

# **PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN NASABAH PADA KOPPONTREN AUSATH BLOKAGUNG**

Muhammad Erfan Arifudin

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Islam  
Darussalam

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

## **ABSTRAK**

**Kata kunci:** Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan, dan Peningkatan Nasabah Pada KOPPONTREN AUSATH Blokagung

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap peningkatan Nasabah Pada KOPPONTREN AUSATH Blokagung dan solusi permasalahan yang muncul dikedepannya yang bisa membawa kemajuan pada KOPPONTREN AUSATH Blokagung.

Penelitian ini melakukan observasi dengan populasi masyarakat yang bertempat tinggal di daerah sekitar KOPPONTREN AUSATH Blokagung. Sampel merupakan bagian dari populasi tersebut berupa jumlah dan karakteristik data. Dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yang memenuhi kriteria pengambilan sampel dengan pendekatan purposive sampling.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kualitas produk dapat membuktikan kepuasan konsumen. Namun hasil tersebut berbeda dengan temuan yang dilakukan, yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai efek secara langsung terhadap kepuasan konsumen penelitian bermaksud untuk mengklarifikasi.

**Kata kunci:** Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan, dan Peningkatan Nasabah Pada KOPPONTREN AUSATH Blokagung.

# **PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN NASABAH PADA KOPPONTREN AUSATH BLOKAGUNG**

Muhammad Erfan Arifudin

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Islam  
Darussalam

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

*The Influence of Islamic Business Ethics, Service Quality, and Customer Improvement at KOPPONTREN AUSATH Blokagung*

*This study aims to determine the effect of Islamic business ethics and service quality on increasing customers at KOPPONTREN AUSATH Blokagung and solutions to problems that arise in the future that can bring progress to KOPPONTREN AUSATH Blokagung.*

*This study conducted observations with the population living in the area around KOPPONTREN AUSATH Blokagung. The sample is part of the population in the form of the number and characteristics of the data. In this study, there were 50 respondents who met the sampling criteria using a purposive sampling approach.*

*Several previous research results reveal that product quality can prove customer satisfaction. However, these results differ from the findings, which state that product quality does not have a significant effect on customer satisfaction. To prove that service quality has a direct effect on customer satisfaction the study intends to clarify.*

**Keywords:** *The Influence of Islamic Business Ethics, Service Quality, and Customer Improvement at KOPPONTREN AUSATH Blokagung.*

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Lembaga keuangan saat ini menunjukkan perkembangan dan pertumbuhan yang sangat pesat, baik lembaga keuangan konvensional maupun lembaga keuangan Islam, hal ini akan memunculkan persaingan yang semakin ketat, baik dalam segi pembuatan produk-produk yang menarik maupun dalam segi pemasarannya, semakin baik dan beragamnya produk bukan berarti dapat meningkatkan jumlah nasabah. Koperasi Pondok Pesantren (KOPONTREN AUSATH) merupakan salah satu lembaga yang berdiri dibawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, Karangdoro, Tegalsari, Banyuwangi, yang bergerak dibidang keuangan. Selain sebagai lembaga keuangan pesantren, KOPONTREN AUSATH juga ikut berpartisipasi dalam peningkatan dan pengembangan sumber daya manusia pada sektor perkoperasian. Berdirinya KOPONTREN AUSATH berawal dari beberapa pemikiran dan pertimbangan para pengasuh dan segenap pengurus pondok pesantren untuk mendirikan sebuah lembaga yang khusus menangani sektor perekonomian pondok pesantren, dengan harapan dapat meningkatkan perekonomian pesantren dan masyarakat sekitar serta dapat membantu kinerja pengurus bidang pendidikan dalam meningkatkan sumberdaya manusia dan mutu pendidikan, sebab pengurus bidang pendidikan dapat lebih berkonsentrasi pada bidangnya. Maka dari itu, pada tahun 1990-an segenap pengasuh dan pengurus pesantren Darussalam sepakat mendirikan sebuah lembaga usaha pondok pesantren yang kemudian diberi nama AUSATH (Atas Usaha Thullab).

Dalam perkembangan berikutnya atas inisiatif pengasuh pada tahun 1994, AUSATH didaftarkan pada instansi pemerintah agar sah secara legalitas dan mendapat ijin operasional usaha atau Badan Hukum. Pada bulan februari 1994 AUSATH resmi menjadi lembaga usaha berupa koperasi dengan nama KOPONTREN AUSATH dan telah memiliki badan hukum dengan Nomor

7762/BH/II/1994. Selain sebagai pemberdaya perekonomian, KAPONTREN AUSATH juga merupakan sebuah wadah yang dapat mendidik santri dalam bidang koperasi, sebab pesantren bukan hanya lembaga pendidikan agama saja, akan tetapi juga mendidik santri untuk bisa mandiri, meningkatkan skill dalam usaha bisnis, melatih mental, pengelolaan organisasi atau perusahaan yang benar-benar profesional serta mampu menjawab tantangan di era globalisasi saat ini. Serta meningkatkan SDM hingga menuju masyarakat yang damai, tentram, sejahtera, dan berkecukupan dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Seiring dengan kemajuan teknologi seperti media social , internet merupakan salah satu inovasi yang memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun, sehingga cocok perkembangan masyarakat saat ini. Oleh karena itu perlu etika yang baik dalam menawarkan jasa produk Kopontren, sehingga orang akan tertarik dengan apa yang di tawarkan kepada calon nasabah.

## B. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka masalah penelitian dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Etika bisnis Islam Berpengaruh Terhadap Peningkatan Nasabah Di Kopontren Ausath Blokagung?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Peningkatan Nasabah Di Kopontren Ausath Blokagung?
3. Apakah Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Peningkatan Nasabah Di Kopontren Ausath Blokagung?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini, yaitu untuk menguji dan menganalisis:

1. Untuk Mengetahui Etika Bisnis Islam Berpengaruh Terhadap Peningkatan Nasabah Di Kopontren Ausath Blokagung.
2. Untuk Mengetahui Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Peningkatan Nasabah Di Kopontren Ausath Blokagung.
3. Untuk Mengetahui Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan secara Silmultan Berpengaruh Terhadap Peningkatan Nasabah Di Kopontren Ausath Blokagung.

### D. Keterbatasan Penelitian

Kekurangannya waktu dan Perhatian Pembimbing Pada Mahasiswanya Yang harus Lebih diberikan semangat.

## KAJIAN PUSTAKA

### A. Landasan Teori

#### 1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Perkataan etika atau seperti lazim disebut etik, berasal dari bahasa latin ethica. Ethos dalam bahasa Yunani artinya norma – norma, nilai, kaidah, ukuran bagi tingkah laku yang baik. Etika perlu dipahami sebagai sebuah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma - morna moral. Etika bermaksud membantu manusia untuk bertindak secara bebas dan dapat dipertanggungjawabkan dikemudian harinya karena setiap tindakannya selalu lahir dari keputusan pribadi yang bebas dengan selalu bersedia untuk mempertanggungjawabkan tindakannya tersebut karena ada alasan yang jelas atas tindakannya.

Etika bisnis dapat dilihat sebagai suatu usaha untuk merumuskan dan menerapkan prinsip – prinsip dasar etika bisnis islam di bidang hubungan ekonomi antarmanusia. Dapat juga dikatakan bahwa etika bisnis menyoroti segi – segi moral manusia dalam hubungan literatural antar berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis islam. Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan masyarakat. Etika bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham dan masyarakat. Dalam menciptakan etika bisnis, menurut Dalimunthe dalam Kharis menganjurkan untuk memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Pengendalian Diri. Pelaku bisnis dapat mengendalikan diri untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dalam bentuk apapun. Tidak mendapatkan keuntungan dengan jalan curang atau memakan puhak lain dengan menggunakan keuntungan tersebut.
- b. Pengembangan Tanggung Jawab Sosial. Pelaku bisnis dituntut untuk peduli dengan keadaan masyarakat bukan hanya dalam bentuk “uang” dengan memberikan sumbangan melainkan lebih kompleks lagi.
- c. Mempertahankan Diri.
- d. Menciptakan Persaingan yang Sehat.
- e. Menerapkan Konsep “*Pembangunan Berkelanjutan*”. Yaitu memikirkan bagaimana keadaan di masa yang akan datang. Pelaku bisnis dituntut untuk tidak mengeksploitasi lingkungan dan keadaan sekarang tanpa mempertimbangkan keadaan di masa mendatang.
- f. Menghindari Sifat 5K (Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi dan Komisi).

## 2. Perinsip Etika Bisnis Islam

1. Prinsip otonomi, adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan ahklak dengan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Untuk bertindak secara otonom, diandaikan ada kebebasan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keputusan yang menurutnya terbaik itu. Kebebasan adalah unsur hakiki dari prinsip otonomi ini. Dalam etika, Kebebasan adalah prasyarat utama untuk bertindak secara etis, karena tindakan etis adalah tindakan yang bersumber dari kemauan dan tindakan baik serta kesadaran pribadi dari per seseorang. Hanya karena seseorang mempunyai kebebasan ahklak, ia bisa di tuntutan untuk bertindak secara etis.

Dengan otonomi, pelaku bisnis dan karyawan dalam perusahaan manapun tidak lagi diperlakukan sebagai sekadar tenaga yang dieksploitasi sesuai kebutuhan bisnis dan demi kepentingan bisnis. Dengan kata lain, dengan otonomi para pelaku bisnis benar – benarmenjadi subyek moral yang bertindak secara bebas dan bertanggung jawab atas tindakannya. Ini berarti sebagai subyek moral yang tidak lagi dimiliki sebaian yang hanya mementingkan akal, sekedar bertindak dan berbisnis seenaknya dengan merugikan hak dan kepentingan pihak lain.

Otonomi juga memungkinkan inovasi, mendorong kreativitas, meningkatkan produktivitas, yang semuanya akan sangat berguna bagi bisnis modern yang terus berubah dalam persaingan yang ketat. Dengan prinsip otonomi, tanggung jawab moral juga tertuju kepada sebaian orang atau semua pihak terkait yang berkepentingan.

2. Prinsip kejujuran. Terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran.

- a. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kejujuran ini sangat penting artinya bagi masing – masing pihak dan sangat menentukan relasi dan kelangsungan bisnis masing-masing pihak selanjutnya. Karena seandainya salah satu pihak berlaku curang dalam memenuhi syarat-syarat perjanjian tersebut, selanjutnya tidak mungkin lagi pihak yang dicurangi itu mau menjalin relasi bisnis dengan pihak yang curang tadi.
- b. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Dalam pasar yang terbuka dengan barang dan jasa yang beragam dan berlimpah ditawarkan kedalam pasar, dengan mudah konsumen berpaling dari satu produk ke produk yang lain. Maka caracara bombastis, tipu menipu, bukan lagi cara bisnis yang baik dan berhasil. Kejujuran adalah prinsip yang justru sangat penting dan relevan untuk kegiatan bisnis yang baik dan tahan lama.
- c. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan. Kejujuran dalam perusahaan adalah inti dan kekuatan perusahaan itu. Perusahaan itu akan hancur kalau suaana kerja penuh dengan akal-akalan dan tipu-menipu. Kalau karyawan diperlakukan secara baik dan manusiawi, diperlakukan sebagai manusia yang punya hak-hak tertentu, kalau sudah terbina sikap saling menghargai sebagai manusia antara satu dan yang lainnya, ini pada gilirannya akan terungkap keluar dalam relasi dengan perusahaan lain atau relasi dengan konsumen. Selama kejujuran tidak terbina dalam perusahaan, relasi keluar pun sulit dijalin atas dasar kejujuran.



3. Prinsip keadilan. Menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil, serta dapat dipertanggung jawabkan. Keadilan menuntut agar setiap orang dalam kegiatan bisnis perlu di perlakukan sesuai dengan haknya masing-masing dan agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.
4. Prinsip saling menguntungkan (mutual benefit principle). Menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak. Kalau prinsip keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya, prinsip saling menguntungkan secara positif menuntut hal yang sama, yaitu agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain. Prinsip ini terutama mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Karena anda ingin untung dan saya pun ingin untung, maka sebaliknya kita menjalankan bisnis dengan saling menguntungkan. Maka, dalam bisnis yang kompetitif, prinsip ini menuntut agar persaingan bisnis haruslah melahirkan win-win situation.
5. Prinsip integritas moral. Dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan atau orang-orangnya maupun perusahaannya. Dengan kata lain prinsip ini merupakan tuntutan dan dorongan dari dalam diri pelaku dan perusahaan untuk menjadi yang terbaik dan dibanggakan. Dan itu tercermin dalam seluruh perilaku.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai ‘Pengaruh Etika bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Nasabah Pada Koppointren Ausath Blokagung’. Peneliti telah mengumpulkan informasi dari berbagai buku atau karya ilmiah lain yang dapat di jadikan referensi, sumber, dan acuan sebagai perbandingan dalam penelitian ini.

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Pada kondisi persaingan sempurna, dimana pelanggan mampu untuk memilih di antara beberapa alternative pelayanan dan memiliki informasi yang memadai, Namun bila hanya satu agen, baik pemerintah maupun sektor swasta, yang merupakan penyedia tunggal pelayanan, maka penggunaan kepuasan pelanggan untuk mengukur efektifitas dan efisiensi pelayanan sering tidak kelihatan. Adapun pengukuran indeks kepuasan pelanggan atau masyarakat tersebut meliputi :

- 1) Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan-tahapan atau alur pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan.
- 2) Persyaratan Pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administrasi yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya.
- 3) Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku.
- 4) Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan.
- 5) Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan atau menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat.
- 6) Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan yang dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh penyelenggara pelayanan.

- 7) Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan atau status pelanggan yang dilayani.
- 8) Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.
- 9) Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh pelayanan.
- 12) Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan.
- 13) Keamanan pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggaraan pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga pelanggan merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap risiko-risiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

Berdasarkan pengukuran kepuasan pelayanan seperti yang telah dijelaskan diatas, maka instrumen yang akan digunakan dalam kuesioner meliputi :

- a. Prosedur pelayanan.
- b. Persyaratan pelayanan.
- c. Kejelasan dan kompetensi/kemampuan.
- d. Keadilan mendapatkan pelayanan.
- e. Kepastian jadwal pelayanan.
- f. Kenyamanan lingkungan.
- g. Keamanan pelayanan.

Namun upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Kepuasan pelanggan merupakan strategi panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumberdaya manusia

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian kuantitatif yaitu jenis penelitian yang dipergunakan peneliti. Metode penelitian ini mempunyai arti bahwa metode ini didasarkan pada filsafat positivism, digunakan dengan tujuan penelitian pada sampel hingga populasi tertentu, penggunaan instrument penelitian untuk pengambilan data, penganalisisan data bersifat "kuantitatif" statistik serta dengan tujuan pengujian hipotesis yang dipergunakan.

### **B. Lokasi Penelitian**

Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Rt:002 Rw:004 Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur. Koppontren Ausath merupakan Koperasi yang dimiliki oleh Yayasan pondok Pesantren Darussalam, dalam organisasi Koppontren ini, pengurus tidak mengangkat General Manager (GM), namun mengangkat beberapa Manager yang masing masing manager membawahi beberapa unit usaha dan secara langsung berada dibawah pengawasan pengurus secara kolektif. Hal ini dilakukan karena sulitnya mencari tenaga General Manager (GM) yang profesional dan menguasai seluruh bidang usaha sekaligus.

### **C. Sumber Data**

Dasar atas menentukan metode penelitian yakni pada fenomena yang dipergunakan dalam mempermudah peneliti pada penganalisisan data yang diperoleh. Data primer dan data sekunder yang digunakan peneliti pada penelitian ini. Data primer yaitu data yang didapatkan secara langsung dari nara sumber dan wawancara maupun pemberian kuesioner kepada responden untuk memperoleh data yang diinginkan. Prolehan data primer penelitian sumber data *costumer* Di Koppontren Ausath Blokagung. Sedangkan data sekunder didapatkan dari studi literasi yang berasal dari literature buku maupun jurnal dan artikel yang berkenaan dengan penelitian.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Yaitu dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung sehingga dapat menganalisis berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan. Adapun yang akan di amati adalah terkait dengan.

2. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dengan mencari data dari dokumen yang telah dimiliki pihak , pengumpulan data ini digunakan untuk memperoleh data tentang gambaran berupa struktur dan jumlah aturan yang terkait.

3. Wawancara

Yaitu suatu dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperoleh yang di anggap kurang dalam mencari data melalui metode.

## **E. Teknik Analisis Data**

Pengertian variable adalah “suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel penelitian.Indikator dari variabel adalah gejala yang tampak dalam dunia teori dan praktik. Pada penelitian ini, terdapat tiga variabel yang digunakan, yaitu;

1. Variabel Terikat (Depengen)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.Dalam penelitian ini penulis menggunakan satu variabel *dependen* yaitu Peningkatan Nasabah(Y). Adapun indikator dari variabel tersebut adalah sebagai berikut;

- a. Prosedur pelayanan.
  - b. Persyaratan pelayanan.
  - c. Kemampuan/kompetensi.
  - d. Keadilan mendapat pelayanan.
  - e. Kepastian jadwal pelayanan.
  - f. Kenyamanan lingkungan.
  - g. Keamanan pelayanan.
2. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua variabel *independen* diantaranya adalah Etika Bisnis Islam ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas. Adapun indikator dari Etika Bisnis Islam ( $X_1$ ), adalah sebagai;

- a) *Tangible* (bukti fisik)
- b) *Reliability* (kehandalan)
- c) *Responsiveness* (daya tanggap)
- d) *Assurance* (jaminan)
- e) *Empathy* (perhatian)

Adapun indikator dari Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) adalah sebagai berikut :

- a) Pelayanan yang kondusif
- b) Kedisiplinan
- c) Tanggung jawab
- d) Kecepatan dan ketepatan waktu
- e) Keramahan dan kesopanan
- f) Hubungan baik karyawan dengan pelanggan
- g) Kecekatan dan Penampilan

## **PEMBAHASAN**

Setelah melakukan penelitian secara langsung di KOPPONTREN AUSATH Blokagung. Penelitian ini melakukan pengolahan data terhadap hasil dari wawancara, observasi, dokumentasi yang sudah disebutkan pada bab sebelumnya.

Wawancara sendiri dilakukan sesuai indikator pada setiap variabel yang kemudian ditanyakan langsung kepada para karyawan, nasabah dan jawaban responden. melakukan pengolahan data menggunakan SPSS 16.0. Sebelum melakukan wawancara peneliti terdahulu melakukan obserpasi secara langsung di pusat yang beralamat di PP Darussalam Blokagung dusun Karangdoro, kecamatan [Tegalsari Banyuwangi. Untuk dokumentasi peneliti memperoleh data logo instansi dan literature lainnya, begitu juga dengan disusun berdasarkan indikataor pada setiap variabel yang secara keseluruhan,. Hasil penguji koefesien dari analisis regresi linier berganda secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa etika bisnis islam dan kualitas pelayanan di KOPPONTREN AUSATH Blokagung. Dan manakah variabel independen yang paling berpengaruh dominan terhadap variabel dependen. Pada bagian inilah dilakukan pembahasan secara lebih lanjut dan merinci setelah hasil penelitian yang dikemukakan dalam analisis

Dilihat dari karakteristik berdasarkan jenis kelamin jenjang pendidikan dan usia maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa Peningkatan nasabah Di KOPPONTREN AUSATH Blokagung didominasi kaum perempuan.
2. Karakteristik responden berdasarkan usia diketahui bahwa mayoritas karyawan 31-40 tahun yang memiliki persentase yang sebanyak 57% antara 22-30 tahun yang memiliki persentase 27% dan 41-50 tahun memiliki persentase 17%

## **A. Pengaruh Etika Bisnis Islam (X1) Kualitas Pelayanan(X2) Di KOPPONTREN AUSATH Blokagung**

Pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial yaitu Etika Bisnis Islam (X1) terhadap peningkatan nasabah. sebagai berikut :

Etika Bisnis Islam digunakan peneliti untuk mengukur ada atau tidaknya pengaruh terhadap Peningkatan Nasabah di KOPPONTREN AUSATH Blokagung menunjukkan bahwa diketahui angka probabilitas (79%) dengan hasil penghitungan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya yang diketahui bahwa hasil uji T,  $T_{hitung}$  adalah 9,622 (X1) dan  $t_{tabel}$  adalah 0,3610 itu berarti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,622 > 0,3610$ ). Maka kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Etika Bisnis Islam (X1) terhadap kinerja Pelayanan terhadap Kualitas Pelayanan (X2) dengan koefisien beta sebesar 0,826 Atau 82,6% (signifikansi 0,000.) yang berarti  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Nasabah. hasil ini memiliki hasil yang sama yang menyatakan bahwa Etika Bisnis Islam memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Nasabah. hal ini dapat diperkuat dengan indikator Etika Bisnis Islam adalah perilaku dan perbuatan yang ditunjukkan untuk kepentingan orang lain baik individu maupun kelompok.

Ketentuan yang diatur dalam etika secara umum, menjadi salah satu indikator Etika Bisnis Islam dengan hasil pelayanan yang baik dapat



menunjukkan pelayanan suatu organisasi dalam mengerjakan tugas yang diberikan. Dan melayani pelayanan yang terbaik kepada Nasabah menjadikan salah satu sikap Etika Bisnis Islam yang terbaik sehingga apabila pelayanan tersebut tidak baik dan membuat Nasabah marah maka itu menunjukkan adanya sikap Etika Bisnis Islam yang tidak baik dan tidak bisa memuaskan pelayanan. menggunakan seragam yang baik, menggunakan pakaian rapi, bersikap sopan santun terhadap Peningkatan Nasabah, selalu tanggap apa yang dibutuhkan oleh Nasabah, oleh karena itu, penelitian, ini menyimpulkan bahwa semakin baik pelayanan yang diterapkan kepada oleh Nasabah KOPPONTREN AUSATH Blokagung, maka Peningkatan Nasabah menjadi prioritas utama bagi KOPPONTREN AUSATH Blokagung, maka sebaliknya ketika Etika Bisnis Islam dan pelayanan buruk dan Peningkatan Nasabah gaya diutamakan makin semakin buruk.

## **B. Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Peningkatan Nasabah (Y) Koppontren Ausath Blokagung**

Pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial yaitu Pelayanan (X2) terhadap peningkatan Nasabah (Y) adalah sebagai berikut :

Tingkat pelayanan yang digunakan untuk peneliti mengukur ada atau tidaknya pengaruh terhadap peningkatan Nasabah di KOPPONTREN AUSATH Blokagung menunjukkan bahwa diketahui angka probabilitas 1,935 dengan hasil perhitungan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya yang diketahui bahwa hasil uji T,  $T_{hitung}$  adalah 1,935 dan  $T_{tabel}$  adalah 0,3610. Itu berarti, nilai  $T_{hitung}$

$> T_{\text{tabel}} (1,935 > 0,3610)$ . maka kesimpulan yang dapat di ambil ialah bahwa terdapat pengaruh yang positif dan tidak signifikan antara Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Peningkatan Nasabah (Y) dengan koefisien beta sebesar 0,166 atau 16,6% (tidak signifikan 0,064) yang berarti  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat Kualitas Pelayanan Di KOPPONTREN AUSATH Blokagung dalam sekalah baik, hasil ini memiliki hasil yang sama yang dilakukan oleh penelitian yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap Peningkatan Nasabah, hal ini dapat diperkuat dari indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan sekelompok nilai-nilai sosial yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang paling luas apa lagi dalam untuk mempengaruhi perilaku konsumen atau Nasabah,

Signifikan terhadap intensi peningkatan Nasabah di KOPPONTREN AUSATH Blokagung. Hasil uji statistik yang sudah dicoba membuktikan nilai terhitung lebih besar dari tabel dengan tingkat probabilitas signifikan yang lebih besar .variabel ini diukur menggunakan lima indikator yang terdiri dari nilai, persepsi, wilayah dan kelas sosial. Kelima indikator dari faktor sosial tersebut sebagian besar memberikan jawaban setuju. Dengan hasil wawancara dengan tidak melihat dari nilai Kualitas Pelayanan tetapi dari sisi kepercayaan lain, juga karena pelayanan di KOPPONTREN AUSATH Blokagung yang

bagus dan ramah. Sehingga dapat disimpulkan Peningkatan Nasabah bukan dilihat dari sisi Kualitas Pelayanan akan tetapi dilihat dari sisi pelayanannya dan Etika Bisnis Islam.

**C. Etika Bisnis Islam (X1) Kualitas Pelayanan (X2) secara Silmultan Berpengaruh Terhadap Peningkatan Nasabah (Y) Di KOPPONTREN AUSATH Blokagung.**

Nasabah di KOPPONTREN AUSATH Blokagung menunjukkan bahwa diketahui angka probalitas 1,935 dengan hasil perhitungan yang telah dipaparkan menyesuaikan pada bab – bab sebelumnya yang diketahui bahwa hasil uji T,  $T_{hitung}$  adalah 1,935 dan  $T_{tabel}$  adalah 0,3610. Itu berarti, nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $1,935 > 0,3610$ ). maka kesimpulan yang dapat di ambil ialah bahwa terdapat pengaruh yang positif dan tidak signifikan antara (X2) terhadap Peningkatan Nasabah (Y) dengan kofesien beta sebesar 0,166 atau 16,6% (tidak signifikan 0,064) yang berarti  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima. Dengan semuanya tercapailah signifikasinya.

**KIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh etika bisnis islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Nasabah Di KOPPONTREN AUSATH Blokagung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil hipotesis menggunakan values terkait pengaruh dari variable pengaruh etika bisnis islam (X1) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Nasabah di KOPPONTREN AUSATH Blokagung. Artinya bahwa semakin baik Etika Bisnis Islam yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat Peningkatan Nasabah di KOPPONTREN AUSATH Blokagung.
2. Dapat disimpulkan bahwa terdapat dua temuan penelitian untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengembangkan dan mempertahankan kualitas layanan yang diberikan untuk meningkatkan Peningkatan Nasabah. kualitas pelayanan belum dapat membuktikan keterikatan dari Peningkatan Nasabah. Sehingga dalam hal ini, harus dapat meningkatkan kualitas layanan dengan mengevaluasi kembali kendala-kendala ataupun melakukan perbaikan secara kontinuitas agar dapat memberikan citra kepuasan atas layanan yang telah diberikan kepada pelanggan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Nasabah Di KOPPONTREN AUSATH Blokagung.

Hal ini dibuktikan dengan adanya bermacam-macam produk serta bahan baku yang aman dan berkualitas dari produk-produk teratas yang ditawarkan oleh KOPPONTREN AUSATH Blokagung, sehingga para konsumen dapat memilih jenis produk yang diinginkan dan dibutuhkan sesuai keprluan dan keinginan dari para konsumen KOPPONTREN AUSATH Blokagung tanpa harus khawatir dengan kualitas dan bahan baku yang tidak aman atau sudah rusak dan tidak layak pakai. Dengan demikian kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap minat Nasabah Di KOPPONTREN AUSATH Blokagung.

3. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel kualitas layanan, kualitas produk, dan

Peningkatan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Di KOPPONTREN AUSATH Blokagung. Artinya jika kualitas layanan yang diberikan baik, dan kualitas produk yang ditawarkan bagus serta harga yang diberikan kompetitif maka konsumen merasa puas

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. 2010. *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*. Yogyakarta: PT.Dwi Chandra Wacana.
- Apriyani, Dwi Aliyyah dan Sunarti. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen* (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 51 No. 2.
- Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Caruana Albert. 2002. Service Loyalty: The Effects of Service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journ'al of Marketing Vol. 36 No. 7*.
- Departemen Agama RI. 2012. Al-Qur'an Cordoba Special For *Muslimah*. Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia.
- Irawan, Handi. 2012. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Krisdianti, Dika Lambang dan Sunarti. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 70 No. 1*.
- Lenzun, Jessica J., dkk. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*. Jurnal EMBA Vol. 2 No 3.
- Lovelock, Christopher, dkk. 2010. *Pemasaran Jasa - Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Moha, Sartika dan Sjendry Loindong. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado*. Jurnal EMBA Vol. 4 No. 1.
- Noeraini, Irma Ayu dan Sugiyono. 2016. Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 5 No. 5*.

- Parasuraman, dkk. 2011. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Tree Press.
- Partomo, Tiktik Sartika dan Abd. Rachman Soejoedono. 2014. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prandita, Luli dan Sri Setyo Iriani. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan Sogo Departemen Store. *BISMA Vol. 6 No. 1*.
- Rambat, Lupiyoadi dan Hamdani. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Resalawati, Ade. 2011. *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi pada Sektor UKM Indonesia*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Vol. 3 No. 1*.
- Sembiring, Inka Janita, dkk. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.15 No. 1*.
- Sholihin, Mahfud dan Dwi Ratmono. 2013. *Analisa SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 dalam Kajian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Supriyadi, dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No. 1*.
- Susilowati, Lantip. 2020. Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Kos di Desa Plosokandang dalam Memberikan Kepuasan kepada Penghuninya. An-Nisbah: *Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 7 No. 2*.
- Tambunan, Tulus. 2010. *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. Service, Quality Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset. *Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6. 101*
- Wijaya, Cynthia Violita. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *AGORA Vol. 5 No. 1*.