penelitian tersebut disebutkan bahwa tanggung jawab tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT KUBE Sejahtera Sleman (Lestari, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh Rifda Nabila yang berjudul *Application of Islamic business ethics in online selling and buying transaction* menyebutkan bahwa variabel tanggung jawab tidak berpengaruh terhadap kepuasan pembeli *online* (Nabila, 2019).

4.2.5. Pengaruh Variabel Kebajikan (Ihsan) Terhadap Kepuasan Anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota

Ihsan adalah kesadaran dalam beribadah seakan akan melihat Allah, dan jika tidak begitu, maka meyakini bahwa Allah melihat kita. Dengan kata lain bahwa ihsan adalah melakukan perbuatan baik sehingga dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain tanpa adanya kewajiban atau seseorang yang mewajibkan dalam berbuat seperti itu (Beekum, 2006)

Penerapan ihsan sendiri sesuai dengan Misi BMT UGT Sidogiri yang berbunyi “memberikan khidmad terbaik terhadap anggota dan umat”. Dimana mereka sudah berusaha sebaik mungkin untuk menerapkan kebajikan (ihsan), seperti halnya dengan melayani anggota dengan ramah,

sopan, dan melaksanakan prinsip syariah sebagai salah satu syiar Islam yang bisa mereka upayakan. Penerapan kebajikan (ihsan) juga merupakan perintah Allah SWT sebagaimana yang tercantum dalam surat An-Nahl ayat 90 yang berbunyi :

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

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

Akan tetapi hasil penelitian ini tidak ditemukan adanya pengaruh signifikan antara kebajikan (Ihsan) terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota. Hal ini menandakan bahwa dengan diterapkannya kebajikan (Ihsan) tidak dapat meningkatkan kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri. Dari hasil observasi serta wawancara yang telah dilakukan, terdapat dua sebab yang mengakibatkan penerapan kebajikan (ihsan) di BMT UGT Sidogiri tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota, antara lain:

1. Indikator yang dipilih dalam penelitian belum merangkum semua praktik kebajikan yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Malang Kota. Salah satunya adalah silaturrahim ke rumah atau kios dagang anggota. Dimana menurut bapak Salam selaku karyawan atau petugas BMT UGT Sidogiri Malang Kota yang paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT UGT sidogiri

adalah karena pihak BMT berkenan untuk menarik atau menyetorkan dana anggota ke rumah atau ke kios dagang anggotanya. Hal ini juga selaras dengan penuturan ibu mutmainnah selaku anggota BMT UGT selama 9 tahun, beliau menuturkan “Saya merasa sangat terbantu dan puas dengan BMT Sidogiri, karena Pak Salam (AO BMT UGT Sidogiri Malang Kota) mau ke pasar, jadi saya kalo mau nabung atau narik bisa langsung di pasar gak usah ke kantor, karna saya sendiri repot di pasar dan gak sempet kalo mau ke kantor”

2. Anggota BMT UGT Sidogiri lebih mendahulukan jalinan hubungan persaudaraan yang erat dengan anggotanya dari pada pelayanan yang sopan, ramah, dan sumringah. Seperti halnya dalam melakukan transaksi, pihak BMT lebih memilih menggunakan bahasa Madura daripada bahasa Indonesia sehingga anggota merasa nyaman dan lebih akrab. Sehingga tidak ada kecanggungan antara pihak BMT dan anggotanya. Tidak jarang saat dilakukannya transaksi antara pihak BMT dan anggotanya saling melontarkan “guyonan” sehingga tidak ada lagi sekat yang membuat anggota merasa canggung. Dan inilah yang menjadi salah satu faktor peningkat kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Endah Dwi Agustin dengan judul Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatulloh Yogyakarta,

dimana dalam penelitian tersebut disebutkan bahwa ihsan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPRS Dana Hidayatulloh Yogyakarta (Agustina, 2016)



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dan rumusan masalah yang telah ditetapkan pada bab I, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel keseimbangan/Al-adl, Kehendak bebas/ikhtiyar, Tanggung jawab/fardh, dan Kebajikan/ihsan terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota
2. Secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel keseimbangan/al-Adl terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota.
3. Secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara variabel kehendak bebas/Ikhtiar terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota.
4. Secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan anatar variabel tanggung jawab/fardh terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota.
5. Secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan anatar variabel kebajikan/ihsan terhadap kepuasan anggota BMT UGT Sidogiri Malang Kota.

5.2. Saran

1. Bagi BMT UGT Sidogiri, agar tetap mempertahankan kesyariahan nya, memberikan penjelasan yang lebih rinci agar tujuan BMT UGT Sidogiri untuk melakukan syiar muamalat berbasis syariah terlaksana.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar lebih jeli dalam menentukan variabel pada etika bisni Islam, agar nilai R^2 (R Square lebih tinggi) dan menghasilkan penemuan yang lebih baik lagi
3. Untuk peneliti selanjutnya, juga disarankan untuk memilih item pertanyaan dalam kuisisioner dengan dengan pertanyaan yang jelas dan bisa terukur, agar tidak terjadi kerancuan jawaban responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. D. (2016). *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta*. UIN SUNAN KALIJAGA.
- Anggraini, I. (2018). *Pengaruh etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Pasar Rukoh Banda Aceh*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT.Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Arslan, Z. (2008). *Islamic Business Ethics And Its Impact On Strategic Business Decision Making Process Of Muslims*. SIMON FRASER UNIVERSITY.
- Badroen, F. (2006). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Kencana.
- Beekum, R. I. (2006). *Etika Bisnis Islami*. Pustaka Pelajar.
- Djakfar, M. (2008). *ETIKA BISNIS ISLAM: Tataran Teoritis dan Praktis*. UIN Malang Press.
- Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi)*. Penebar Plus Imprint dari Penebar Swadaya.
- Fauzan, & Nuryana, I. (2004). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H.Slamet di Kota Malang. *Journal MODERNISASI*, 10(1), 38–55.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hulaimi, A., Sahri, & Huzaini, M. (2017). Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1).
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT.Indeks.

- Latifah, S. N. (2019). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Muhammad Saw Terhadap Customer Retention dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Pendapatan Internal Stakeholders. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 97–140.
- Lemeshow, D. W. S., J, J. K. H., & K, L. S. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gajah Mada University Press.
- Lestari, Z. (2015). *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Pada BMT Kube Sejahtera Sleman)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Muhammad, M. Z., Ilias, A., Ghazali, M. F., Abdullah, R. C., & Amin, H. (2008). An Analysis Of Islamic Ethics In Small And Medium Wnterprises (SMEs). *UNITAR E-Journal*, 4(1), 46–58.
- Nabila, R. (2019). Application of islamic business ethics in online selling and buying transaction. *Journal Of Islamic Economics Research*, 1(1), 1–10.
- Naqvi, S. N. H. (2003). *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Pustaka Pelajar.
- Nawawi, I. (2009). *Fiqh Muamalah: Hukum Perdata Islam dan Perilaku Ekonomi Islam*. Pustaka VIV Grafika.
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Qordhowi, Y. (1995). *Dawr al-Qiyam Wa Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami*. Maktabah Wahbah.
- Riduwan. (2018). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. ALFABETA.
- Rimbani, R. M. (2017). *No Title Dampak Subsidi Kesehatan Terhadap Pengeluaran Biaya Kesehatan Keluarga Miskin*. Universitas Pasundan.
- Ryu, L., & Kim. (2012). The Influence Of The Quality Of The Physical Environment, Food, And Service On Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, And Behavioral Intention. *International Journal Of Contemporary Hospitality Managemen*, 24(2).
- Sholihah, F. A., & Indrarini, R. (2019). Pengaruh Presepsi Pelanggan Terkait Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 156–162.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. ALFABETA.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*.

CV. ANDI Offset.

Suryani, & Henrayadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. PRENADAMEDIA GROUP.

Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Andi Offset.

Umar, H. (1996). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. PT Raja Grafindo Persada.

Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Wihartono, J. (2016). Pengaruh Etika Perilaku Penjual Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Pada Dealer Mobil NISSAN Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Ekonomi*, 2(2), 1–7.

Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan SPSS dan PLS*. STIM YKPN Yogyakarta.

Abriyani, Ayu.. (28 Mei 2013). Ratusan Nasabah BMT di Wonogiri Tak Bisa Tarik Dana Simpanan 2,7 Miliar. *Solopos.com*. Diperoleh 13 Januari 2019 dari <https://www.solopos.com/ratusan-nasabah-bmt-di-wonogiri-tak-bisa-tarik-dana-simpanan-rp27-miliar-410905>

Otoritas Jasa Keuangan. (2019). Statistik Perbankan Indonesia (Vol.17. No.11). Jakarta. Diperoleh tanggal 13 Januari 2019 dari <https://www.ojk.go.id/id/Default.aspx>

Otoritas Jasa Keuangan. (2018). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah. Jakarta. Diperoleh tanggal 13 Januari 2019 dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/2018.aspx>

Putra, Gusti Dirga Alfakhri (9 Juli 2019). Menyongsong Perkembangan BMT di Indonesia. *sharianews*. Diperoleh 13 Januari 2019 dari <https://sharianews.com/posts/menyongsong-perkembangan-bmt-di-indonesia>

<https://www.kemenkeu.go.id/> diakses pada 15 Januari 2019 dari <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/kelas-menengah-penggerak-ekonomi-indonesia/>

Umar, Daviq. (31 Mei 2017). Nasabah BMT PSU Tagih Rp 17 M. *Radar Malang*. Diperoleh 13 Januari 2019 dari

<https://radarmalang.jawapos.com/headline/31/05/2017/nasabah-bmt-psu-tagih-rp-17-m/>

<https://bmtugtsidogiri.co.id/home> diakses pada 15 Maret 2019
<https://bmtugtsidogiri.co.id/tentang-kami.html>





LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

A. PROFIL RESPONDEN

Nama	
Usia	
Jenis kelamin	
Pekerjaan	
Pendidikan terakhir	
Lama Menjadi anggota BMT	

B. PETUNJUK PENGISIAN

Untuk menjawab angket dibawah ini, pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan cara memberikan tanda centang (√) pada kolom yang sudah tersedia dengan berbagai pilihan jawaban :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
KESIMBANGAN/AL-ADL (X1)						
1	Pihak BMT UGT Sidogiri memperlakukan semua anggota dengan cara yang sama tanpa membedakan penampilan anggota.					
2	Perhitungan bagi hasil BMT UGT Sidogiri sesuai kesepakatan.					
3	Prosedur untuk mengajukan pembiayaan/ menjadi anggota BMT UGT Sidogiri tidak memberatkan anggota					

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
KEHENDAK BEBAS/IKHTIYAR (X2)						
4	BMT UGT Sidogiri menghimbau anggotanya untuk menyampaikan kritik dan saran apabila ada pelayanan yang kurang memuaskan					
5	Alternative pilihan produk BMT UGT Sidogiri membuat anggota bebas untuk memilih sesuai keinginan tanpa paksaan					
6	Anggota merasa yakin akan penjelasan pihak BMT UGT Sidogiri mengenai berbagai keuntungan jika menggunakan produk BMT UGT Sidogiri					
7	Pihak BMT UGT Sidogiri memaksakan kehendak kepada anggota untuk menggunakan suatu produk.					

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
TANGGUNG JAWAB/FARDH (X3)						
8	Pihak BMT UGT sidogiri menangani transaksi secara cepat					
9	Pihak BMT UGT Sidogiri memberikan kemudahan kepada anggota dalam melakukan transaksi					
10	Pihak BMT UGT Sidogiri memberikan rasa aman kepada anggota dalam melakukan transaksi					

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
KEBAJIKAN/IHSAN (X4)						
11	Karyawan BMT UGT Sidogiri ramah dan sumringah dalam melayani anggota					
12	Pihak BMT UGT Sidogiri memberikan kelonggaran waktu kepada anggota untuk membayar pinjamannya.					
13	Karyawan BMT UGT Sidogiri selalu melayani anggota dengan sopan dan penuh tatakrama					
14	BMT UGT Sidogiri telah melaksanakan prinsip syariah.					

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
KEPUASAN ANGGOTA						
15	Anggota merasa puas atas pelayanan yang diberikan BMT UGT Sidogiri karena adil dalam memperlakukan setiap anggotanya					
16	Anggota BMT UGT Sidogiri merasa puas karena pihak BMT memberikan kebebasan kepada anggota untuk memilih produk serta menyampaikan kritik dan saran.					
17	BMT UGT Sidogiri melayani anggota dengan penuh tanggung jawab sehingga anggota merasa puas menggunakan jasa BMT.					
18	Anggota merasa puas dengan pelayanan karyawan BMT UGT Sidogiri yang sabar dan ramah					

Lampiran 2. Data Hasil Penelitian

KESEJAJARAN (X1)			KEHENDAK BEBAS (X2)					TANGGUNG JAWAB (X3)			
X1.1	X1.2	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	X3.1	X3.2	X3.3	TotalX3
5	5	10	2	5	4	4	15	5	5	5	15
5	5	10	3	5	3	1	12	5	5	5	15
3	4	7	4	5	5	2	16	4	3	4	11
5	4	9	4	5	5	1	15	5	5	5	15
5	5	10	2	5	5	2	14	5	5	5	15
5	4	9	3	4	4	2	13	4	4	5	13
5	4	9	4	5	4	2	15	5	5	4	14
4	4	8	5	5	4	2	16	5	5	4	14
4	4	8	2	4	5	1	12	5	5	4	14
5	4	9	4	4	5	1	14	4	5	4	13
5	5	10	2	4	5	1	12	5	5	5	15
5	4	9	1	5	5	1	12	5	5	5	15
5	4	9	4	4	5	2	15	4	4	4	12
4	4	8	2	2	4	1	9	4	5	5	14
4	4	8	4	4	5	2	15	5	5	4	14
4	4	8	4	4	4	2	14	4	4	4	12
4	4	8	2	4	4	1	11	5	5	4	14
4	5	9	1	5	4	2	12	5	5	3	13
5	4	9	1	3	3	2	9	5	5	5	15
4	4	8	1	3	5	1	10	4	4	4	12
4	4	8	4	5	3	1	13	4	5	4	13
4	5	9	1	3	4	2	10	4	5	5	14
4	4	8	1	3	1	1	6	4	4	5	13
4	4	8	4	4	5	1	14	4	4	4	12
4	4	8	2	1	5	2	10	5	4	5	14
4	4	8	4	5	5	1	15	5	4	4	13
5	5	10	4	5	5	2	16	5	5	5	15
5	5	10	4	5	5	2	16	5	5	5	15
4	4	8	1	3	5	1	10	5	5	4	14
4	4	8	4	5	5	1	15	5	4	4	13
4	4	8	2	3	5	2	12	4	5	5	14
4	4	8	2	2	4	2	10	5	4	4	13
4	4	8	4	4	5	1	14	5	5	5	15
4	4	8	2	3	5	2	12	5	5	4	14
4	4	8	4	4	5	1	14	5	5	5	15

4	4	8	2	5	4	2	13	5	4	5	14
4	4	8	3	4	4	1	12	5	4	5	14
4	4	8	4	3	4	2	13	5	5	5	15
4	4	8	2	4	5	2	13	5	4	5	14
4	5	9	3	3	2	2	10	5	5	5	15
4	4	8	2	5	2	2	11	5	4	4	13
4	4	8	4	4	5	2	15	5	5	5	15
4	4	8	4	4	5	4	17	5	4	5	14
4	4	8	2	4	5	4	15	5	4	4	13
4	4	8	2	4	4	1	11	5	4	5	14
4	4	8	5	3	4	2	14	5	5	5	15
4	4	8	5	4	4	2	15	5	4	5	14
4	4	8	2	3	5	1	11	5	4	5	14
4	4	8	2	4	5	1	12	5	4	4	13
5	5	10	2	4	4	1	11	4	4	4	12
5	4	9	2	3	4	1	10	4	4	5	13
5	5	10	2	2	5	1	10	5	5	5	15
4	4	8	2	2	4	1	9	5	4	4	13
5	4	9	2	2	4	1	9	4	4	4	12
4	4	8	4	4	5	1	14	5	4	5	14
4	5	9	2	4	4	2	12	5	4	4	13
4	4	8	4	3	4	2	13	4	4	4	12
4	5	9	4	4	4	1	13	5	4	5	14
5	5	10	2	4	4	2	12	5	5	5	15
4	3	7	2	2	3	1	8	4	2	4	10
5	4	9	4	4	4	2	14	5	5	5	15
4	4	8	4	4	4	2	14	5	5	5	15
5	5	10	5	5	4	1	15	4	5	5	14
4	4	8	5	5	4	2	16	5	4	5	14
5	5	10	4	4	5	4	17	4	4	4	12
5	5	10	1	4	4	1	10	5	5	5	15
5	4	9	2	2	4	2	10	4	4	4	12
5	4	9	4	4	5	2	15	5	5	5	15
4	4	8	5	4	4	2	15	5	4	5	14
5	5	10	3	5	3	1	12	5	5	5	15
4	4	8	5	5	5	2	17	4	4	4	12
4	4	8	2	2	2	1	7	4	2	4	10
5	5	10	4	3	3	1	11	5	4	5	14
5	5	10	5	5	4	2	16	5	3	4	12

4	5	9	5	4	5	1	15	4	4	4	12
5	4	9	4	4	4	2	14	5	4	4	13
4	4	8	4	4	4	2	14	4	4	5	13
4	4	8	5	4	5	1	15	4	4	4	12
5	5	10	5	5	4	1	15	5	5	5	15
4	4	8	4	5	5	1	15	3	5	5	13
5	2	7	4	2	4	2	12	4	5	5	14
4	4	8	5	4	4	2	15	5	3	4	12
4	5	9	3	5	4	2	14	4	4	5	13
5	5	10	2	5	5	1	13	5	4	4	13
4	5	9	4	4	4	1	13	4	5	5	14
5	4	9	5	4	4	2	15	4	5	5	14
5	5	10	5	4	5	1	15	4	4	5	13
4	5	9	5	4	4	1	14	5	4	4	13
4	4	8	4	5	4	1	14	4	4	4	12
5	4	9	5	5	5	2	17	5	4	5	14
4	3	7	2	4	2	1	9	5	5	2	12
4	4	8	4	4	4	2	14	5	5	5	15
4	4	8	2	2	3	2	9	4	4	4	12
5	4	9	4	5	5	1	15	5	5	5	15
4	4	8	2	5	2	2	11	5	4	4	13
4	4	8	4	4	4	2	14	4	4	4	12
5	5	10	4	4	4	1	13	5	5	5	15
4	5	9	4	4	4	2	14	4	4	4	12
5	4	9	2	2	3	1	8	4	3	5	12
5	4	9	4	4	4	1	13	5	5	5	13

IHSAN (X4)					KEPUASAN ANGGOTA (Y)				
X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TotalX3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
5	5	4	4	18	5	2	5	4	16
5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
5	4	5	4	18	5	4	4	5	18
5	5	4	3	17	5	5	4	5	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	5	5	4	18	4	4	5	5	18
5	4	5	5	19	4	3	4	5	16
5	3	4	4	16	4	4	5	5	18
5	5	4	4	18	4	4	4	5	17
5	3	3	2	13	4	4	4	5	17
5	3	5	5	18	4	4	4	5	17
5	4	4	5	18	4	4	5	5	18
5	3	5	4	17	4	4	4	5	17
5	5	4	4	18	4	4	4	5	17
4	3	5	4	16	4	5	5	4	18
5	4	4	5	18	4	4	5	5	18
5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
4	5	4	5	18	5	4	4	5	18
5	4	5	4	18	3	4	5	5	17
5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
5	4	5	4	18	4	4	5	5	18
5	4	5	4	18	4	3	3	4	14
5	3	5	2	15	4	5	4	5	18
5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
4	5	5	1	15	4	2	4	5	15
5	4	4	5	18	4	4	5	5	18
5	4	5	5	19	5	4	5	4	18
5	4	5	5	19	5	4	5	4	18
4	4	5	5	18	2	2	5	4	13
4	5	5	5	19	2	3	5	5	15
2	3	5	2	12	3	4	2	5	14
5	5	5	4	19	4	4	5	4	17
5	3	5	4	17	4	4	5	4	17
5	4	5	3	17	3	3	5	4	15
5	4	4	4	17	4	4	5	5	18
5	4	5	4	18	4	4	5	4	17
5	5	5	5	20	4	4	5	5	18

5	4	5	4	18	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	2	4	2	5	13
5	2	5	5	17	4	4	5	5	18
5	4	5	4	18	4	3	5	5	17
5	4	5	5	19	4	4	4	4	16
5	4	5	5	19	5	4	5	4	18
5	3	5	5	18	5	4	5	4	18
5	4	5	3	17	4	2	5	5	16
5	3	4	4	16	4	4	5	5	18
5	3	5	4	17	4	4	5	5	18
5	4	5	5	19	4	4	5	5	18
5	4	5	5	19	4	4	5	5	18
4	4	5	5	18	4	5	5	5	19
5	3	5	4	17	4	4	4	4	16
5	3	4	4	16	5	4	5	5	19
5	2	5	4	16	4	4	4	5	17
5	2	5	5	17	4	5	4	4	17
5	4	5	4	18	4	5	4	5	18
5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
4	3	4	4	15	4	2	4	4	14
5	4	4	5	18	4	4	5	5	18
5	5	5	5	20	5	3	5	5	18
4	3	4	3	14	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
5	4	5	5	19	5	5	4	4	18
5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
5	5	5	5	20	5	3	4	4	16
5	4	5	5	19	5	4	5	5	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
4	5	4	5	18	5	5	4	4	18
5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
4	4	4	2	14	2	2	4	4	12
5	4	5	5	19	5	3	5	5	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
5	4	5	4	18	5	4	5	5	19

5	5	4	5	19	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
5	5	4	4	18	5	5	4	5	19
5	4	4	5	18	4	4	4	4	16
5	5	4	5	19	4	2	4	5	15
4	5	5	2	16	4	5	4	5	18
5	4	5	5	19	5	5	4	4	18
5	5	4	4	18	5	4	5	5	19
4	4	5	4	17	4	4	5	5	18
4	5	4	4	17	4	5	4	5	18
5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
5	4	4	5	18	4	4	4	5	17
4	5	5	5	19	4	4	4	5	17
5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
5	4	5	5	19	5	2	2	4	13
5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
4	3	2	2	11	4	4	4	4	16
5	5	4	3	17	5	5	4	5	19
5	4	5	4	18	4	3	5	5	17
4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	3	15	3	4	4	4	15
5	5	5	4	19	4	3	5	4	16
5	4	5	5	19	4	4	5	5	18

Lampiran 3. Output SPSS 20.0

A. UJI VALIDITAS

Correlations

		X1.1	X1.2	Keadilan (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.287**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000
	N	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.287**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000
	N	100	100	100
Keadilan (X1)	Pearson Correlation	.788**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Kebebasan (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.381**	.222*	.077	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.026	.445	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.381**	1	.178	.074	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000		.076	.464	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.222*	.178	1	.071	.563**
	Sig. (2-tailed)	.026	.076		.482	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.077	.074	.071	1	.383**
	Sig. (2-tailed)	.445	.464	.482		.000
	N	100	100	100	100	100
Kebebasan (X2)	Pearson Correlation	.782**	.690**	.563**	.383**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Tanggung Jawab (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.273**	.125	.611**
	Sig. (2-tailed)		.006	.215	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.273**	1	.287**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.006		.004	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.125	.287**	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.215	.004		.000
	N	100	100	100	100
Tanggung Jawab (X3)	Pearson Correlation	.611**	.778**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Kebajikan (X4)
X4.1	Pearson Correlation	1	.049	.158	.403**	.570**
	Sig. (2-tailed)		.628	.116	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.049	1	-.027-	.145	.533**
	Sig. (2-tailed)	.628		.788	.150	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.158	-.027-	1	.328**	.532**
	Sig. (2-tailed)	.116	.788		.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.403**	.145	.328**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.150	.001		.000
	N	100	100	100	100	100
Kebajikan (X4)	Pearson Correlation	.570**	.533**	.532**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Kepuasan Anggota (Y)
Y.1	Pearson Correlation	1	.358**	.194	.066	.685**
	Sig. (2-tailed)		.000	.054	.513	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.358**	1	.093	.197*	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000		.356	.049	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.194	.093	1	.155	.573**
	Sig. (2-tailed)	.054	.356		.123	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.066	.197*	.155	1	.473**
	Sig. (2-tailed)	.513	.049	.123		.000
	N	100	100	100	100	100
Kepuasan Anggota (Y)	Pearson Correlation	.685**	.723**	.573**	.473**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

B. UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.446	2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.468	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.474	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.446	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.467	4

C. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.34553516
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.079
	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		1.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.165

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

D. UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.664	2.029		2.298	.024		
	Keseimbangan (al-adl)	.857	.177	.429	4.839	.000	.865	1.156
	Kehendak Bebas (Ikhtiar)	.165	.059	.238	2.782	.007	.927	1.079
	Tanggung Jawab (Fardh)	.048	.123	.035	.390	.697	.844	1.184
	Kebajikan (Ihsan)	.140	.086	.145	1.617	.109	.853	1.173

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

E. UJI HETEROSKEDASTISTAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.492	1.185		2.103	.038		
	Keseimbangan (al-adl)	-.098	.103	-.103	-.947	.346	.865	1.156
	Kehendak Bebas (Ikhtiar)	-.050	.035	-.150	-1.435	.155	.927	1.079
	Tanggung Jawab (Fardh)	-.011	.072	-.017	-.151	.880	.844	1.184
	Kebajikan (Ihsan)	.012	.050	.026	.240	.811	.853	1.173

a. Dependent Variable: ABS_Res

F. UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.594 ^a	.353	.326	1.374	2.007

a. Predictors: (Constant), Kebajikan (Ihsan), Kehendak Bebas (Ikhtiar), Keseimbangan (al-adl), Tanggung Jawab (Fardh)

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

G. UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.664	2.029		2.298	.024
	Kesejajaran (al-Adl)	.857	.177	.429	4.839	.000
	Kebebasan (Ikhtiar)	.165	.059	.238	2.782	.007
	Tanggung Jawab (Fardh)	.048	.123	.035	.390	.697
	Kebajikan (Ihsan)	.140	.086	.145	1.617	.109

a. Dependent Variable: Kepuasan anggota

H. UJI F (SIMULTAN)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	97.764	4	24.441	12.954	.000 ^b
	Residual	179.236	95	1.887		
	Total	277.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan anggota

b. Predictors: (Constant), Kebajikan (Ihsan), Kebebasan (Ikhtiar), Kesejajaran (al-Adl), Tanggung Jawab (Fardh)

I. UJI T (PARSIAL)**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.664	2.029		2.298	.024
	Kesejajaran (al-Adl)	.857	.177	.429	4.839	.000
	Kebebasan (Ikhtiar)	.165	.059	.238	2.782	.007
	Tanggung Jawab (Fardh)	.048	.123	.035	.390	.697
	Kebajikan (Ihsan)	.140	.086	.145	1.617	.109

a. Dependent Variable: Kepuasan anggota

J. UJI R²**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.594 ^a	.353	.326	1.374

a. Predictors: (Constant), Kebajikan (Ihsan), Kebebasan (Ikhtiar), Kesejajaran (al-Adl), Tanggung Jawab (Fardh)

Lampiran 4. Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

DATA PRIBADI

Nama : Izzul Nuraini Tata Ulfina
Tempat, Tgl Lahir : Jember, 09 Oktober 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Karangsono-Bangsalsari Jember
No. Telp : 081556499249
Email : tahtaulfina@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

2004-2010 SDN 01 Karangsono
2010-2013 MTs Baitul Arqom
2013-2016 SMA Nurul Jadid
2016-Sekarang UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

PENGALAMAN ORGANISASI

2014-2015 Qismu Ta'lim (Devisi Keilmuan) NATO pada Lembaga Pengembangan Bahasa Asing Nurul Jadid
2015-2016 Gubernur NATO pada Lembaga Pengembangan Bahasa Asing
2016-2018 Anggota Haiah Tahfidzul Qur'an UIN Malang

PRESTASI

Bintang Pelajar Ula Al-Hasyimiyah Lembaga Pengembangan Bahasa Asing Nurul Jadid Semester Genap Tahun Ajaran 2013-2014

Bintang Pelajar Bahasa Arab Lembaga Pengembangan Bahasa Asing Nurul Jadid Semester Ganjil Tahun Ajaran 2013-2014

Bintang Kelas Wustho Puteri AL-Hasyimiyah Lembaga Pengembangan Bahasa Asing Nurul Jadid Semester Ganjil Tahun Ajaran 2014-2015

Juara 1 lomba sinopsis Nahdlatut Tholabah Lembaga Pengembangan Bahasa Asing Nurul Jadid

Juara 1 Cerpen Bahasa (Arab-Inggris) oleh Badan Penerbitan Majalah Asing (BPMA)

Juara 1 Sinopsis Bahasa Arab oleh Lembaga Pengembangan Bahasa Asing Nurul Jadid

Juara 1 Olimpiade 2 Bahasa oleh Badan Penerbitan Majalah Asing (BPMA)

Lampiran 5. Bukti Konsultasi



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
Terakreditasi "B" SK BAN-PT No : 004/SK/BAN-PT/Akred/S1/2015
Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

BUKTI KONSULTASI

Nama Mahasiswa : Izzul Nuraini Tata Ulfina
NIM/ Jurusan : 16540076/ Perbankan Syariah (S1)
Konsentrasi : Entrepreneur
Dosen Pembimbing : Fani Firmansyah, S.E., M.M.
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota
BMT UGT Sidogiri Malang Kota

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	1 Juli 2019	Pengajuan Outline Skripsi	1.
2.	4 September 2019	Revisi Judul	2.
3.	5 September 2019	Bab I	3.
4.	20 September 2019	Revisi Bab I	4.
5.	10 Oktober 2019	Bab II & III	5.
6.	13 Desember 2019	Revisi dan Acc Ban I, II, III	6.
7.	3 Januari 2020	Revisi Bab IV & V	7.
8.	29 April 2020	Acc Bab IV & V	8.
9.	8 Mei 2020	Seminar Hasil	9.
10.	10 Juli 2020	Ujian Skripsi	10.

Malang, 9 Juni 2020
Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah,

Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19751109 199903 1 003

Lampiran 6. Dokumentasi Pengambilan Data Kuisiner





Lampiran 7. Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangandibawah ini :

Nama : Zuraidah, S.E., M.SA.
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Izzul Nuraini Tata Ulfina
NIM : 16540076
Handphone : 081556499249
Konsentrasi : Entrepreneur
Email : tahtaulfina@gmail.com
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Pada Baitul Maal Wattamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Malang Kota)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
14%	14%	8%	14%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 24 Juni 2020
UP2M

Zuraidah, S.E., M.SA
NIP. 19761210 200912 2 001

PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA (Studi Pada Baitul Maal Watamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Malang Kota)

ORIGINALITY REPORT

14%	14%	8%	14%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	4%
2	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	4%
3	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%
4	bmtugtsidogiri.co.id Internet Source	1%
5	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	1%
7	www.kuittho.edu.my Internet Source	1%
8	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
9	eprints.undip.ac.id Internet Source	1%