

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini sedang marak industry perbankan syariah yang dimana perbankan syariah ini bisa disebut sebagai penerus jalan bagi perbankan konvensional lainnya. Dengan demikian muncul tanggapan dari perbankan konvensional yaitu konsep perbankan syariah bukan untuk menolak bank untuk fungsi sebagai lembaga keuangan, bank melalui penghimpunan dana melainkan dalam beberapa unsur dan karakter karena kegiatan bank konvensional masih terdapat beberapa unsur seperti riba, masyir, gharir dan bathil. Dengan dilarangnya unsur tersebut dalam menjalankan sistem perbankan, maka diperlukan untuk dapat melakukan akad-akad yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Setidaknya ada lima perbedaan antara perbankan konvensional dengan perbankan syariah yaitu (Haniffa and Hudaib 2007): (1) nilai dasar organisasi dan filosofi (2) bebas bunga tariff imbalan produk dan jasa (3) adanya batasan perjanjian yang diizinkan menurut syariat Islam; (4) focus pada tujuan social dan pengembangan (5) terdapat *review* lain dari dewan pengawas syariah. Pengembangan perbankan syariah adalah untuk menyelamatkan jiwa, akal, agama, harta, dan keturunan umat Islam dari transaksi yang diharamkan oleh syariat Islam khususnya transaksi dalam bidang perbankan, hal tersebut termasuk dasar dari pengertian perbankan syariah. Industri perbankan syariah yang menjunjung tinggi prinsip etika bisnis Islam adalah mutlak karena keberadaannya diperlukan sebagai fasilitator transaksi yang halal menurut syariat Islam.

Menurut Noor & Ahmad (2012), pertama kali bank syariah modern berdiri pada tahun 1963 di Mesir dan sejak saat itu telah didirikan lebih dari 300 institusi dari 75 negara. Industri perbankan syariah semakin populer dan berkembang sangat pesat di dunia termasuk di Indonesia. Bank Muamalat Indonesia mulai memelopori berdirinya perbankan syariah di Indonesia untuk yang pertama kali pada tahun 1991. Bersama dengan MUI, Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia, pengusaha-pengusaha muslim dan pemerintah Indonesia.

Pada bulan Mei 1992 Bank Muamalat Indonesia pertama kalinya menjalankan perbankan syariah setelah terbitnya Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992 yang mengatur tentang izin pengoperasian perbankan dengan prinsip syariah. Guna mempercepat pertumbuhan perbankan syariah, pemerintah menerapkan sistem perbankan ganda (*dual banking system*) sistem ini diperuntukkan juga untuk perbankan konvensional agar memiliki kesempatan yang sama dalam memberikan layanan syariah melalui mekanisme *Islamic window* dengan terbentuknya Unit Usaha Syariah (UUS) (Umam 2009). Pertumbuhan perbankan syariah memiliki angka kenaikan pertumbuhan yang sangat signifikan dan menunjukkan kegembiraan bahwa masyarakat juga turut senang menggunakan perbankan syariah. Akan tetapi kelembagaan dan produk keuangan syariah belum disertai dengan ketaatan menjalankan berdasarkan etika bisnis syariah, padahal penerapan etika bisnis Islam dalam melakukan operasional perbankan sangat penting dilakukan guna mengembangkan prinsip-prinsip etika bisnis di masa depan dan mendukung kelangsungan dalam berbisnis.

Etika berbisnis dalam Islam menuntut dan mengarahkan kaum muslimin untuk melaksanakan kegiatan dengan apa yang diperbolehkan dan dilarang oleh Allah SWT, yang tentu juga dalam melakukan segala aktivitas ekonomi. Manusia bebas melakukan segala aktivitas ekonomi untuk meningkatkan taraf hidupnya, etika bisnis Islam hadir ditengah-tengah masyarakat untuk menolong pebisnis memecahkan suatu masalah berkaitan dengan moral dalam praktek bisnis Islam yang dihadapi. Termasuk dengan etika berbisnis dalam industry perbankan. Etika bisnis dalam industry perbankan terutama perbankan syariah sangat menjunjung nilai-nilai dan norma keislaman yang sudah ditetapkan oleh ketentuan Allah SWT. Penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam perbankan syariah penting dilakukan untuk menuntut segala praktik yang terjadi sesuai dengan syariat Islam dan menjadi pembeda antara bank konvensional dengan syariah. Maka apabila perbankan syariah tidak menerapkan etika bisnis Islam akan kehilangan suatu nilai lebih yang dimilikinya bila dibandingkan dengan perbankan konvensional dan dapat mengancam keberadaan perbankan syariah di masa depan.

Dalam membahas perspektif ekonomi Islam, terdapat satu sisi yang harus benar-benar diperhatikan, yaitu Ekonomi dan Islam. Karena sesungguhnya sisi tersebut bermuara pada Akidah Islam yang bersumber dari syariat. Sedangkan dari sisi lain ada Al-Quran dan As-sunnah Nabawiyah yang berbahasa Arab. Oleh karena itu, dari berbagai terminology mengatakan bahwa substansi ekonomi yang dibuat harus sesuai dengan kalimat dalam bingkai lughwi atau dengan kata lain dibuat dengan metode kerangka Islami. Karena dengan gamblang, tegas dan jelas mampu memberi pengertian yang benar tentang istilah kebutuhan, keinginan, dan kelangkaan (*al nudrat*) dalam upaya memecahkan problematika ekonomi manusia (Nurul Huda, 2008).

Menurut Huda (2018) perkembangan bank syariah di Indonesia memiliki jangkauan pasar yang sangat luas sejalan dengan mayoritas penduduk Indonesia yang beragama muslim. Hal ini memungkinkan untuk para pemilik bank Negara, swasta nasional dan bank asing untuk membuka cabang syariahnya di Indonesia. Di Indonesia sendiri, perbankan syariah sudah berkembang dengan pesat dengan terbukti bank syariah bisa memertahankan perusahaannya dalam krisis ekonomi. Mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam juga menjadi factor pendorong majunya bank syariah saat ini. Selain itu masyarakat sudah enggan dengan fasilitas sistem kredit bank konvensional yang berlandaskan dengan bunga. Semakin berkembangnya peluang pasar di Indonesia membuat bank syariah sebagai lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa berfungsi untuk semakin meningkatkan inovasi-inovasi dari produknya, pelayanannya, managementnya agar meningkatkan sebuah kepercayaan masyarakat supaya eksistensi bank syariah dimata masyarakat tidak pudar.

Dalam jurnal yang dikutip oleh Annisa & Sylvia (2018) yang didalam jurnalnya terdapat kutipan yang ditulis Ningsih (2017) menyatakan bahwa pada saat ini penerimaan perbankan syariah di mata masyarakat berkembang baik dan positif. Hal ini dikarenakan masyarakat sekarang sudah paham berbisnis secara syariah. Trend pertumbuhan perbankan cenderung adanya kenaikan yang positif. Jika dibandingkan dengan tren pertumbuhan perbankan konvensional yang masih kalah cepat sistem perbankannya, tetapi terdapat data dari sumber

yang sama berpendapat dari waktu ke waktu perbankan syariah bisa ditekan, sedangkan LDR (*Loan Deposit Ratio*) pada bank konvensional semakin lama semakin naik hal ini membuktikan bahwa perbankan konvensional masih mempunyai utang jangka pendek. Hal tersebut membuktikan maraknya minat bank konvensional untuk membuka cabang atau unit syariah, tidak terlepas dari tujuan untuk berkontribusi dan berperan dalam memberi layanan keuangan syariah pada masyarakat. Berdasarkan data publikasi bank syariah senter Indonesia (2016) hingga saat ini Indonesia telah memiliki bank umum syariah sejumlah 11, Unit Usaha Syariah (UUS) berjumlah 24 dan layanan syariah (*Office chaneling*) berjumlah 31 yang tersebar di beberapa provinsi.

Kepercayaan yang baik adalah dengan menerapkan etika-etika dan norma yang sudah tertanam di kalangan masyarakat luas. Seperti etika yang berorientasi pada keramahan, cepat, adil tepat dan etika yang jujur sehingga menimbulkan kepuasan dan kepercayaan bagi yang menerimanya (Hasibuan 2004). Saat ini industry perbankan syariah sangat teliti dalam memilih suatu pimpinan perusahaan diantaranya seperti pemimpin yang adil, jujur amanah, cerdas dan bijaksana menjadi keniscayaan dalam organisasi apapun termasuk pada perusahaan bank syariah tersebut, tidak terkecuali organisasi dalam bisnis. Demikian juga karyawan yang jujur, ulet, komitmen komunikatif mampu bekerja sama, dan cekatan menjadi persyaratan utama dalam mencapai sukses dalam kerja tim. Bank Muamalat KCP Sumber begitu mengupayakan untuk mendapat sebuah stigma positif dari masyarakat dengan mengadakan akad-akad yang terlabel syariah dan tidak mengandung riba. Salah satu jenisnya adalah Prohaji Tabungan Haji. Menurut tutur Ibu Ike, jenis produk tersebut menjadi paling laris dari lainnya. Setiap tahun bisa mencapai target yang ditetapkan perusahaan disbanding produk lain yang terkadang tidak mencapai target.

Seiring pola pemikiran masyarakat yang semakin berkembang dan kritis ditandai dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih. Oleh sebab itu industry perbankan syariah terus mengembangkan inovasi dan norma-norma yang ada agar meningkatkan kepercayaan masyarakat sekaligus meningkatkan loyalitas nasabah. Sudah sepatutnya transaksi apapun yang sedang dilakukan, pelaksanaannya harus menggunakan prinsip-prinsip etika

bisnis yang sesuai dengan syariat yang dilandaskan dengan tauhid, tolong menolong dan tanggung jawab harus sesuai dengan Al-Quran dan Hadist. Etika yang diterapkan pada tiap perbankan syariah yang ada ini telah diterapkan dengan sifat yang harus mempunyai kejujuran yang tinggi dan harus mengikuti sifat Rasulullah yaitu diantaranya shiddiq, amanah, tabligh dan fathonah.

Dalam menerapkan etika bisnis Islam, Bank Muamalat KCP Sumber mendapat respon positif dari para nasabahnya dikarenakan system pelayanannya yang ramah dan selalu menaati aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh agama Islam. Akan tetapi perjalanan Bank Muamalat KCP Sumber untuk selalu mendapat kepercayaan nasabah tidak begitu mudah. Yang mereka hadapi diantaranya adalah mereka kesulitan untuk mempertahankan nasabah sehingga para nasabah harus terus di *maintenance* oleh para karyawan Bank Muamalat KCP Sumber agar mereka tidak kehilangan nasabahnya. Dengan adanya kompetitor dari Bank-bank lainnya dan pengetahuan tentang produk-produk yang ada di bank tersebut masih asing ditelinga masyarakat membuat Bank Muamalat KCP Sumber sangat sulit untuk mendapatkan nasabah baru. Terbukti seperti apa yang dikatakan oleh Bu Ike selaku *branch manager* bahwasannya per tahun 2023 Bank Muamalat KCP Sumber hanya berhasil menggaet sebesar 23% nasabah dari target mereka yang sebesar 70% pun pada tahun 2022 hanya berhasil mencapai 18% nasabah baru dengan target yang sama. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penerapan etika Bisnis Islam yang sudah dilaksanakan di Bank Muamalat KCP Sumber, apakah dengan penerapan yang ada dapat membuat nasabah terus percaya untuk menabung dan membeli produknya di bank ini atau malah masyarakat atau nasabah-nasabah baru akan ragu untuk mempercayakan Bank Muamalat KCP Sumber sebagai tempat untuk menyimpan dana mereka.

Mengingat begitu pentingnya bank syariah menerapkan etika bisnis yang berkualitas sesuai dengan tuntunan syariah dan etika bisnis Islam agar keinginan, kebutuhan, dan kepuasan nasabah tercapai, maka berdasarkan pemaparan diatas penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut masalah tersebut dengan judul, **“Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Sumber”**

B. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan identifikasi masalahnya adalah mengetahui peranan bank syariah dapat menimbulkan kepercayaan masyarakat dengan penerapannya menggunakan etika bisnis Islam yang sudah dijalankan oleh bank syariah tersebut.

2. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terjadi kekeliruan dalam menyampaikan penjabaran, maka peneliti membatasi masalah pokok yang akan diketahui dalam penelitian yaitu pada, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Sumber”

3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pembatasan masalah yang ditemukan, maka ditarik pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana penerapan Etika Bisnis Islam pada Bank Muamalat KCP Sumber?
- b. Bagaimana penerapan Etika Bisnis Islam di Bank Muamalat KCP Sumber dalam meningkatkan kepercayaan nasabah?
- c. Bagaimana analisis SWOT pada implementasi Etika Bisnis Islam di Bank Muamalat KCP Sumber?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui penerapan Etika Bisnis Islam di Bank Muamalat KCP Sumber.
- b. Untuk mengetahui kepercayaan nasabah tentang penerapan Etika Bisnis Islam yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCP Sumber.
- c. Untuk mengetahui analisis SWOT pada implementasi Etika Bisnis Islam di Bank Muamalat KCP Sumber.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian yang dapat diambil adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan baru dan juga bias menjadi referensi bagi kalangan akademik maupun non akademik.
 - b. Sebagai bahan bacaan atau pertimbangan penulis khususnya dari dunia perbankan pada umumnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis

Kegunaan penelitian ini untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini juga bias menjadi bahan rujukan dan pengembangan pengawasan bagi penulis terkait penerapan Etika Bisnis Islam dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat.

- b. Bagi Lembaga Keuangan

Sebagai masukan atau pertimbangan terkait penerapan Etika Bisnis Islam dalam upaya meningkatkan kepercayaan nasabah.

- c. Bagi Fakultas

Sebagai tambahan referensi dalam bidang perbankan syariah dan untuk pengelolaan perpustakaan di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bukanlah penelitian yang baru pertama kali dilakukan. Dalam penelitian terdahulu ini akan memaparkan berbagai karya yang ada hubungannya dengan penelitian yang berjudul, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Sumber” yaitu sebagai berikut:

1. Jurnal yang ditulis oleh Mirna Rafki (2022) mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yang berjudul, ” *Peran Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Repeat Order Konsumen.*” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Sumber data yang digunakan yaitu data primer

dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung dengan 14 informan sedangkan data sekunder didapat dari literatur yang relevan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa CV. Sibuh Kabupaten Soppeng memfokuskan operasionalnya pada dua hal yaitu pelayanan dan pemasaran dengan mengimplementasikan etika bisnis Islam. Beberapa indikator digunakan dalam membangun kepercayaan konsumen seperti pelayanan yang baik, kejujuran, menepati janji, bertanggung jawab terhadap konsumen, serta bekerja tepat waktu yang berimplikasi terhadap repeat order dari konsumen tersebut (Rafki, Parakkasi, and Sirajuddin 2022).

Persamaan penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan sama-sama membahas tentang pelaksanaan etika bisnis Islam dalam meningkatkan kepercayaan. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan objek penelitiannya berfokus pada CV.

2. Jurnal yang ditulis oleh Basithul Armi dan Riyan Pradesyah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang berjudul, *“Penerapan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Setia Budi Kota Medan)”* Menunjukkan dalam penelitian ini Etika bisnis sangat penting untuk diterapkan disuatu indsutri perbankan, etika bisnis yang ada di Bank Syariah Indonesia sudah diterapkan, hal tersebut dapat dilihat dari tidak adanya unsur riba dalam oprasional bank syariah Indonesia. Etika bisnis yang diterapkan di bank syariah Indonesia sudah diterapkan sesuai dengan etika bisnis Islam, hal tersebut dapat dilihat dari kejujuran yang dilakukan oleh para pegawai tentang amah yang diberikan untuk melakukan transaksi sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam yang berada di Bank Syariah Indonesia KCP Setia Budi Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi (Armi and Pradesyah 2022).

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan objek penelitiannya.

3. Jurnal yang ditulis oleh Mohammad Jauharul Arifin (2022) mahasiswa dari IAIN Ponorogo yang berjudul, "*Strategi Islamic Branding Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen.*" Penelitian ini membahas bahwa strategi *Islamic branding* merupakan terobosan baru yang dapat diterapkan para produsen untuk kepentingan pengembangan usahanya, mengingat Indonesia adalah negara yang penduduknya mayoritas muslim. Tentunya hal tersebut membuat Indonesia menjadi pasar yang baik bagi para produsen muslim yang akan memasarkan produknya. *Islamic* tak terlepas hanya berupa dalam bentuk merk, logo, atau nama. *Islamic branding* juga dapat dilihat dari proses produksi hingga proses pemasaran suatu produk, apakah sudah sesuai syariat Islam atau belum. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi *Islamic branding* dalam membangun kepercayaan konsumen. Penelitian ini termasuk penelitian library research dimana peneliti mengumpulkan data berupa teori-teori yang relevan dalam berbagai literatur, kemudian menghubungkannya dengan keadaan di lapangan yang berfokus pada penilaian strategi *Islamic branding* dalam membangun kepercayaan konsumen (M. J. Arifin 2021).
Persamaan penelitian ini terletak pada salah satu variabelnya yang berfokus pada ingin mengetahui kepercayaan terhadap konsumen. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada jenis strategi yang digunakan berfokus pada *Islamic branding*.
4. Jurnal yang ditulis oleh Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, Muhammad Fahmul Iltiham (2019) mahasiswa dari Universitas Yudharta Pasuruan yang berjudul, "*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan.*" Penelitian ini membahas tentang penerapan etika bisnis secara umum sudah diterapkan dengan baik oleh pedagang dan karyawan namun masih belum akad antara penjual dan

pembeli saat melakukan transaksi jual beli. Jadi pada masih belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam, jika dilihat dari perspektif lima prinsip etika bisnis Islam. penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data pasar yang diperoleh dari karyawan BUMDesa Wonosari dan wawancara dari pedagang beserta pelanggan (Maghfur, Maulidatul, and Iltiham 2019).

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan objeknya berfokus pada pedagang.

5. Skripsi yang ditulis oleh Abdul Arif (2021) mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Suska Riau yang berjudul, *“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru.”* Penelitian tersebut membahas tentang pertama penerapan etika bisnis dirumuskan melalui 5 prinsip, yaitu prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, serta kebenaran, kebijakan dan kejujuran. Kedua untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan etika bisnis islam yaitu dengan selalu ingin membantu setiap keinginan dan kebutuhan nasabah sampai tuntas, memberi perhatian terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah, sopan dan ramah kepada nasabah tanpa melakukan diskriminasi apapun, memiliki rasa toleransi yang tinggi dalam menghadapi setiap tindak tanduk para nasabah, menjaga perasaan nasabah agar tetap merasa tenang, nyaman dan menimbulkan kepercayaan, pegawai harus dapat menahan emosi dari setiap kasus yang dihadapi terutama dalam melayani nasabah yang berperilaku kurang baik, menyenangkan orang lain merupakan sikap yang harus selalu ditunjukkan oleh setiap karyawan bank. Analisis data dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dan sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder dan metode pengumpulan data menggunakan obeservasi, wawancara, metode dokumentasi, serta studi pustaka (Arif 2021).

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam. Perbedaannya terletak pada variable yang berfokus pada kualitas pelayanan.

6. Jurnal yang ditulis oleh Afrida Putritma Staf Pengajar Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta (2018) yang berjudul, "*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah*" Penelitian tersebut membahas tentang bagaimanakah pengawasan penerapan etika bisnis Islam dalam industri perbankan syariah, tantangan penerapan etika bisnis Islam dalam industri perbankan syariah, dan tindakan untuk mengatasi tantangan tersebut. Teknik pengumpulan data dengan studi dokumen, dan analisis data menggunakan metode kualitatif. Masih banyak tantangan yang harus dihadapi dalam penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam perbankan syariah sehingga dibutuhkan sinergi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) baik eksternal maupun internal dalam mengatasi berbagai tantangan tersebut (Putritama 2018).

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya adalah tempat penelitian dan penelitian ini meneliti keseluruhan dari perbankan syariah.

7. Jurnal yang ditulis oleh Mabarroh Azizah (2020) mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Purwakerto yang berjudul, "*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee*". Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penerapan etika bisnis Islam di toko online Shopee Jenis penelitian ini adalah yuridis-normati atau penelitian hukum normative. Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif-analisis. Data primer merupakan bahan penelitian yang berupa aturan, norma tentang etika bisnis Islam dan konsep jual beli daring (online) yang terdokumentasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kepustakaan, dokumentasi dan wawancara. Teknik Analisis data dilakukan dengan cara berfikir induktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: penerapan etika bisnis Islam dalam praktek jual beli daring (online) di toko online Shopee, belum menerapkan etika

bisnis Islam. Karena masih adanya perbuatan bohong dan juga memposting gambar yang tidak sesuai dengan aslinya (Bani 2008).

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan objek penelitiannya yang berfokus pada jual beli *online*.

8. Jurnal yang ditulis oleh Nur Manna Silviyah dan Novieati Dwi Lestari (2022) mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang berjudul, *“Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM”*. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah metode penelitian kualitatif, serta pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan studi literatur review, dengan cara mencari beberapa jurnal dan artikel yang sesuai dan relevan dengan pembahasan tentang penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam perlu dilakukan sebagai langkah perbaikan kesadaran baru dalam aktifitas bisnis. Penerapan etika bisnis Islam menunjukkan pengaruh yang baik, dan berpengaruh positif dalam meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah (Silviyah and Lestari 2022).

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya adaah terletak pada tempat dan objek penelitian yang berfokus pada UMKM.

9. Jurnal yang ditulis oleh Azmil Futihatul Rizqiyah dan Yuliani (2022) mahasiswa IAIN Kediri yang berjudul, *“Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di BMT UGT Sidogiri Cabang Jombang”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan kinerja pegawai pada BMT UGT Sidogiri Jombang. Metode penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh dari wawancara dengan manajer, karyawan dan nasabah BMT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BMT UGT Sidogiri Jombang telah menerapkan etika bisnis Islam dengan baik, hal ini dibuktikan dengan penerapan lima prinsip dasar etika bisnis Islam yang meliputi kesatuan,

keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebajikan. Melalui penerapan etika bisnis yang sesuai syariah terbukti mampu meningkatkan kinerja pegawai yang ditunjukkan dengan semakin baik kualitas dan kuantitas kerja serta tanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan (Rizqiyah and Yuliani 2022).

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya pada lokasi penelitian yang terletak pada BMT.

10. Jurnal yang ditulis oleh Fahren Rozi Siregar dan Imsar (2022) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang berjudul, *“Implementasi Marketing Mix dalam Meningkatkan Konsumen pada Cafe Hidden Tea (Perspektif Etika Bisnis Islam)”*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui konsep dan penerapan bauran pemasaran Hidden Tea dan tinjauannya dari perspektif etika bisnis Islam. Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif melalui field research, yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan terkait dengan permasalahan penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) konsep marketing mix Hidden Tea telah melakukan semua bauran pemasaran 7P yaitu produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik. 2) Penerapan 7P Hidden Tea secara umum sudah terlaksana dengan baik, namun untuk komponen orang dan proses belum sepenuhnya terlaksana dikarenakan sumber daya manusia masih kurang efektif dalam proses perekrutan dan kurang pemberdayaan skill untuk para karyawan sehingga berdampak pada proses pelayanan yang dilakukan. 3) penerapan Hidden Tea ditinjau dari etika bisnis Islam secara umum telah sejalan dengan konsep soul marketing yang dicontohkan oleh Rasulullah saw. namun untuk komponen profesionalisme masih kurang efektif. Namun secara umum, bauran pemasaran yang dilakukan telah memberikan peningkatan minat konsumen. Hidden Tea berupaya untuk

melaksanakan bauran pemasaran agar selaras dengan prinsip etika bisnis Islam (Siregar and Imsar 2022).

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam, metode penelitiannya menggunakan deskriptif kualitatif. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

11. Jurnal yang ditulis oleh Angelia Febriana (2021) mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang berjudul, *“Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan)”* Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana pengumpulan data melalui metode observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Sumber data penelitian berupa data primer dan data sekunder. Jumlah sampel pedagang 30 Responden dan jumlah sampel pembeli 45 Responden. Dari hasil penelitian yang peneliti dapat bahwa di Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan. Bahwa di pasar Jatimulyo pedagang menggunakan teori deontologi dimana para pedagang bertanggung jawab atas barang yang rusak. Implementasi etika bisnis Islam, apabila dilihat dari lima indikator sebagai tolak ukur, bahwa indikator prinsip kehendak bebas, tanggung jawab, dan keadilan telah diterapkan dipasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan. Sedangkan dilihat dari jawaban para pembeli mengenai prinsip kebijakan dan kesatuan belum diterapkan dengan baik di Pasar Jatimulyo. Jika dilihat dari peningkatan kepercayaan terdapat tiga indikator yang dijadikan tolak ukur yaitu kemampuan, kebaikan hati dan kejujuran telah diterapkan dan dilaksanakan dengan baik di pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan (Mawar 2021).

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian yang berfokus pada pedagang dan lokasi yang berada di pasar.

12. Jurnal yang ditulis oleh Abdullah Zawawi (2023) mahasiswa Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan yang berjudul, “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Koperasi Sunan Drajat Lamongan*”. Instrumen yang digunakan dalam metode kualitatif ini adalah dengan pedoman atau metode-metode khusus sehingga dalam pengumpulan data, dapat dengan mudah untuk mengolah datanya, serta agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam melakukan pengumpulan data. Penulis menggunakan dua sumber data yaitu : Data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pertama berdasarkan paparan data penelitian dapat diketahui bahwa etika bisnis Islam yang dilakukan oleh Koperasi Syariah Sunan Drajat Lamongan, umumnya telah sesuai dengan etika bisnis Islam yang diajarkan dalam Islam yang meliputi tidak melakukan riba, keadilan kepada seluruh anggota dan juga tanggung jawab apa yang sudah di amanahkan oleh anggotanya. Kedua, dari penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan kepuasan nasabah yang diterapkan oleh Koperasi Syariah Sunan Drajat Lamongan selama ini sudah berjalan dengan baik, terbukti dengan adanya beberapa upaya yang diberikan Koperasi Syariah Sunan Drajat dalam Peningkatkan jumlah nasabahnya setiap tahunnya (Zawawi 2023).
Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam. Perbedaannya yaitu pada lokasi penelitian yang berfokus pada koperasi.
13. Skripsi yang ditulis oleh Salsabila Medy Tryana (2020) mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare yang berjudul, “*Strategi BRI Cabang Sidrap dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah (Analisis Etika Bisnis Islam)*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah yang terdiri dari perencanaan, implementasi, dan evaluasi, serta kualitas layanan dalam etika bisnis Islam. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah jenis penelitian lapangan dengan

pendekatan Fenomenologi kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, adapun analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis data kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Dengan perencanaan strategi yang diterapkan dapat meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah. 2) Bahwa strategi yang diterapkan oleh BRI Cabang Sidrap dalam meningkatkan kualitas layanan dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah. 3) Dengan evaluasi mampu mengukur kinerja yang telah dicapai oleh BRI Cabang Sidrap. 4) Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah, adil, cepat dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi nasabah (Tryana 2020).

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya terletak pada variable yang berfokus pada kualitas layanan.

14. Jurnal yang ditulis oleh Yudhita Meika Wardani dan Ahmad Ajib Ridlwan (2022) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Alma Ata yang berjudul, "*Penerapan Etika Bisnis Islam dalam membangun Loyalitas Pelanggan pada PT. Tanjung Abadi*" Artikel jurnal ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis islam pada PT. Tanjung Abadi dalam membangun loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaannya PT. Tanjung Abadi telah menjalankan bisnisnya sesuai dengan etika bisnis islam yang mencakup lima prinsip etika bisnis islam. Pelanggan merasa puas dan memberikan kepercayaannya kepada perusahaan sebagai pilihan pertama dalam pembelian barang sejenis. Maka dengan adanya hal ini, penerapan etika bisnis islam juga turut membangun loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Sebab loyalitas pelanggan tercipta karena adanya hubungan harmonis dan dengan landasan kepercayaan antara pelanggan dan perusahaan (Wardani and Ridlwan 2022).

Persamaan penelitian ini adala sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam sedangkan perbedaannya terletak pada variable yang berfokus pada loyalitas dan tempat penelitian.

15. Skripsi yang ditulis oleh Aghnini Altata (2023) mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fkultas Ekonomi dan bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu yang berjudul, *“Strategi Pemasaran Bank Muamalat KCP Palu Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Produk Pembiayaan Multiguna ProHajj Perspektif Etika Bisnis Islam.”* Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Strategi yang digunakan pada produk pembiayaan Multiguna ProHajj di Bank Muamalat KCP Palu adalah bauran pemasaran 7P yaitu produk (product), tempat (place), promosi (promotion), harga (price), orang (people), bukti fisik (physical evidence) dan proses (process). Strategi pemasaran dilakukan melalui media online, website dan offline, dimana dari ketiga media ini memberikan hasil dan respon yang baik, namun masih kurang efektif dalam meningkatkan minat nasabah karena pihak bank belum melakukan promosi secara maksimal, dimana langkah ini dapat menambah peningkatan minat masyarakat untuk menjadi nasabah ProHajj. Dan kurangnya SDM marketing dalam memasarkan produk ini atau yang sejenis. Dalam perspektif etika bisnis Islam, strategi pemasaran sudah sesuai dengan kelima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, kebaikan, dan tanggung jawab.

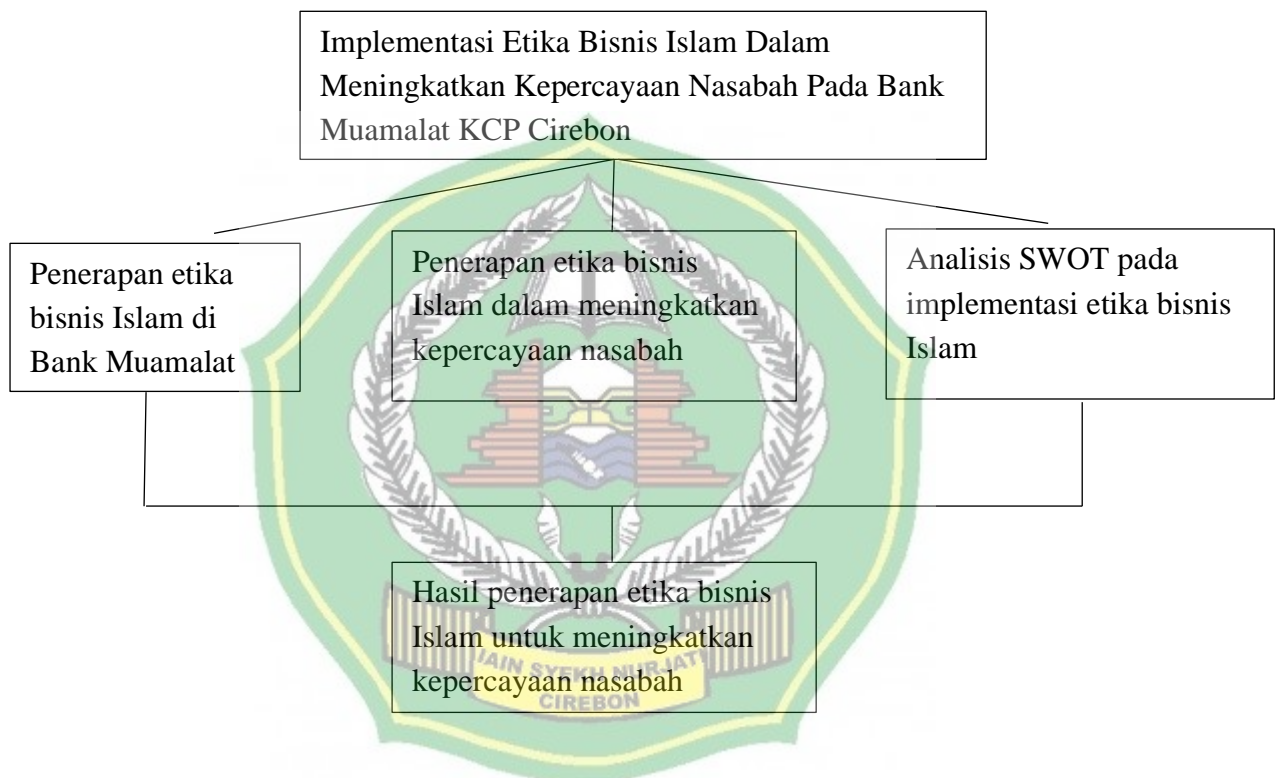
Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pelaksanaan etika bisnis Islam dan perbedaannya terletak pada variable yang berfokus pada meningkatkan minat nasabah terhadap satu produk yaitu ProHajj.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir adalah salah satu cara yang secara logis dan rasional menggambarkan alur pemikiran ulang mengenai fenomena yang sedang diteliti, sehingga penggambaran fenomena tersebut akan secara jelas terbukti dapat dipahami dalam konteks penelitian. (Hamidi 2010).

TABLE 1

KERANGKA PEMIKIRAN



Berdasarkan bagan kerangka pemikiran di atas dapat dijabarkan tentang penerapan etika bisnis Islam di Bank Muamalat KCP Sumber yang sudah sesuai dengan syariat-syariat Islam dan mengikuti ajaran Rasulullah. Para pelaku etika bisnis selaku karyawan bank tersebut harus menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman dan mempunyai sifat tauhid. Selain itu mempunyai etika yang sangat baik yaitu bersikap jujur, tanggung jawab dan tolong menolong.

Dalam bagan tersebut juga dijabarkan tentang bagaimana analisis SWOT dalam mengimplementasikan etika bisnis Islam, yang dimana terdapat adanya kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang

berfungsi untuk mengetahui analisis SWOT pada Bank Muamalat KCP Sumber dalam mengimplementasikan etika bisnis Islam. Tentunya dalam menerapkan etika bisnis Islam terdapat tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh Bank Muamalat KCP Sumber. Salah satu factor penghambatnya adalah adanya persaingan produk perbankan lain yang jauh lebih dikenal oleh masyarakat umum. Sehingga membuat produk-produk yang ada di Bank Muamalat KCP Sumber jarang diketahui masyarakat dan menyulitkan untuk menarik nasabah baru. Tentu hal ini menjadi perhatian khusus bagi Bank Muamalat KCP Sumber, mereka berupaya membuat produk yang lebih terjangkau dan efisien dengan menyediakan layanan seperti setoran awal yang lebih murah, adanya biaya admin yang murah dan banyaknya promo-promo yang dilakukan tiap bulannya.

Setiap bank syariah terdapat tantangan perusahaannya tersendiri, hal ini tidak luput dari meningkatnya persaingan dengan bank-bank konvensional. Maraknya bank-bank konvensional dan bank pemerintah menjadi salah satu hambatan juga buat Bank Muamalat KCP Sumber dalam menarik nasabahnya karena pengetahuan masyarakat yang masih awam tentang produk-produk bank syariah, serta bank-bank konvensional telah menampilkan berbagai inovasi teknologi, seperti *internet banking* dan *mobile banking*, yang meningkatkan efisiensi dan kenyamanan para nasabahnya. Oleh karena itu, Bank Muamalat KCP Sumber juga harus berinovasi dan memperkenalkan teknologi perbankan yang lebih canggih agar tetap dapat bersaing dalam menyediakan layanan yang berkualitas kepada nasabahnya.

Tidak mau nasabahnya berkurang serta kepercayaan masyarakat yang menurun, Bank Muamalat KCP Sumber hingga kini selalu berusaha menerapkan *service excellent* tiap karyawannya, terutama pada *customer service* yang tiap hari berhadapan langsung dengan nasabah. Bank tersebut juga melakukan beberapa pengetahuan kepada nasabah tentang produk-produk bank syariah. Hal ini dilakukan Bank Muamalat KCP Sumber agar dapat menumbuhkan rasa percaya nasabah pada bank tersebut. Karena kemudahan menabung di Bank Muamalat KCP Sumber jadi sangat

disayangkan jika masyarakat tidak percaya atau masyarakat tidak mengetahui kemudahan-kemudahan tersebut.

G. Metodologi Penelitian

1. Metode dan Pendekatan Penelitian

a. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi jenis metode penelitian kualitatif, yang merupakan pendekatan analisis yang menghasilkan data deskripsi analitis. Data tersebut dapat berupa informasi secara tertulis maupun lisan. Serta tingkah laku yang diamati, dapat dianalisis menjadi satu kesatuan yang lengkap. (Mukti Fajar and Achmad 2010). Dalam metode ini, focus diberikan pada kualitas data, yang diharuskan memilih dengan cermat suatu data dan informasi yang relevan mengenai materi penelitian, sementara mengabaikan materi yang tidak relevan. Penelitian ini bertujuan untuk mengamati fakta dan observasi lapangan terkait penerapan etika bisnis Islam di Bank Muamalat KCP Sumber.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian empiris di mana data hasil lapangan seperti data wawancara dan observasi menjadi focus utama. Penelitian empiris digunakan untuk menganalisis pola perilaku masyarakat dalam berkehidupan social, di mana interaksi dan kehidupan bersosial merupakan aspek yang penting.

Pendekatan penelitian dikenal sebagai penelitian empiris karena peneliti ingin menginvestigasi secara langsung untuk mengamati proses terjadinya penerapan etika bisnis Islam pada Bank Muamalat KCP Sumber.

2. Jenis dan Sumber Data

Untuk memahami implementasi etika bisnis Islam pada Bank Muamalat KCP Sumber, dibutuhkan sumber data yang dapat

diandalkan dan akurat. Dalam penelitian ini sumber data tersebut terdiri dari:

a. Data primer

Ini adalah data yang diperoleh dari sumber pertama. Seperti individu atau perseorangan. Sebagai contoh, hasil wawancara merupakan data mentah yang nantinya akan diolah sesuai kebutuhan dan tujuan penelitian (Umar, 2009). Untuk mendapatkan data primer, peneliti langsung berhadapan dengan orang-orang yang diwawancarai di Bank Muamalat KCP Sumber.

b. Data sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang didapatkan dari sumber lain, seperti buku-buku dan situs-situs web yang ada di internet (Bungin, 2005). Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui pengumpulan dokumen, buku ilmiah, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan etika bisnis Islam yang sedang diteliti oleh peneliti. Selanjutnya, jurnal-jurnal yang relevan dipergunakan dengan menyebut judul aslinya.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah tindakan yang secara langsung melihat atau mengamati kejadian yang sedang berlangsung. Secara umum, observasi merupakan metode pengumpulan informasi yang melibatkan pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap suatu fenomena yang menjadi objek perhatian (Djaali and Muljono 2007). Observasi diartikan sebagai tindakan mengamati, melihat dan mencatat perilaku secara teartaur dengan tujuan tertentu. Observasi merupakan proses pengumpulan data untuk mencapai suatu hasil kesimpulan atau diagnosis (Herdiansyah 2013). Maka dari itu, peneliti akan melaksanakan observasi terhadap penerapan etika bisnis Islam untuk meningkatkan kepercayaan nasabah pada Bank Muamalat

KCP Sumber. Peneliti mengamati langsung para nasabah Bank Muamalat KCP Sumber dalam mendapatkan pelayanan, peneliti juga mengamati langsung kinerja karyawan dalam melayani nasabah.

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode untuk memperoleh informasi atau data dengan melakukan interaksi secara lisan. Melalui wawancara, kita dapat mengeksplorasi pemikiran, perasaan, pengalaman, pendapat dan aspek lain yang tidak dapat diamati secara langsung. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara sebagai sumber data untuk menghasilkan penelitian yang akurat (Rukajat 2018). Peneliti memakai wawancara sebagai teknik pengumpulan data untuk ingin mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam yang dilaksanakan pada Bank Muamalat KCP Sumber. Peneliti melakukan wawancara langsung kepada pihak bank yaitu *branch manager, customer service, teller, security* dan juga beberapa nasabah sehingga dapat menghasilkan data-data yang peneliti inginkan baik berupa lisan atau tulisan.

4. Metode Analisis Data

Peneliti menggunakan metode analisis deduktif, yang dimulai dengan fakta-fakta spesifik yang ditemukan, dan kemudian mengaitkannya dengan teori-teori yang lebih umum. Ini dilakukan dengan mengamati kejadian di lapangan, menganalisis data, dan menarik kesimpulan (Bani 2008). Dalam hal ini, setelah mengumpulkan data dari hasil penelitian, peneliti menganalisis penerapan kepercayaan nasabah dan merumuskan strategi SWOT untuk mengaplikasikannya dalam meningkatkan kepercayaan pada nasabah tentang penerapan etika bisnis Islam di Bank Muamalat KCP Sumber.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas. Analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis data model Miles Huberman yang meliputi reduksi data, display data, penarikan kesimpulan dan verifikasi (Apiati and Hermanto 2020).

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Informasi yang diperoleh dari observasi dan wawancara direkam dalam catatan lapangan yang mencakup deskripsi dan refleksi sebagai dua komponen utama. Sugiyono (2015: 337) pengumpulan data mencakup pada apa yang akan diperhatikan, didengar, dirasakan, disaksikan, dan dialami peneliti terkait fenomena yang diamati. Sementara itu, catatan berupa refleksi adalah catatan yang memuat kesan, komentar, tafsiran peneliti tentang temuan yang dijumpai dan merupakan rencana pengumpulan data untuk tahap selanjutnya, dan guna mendapatkan catatan ini, maka peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap beberapa responden penelitian. Tahap pertama peneliti melakukan pengumpulan data setelah data terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan pemeriksaan kelengkapan serta kejelasan data yang diperoleh, sehingga data yang didapat merupakan data valid.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Putria (2020) mengatakan bahwa mengurangi data adalah proses data yang diperoleh akan disaring, difokuskan dan disederhanakan. Proses ini terjadi selama penelitian berlangsung dari pengumpulan data di lapangan hingga penyusunan laporan. Reduksi data merupakan bagian penting dari analisis data, yang melibatkan analisis yang lebih mendalam, pengelompokan, penyaringan data tidak relevan dan pengorganisasian data untuk menyusun laporan akhir yang dapat diverifikasi. Pada tahap kedua, peneliti memilih data yang sudah distruktur dan teratur.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data bertujuan untuk menyederhanakan informasi yang kompleks menjadi data yang sederhana sehingga lebih mudah untuk dipahami. Tahap ketiga setelah peneliti menyusun data tersebut secara urut, maka peneliti melakukan pengolahan data, sehingga apabila terdapat data yang tidak sesuai dengan kebutuhan penelitian, peneliti dapat menyunting data guna memenuhi kebutuhan penelitian. Proses penyuntingan data dilaksanakan untuk memperbaiki kesalahan yang mungkin terjadi selama proses penyuntingan data. Kesalahan dalam data bisa diperbaiki dalam mengumpulkan data kembali atau dengan menambah informasi yang diperlukan.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion, Drawing/Verifying*)

Setelah *display* data tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Sugiyono (2015: 345) penarikan kesimpulan ialah upaya untuk memahami makna, pola, kejelasan serta hubungan sebab akibat atau proporsi dari kesimpulan yang dihasilkan. penting untuk segera memverifikasi kesimpulan dengan menyoediki kembali serta merujuk pada catatan agar pemahaman yang lebih tepat dapat diperoleh. Pada taha berikutnya, peneliti menganalisis data dan menggambarkan data tersebut agar sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat dipahami dengan jelas.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan penelitian. Dalam laporan penelitian ini, sistematika penulisan terdiri atas lima bab, masing-masing uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini merupakan pendahuluan yang materinya sebagian besar menyempurnakan usulan penelitian yang berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II ETIKA BISNIS ISLAM DAN ANALISIS SWOT

Dalam bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan secara terperinci yang memuat tentang pengertian etika bisnis, prinsip-prinsip etika bisnis, pengertian etika bisnis dalam Islam, aspek-aspek etika bisnis Islam, fungsi etika bisnis Islam, prinsip etika bisnis Islam, pengertian kepercayaan, pengertian nasabah dan pengertian serta penerapan analisis SWOT.

BAB III KONDISI OBJEKTIF BANK MUAMALAT KCP SUMBER

Dalam bab ini berisikan tentang visi, misi, tujuan, struktur organisasi, *job description*, serta macam-macam produk yang ada pada Bank Muamalat KCP Sumber.

BAB IV IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM

Dalam bab ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam pada Bank Muamalat KCP Sumber, tantangan, hambatan dan upaya dalam mengimplementasikan etika bisnis Islam, dan penerapan etika bisnis Islam di Bank Muamalat KCP Sumber dalam meningkatkan kepercayaan nasabah.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini memuat tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari hasil temuan penelitian.