

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi awalnya berlangsung lambat, namun seiring kemajuan peradaban manusia, laju perkembangannya semakin pesat. Kemajuan ini berdampak pada industri perbankan syariah yang menghasilkan pertumbuhan bisnis dan industri keuangan yang mengarah pada perbankan digital. Menurut KOMDIGI 2025, 221 juta orang di Indonesia akan menggunakan internet pada tahun 2025, atau 79,5% dari total populasi. Selain itu, Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbesar di dunia (KOMDIGI, 2025).

Saat ini, salah satu tantangan yang dihadapi sektor perbankan adalah mengubah perbankan menjadi digital. Dirupsi digital telah mengubah cara masyarakat bertransaksi dan berbisnis. Dengan telepon pintar, nasabah lebih mudah mendapatkan informasi tentang barang dan jasa. Penggunaan internet secara global telah mengubah layanan perbankan dan keuangan. Hal ini telah menyebabkan pertumbuhan perbankan digital, yang bergantung pada teknologi untuk melakukan transaksi perbankan secara perlahan dan aman. Pada saat yang sama, perbankan telah menjadi lebih efisien dan kompetitif berkat penggunaan teknologi ini (Elsandro, 2021).

Pada tahun 2025, jumlah masyarakat yang menggunakan *mobile banking* diperkirakan meningkat signifikan karena pertumbuhan transaksi

digital dan diadopsi oleh generasi z. Meskipun jumlah seluruh pengguna belum diketahui, namun Bank Indonesia (BI) memprediksi bahwa jumlah pengguna bank digital akan tumbuh sebesar 32,16% *years-on-years* (YOY). Perkembangan digitalisasi tersebut tidak hanya berdampak pada perbankan konvensional, tetapi juga menuntut perbankan syariah untuk beradaptasi tanpa meninggalkan nilai-nilai etikanya (Kontan.co.id, 2025).

Sejalan dengan pesatnya pertumbuhan digitalisasi layanan keuangan tersebut, perbankan syariah juga dituntut untuk bertransformasi secara digital guna mempertahankan daya saing sekaligus menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks perbankan syariah di Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) muncul sebagai perbankan yang memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat untuk menggunakan perbankan tanpa khawatir dengan sistem riba di perbankan. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan gabungan dari penggabungan tiga bank syariah di Indonesia yaitu dari bank syariah mandiri, BRI syariah dan BNI syariah pada tahun 2021. Sebagai perbankan syariah terbesar di Indonesia, BSI dikenal tidak hanya menyediakan layanan perbankan kontemporer mereka juga menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar identitasnya dalam perbankan syariah di Indonesia.

Bagi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), layanan perbankan digital telah diperkenalkan sebagai bagian dari pengembangan sistem pelayanan. Pada awalnya, layanan tersebut berupa aplikasi transaksi yang bersifat standar, namun seiring waktu mengalami perkembangan dengan

menghadirkan berbagai fungsi tambahan. Di BSI, digitalisasi dimanfaatkan sebagai upaya untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan nasabah melalui kemudahan akses layanan. Dalam industri perbankan syariah yang bergerak di bidang jasa, kepuasan nasabah merupakan unsur penting karena apabila harapan yang diinginkan tidak terpenuhi, nasabah berpotensi memindahkan dananya ke bank lain. Oleh sebab itu, BSI perlu bersaing dengan lembaga perbankan lainnya dalam menyediakan fasilitas seperti ATM dan layanan internet banking guna menarik serta mempertahankan nasabah (Mamun & Ningsih, 2021).

BSI memiliki kemampuan untuk menyediakan nasabah bank dengan layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet 24 jam sehari 7 hari seminggu. Hasilnya, teknologi ISST (Internet Self Service Technology) diharapkan dapat memberikan kepuasan pelanggan melalui kualitas layanan teknologi informasi seperti kemudahan bertransaksi. Digitalisasi operasional perbankan memungkinkan berbagai aktivitas keuangan dapat dilakukan secara *realtime* tanpa memerlukan proses tradisional yang memerlukan kehadiran fisik di kantor cabang. Etika bisnis Islam itu penting dalam inovasi digital karena sebagai pedoman pengembangan inovasi digital itu sendiri. Melalui penggunaan menggunakan teknologi digital yang transparan, aman, dan berkeadilan, BSI dapat memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam seperti kejujuran (*shiddiq*), dari (*'adl*), dan *amanah*.

Layanan perbankan yang diberikan kepada nasabah merupakan salah satu aspek utama dalam kegiatan perbankan yang berperan penting dalam membangun loyalitas serta meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Akibatnya, efisiensi waktu dalam menangani transaksi bank yang terkait dengan sistem antrian jangka panjang, kesibukan, jarak yang dianggap jauh, dan macet di perjalanan dapat menciptakan nasabah yang enggan bertransaksi secara langsung datang ke bank. Dimana dengan adanya *internet banking* dapat menghemat waktu yang di dalamnya mencakup kecepatan transaksi dalam pelayanan.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih, meningkatnya tuntutan nasabah, dan kepuasan nasabah terhadap produk dan aktivitas perbankan baik dari segi kecepatan, kemudahan pengguna, fleksibilitas dalam bertransaksi, maupun dari isu lainnya, semua berawal dari upaya industri perbankan untuk beroperasi lebih efisien. Oleh karena itu, berbagai kebutuhan tersebut dipenuhi oleh industri perbankan elektronik yang semakin canggih (Saipul, 2021).

Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah. Layanan yang unggul dapat menciptakan hasil yang positif untuk nasabah. Oleh karena itu peningkatan kualitas layanan menjadi landasan utama dalam upaya memenangkan persaingan dan mempertahankan keberlanjutan bisnis di era digital saat ini.

Dalam konteks peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, penerapan etika dalam industri perbankan syariah, khususnya di

kota Cirebon merupakan aspek yang memandu seluruh kegiatan yang terlibat dalam penerapan perbankan syariah. Hal ini dikarenakan bisnis yang sukses adalah bisnis yang berlandaskan etika. Penerapan etika bisnis dalam perbankan dapat melibatkan pemantauan dan pengawasan oleh badan syariah untuk memastikan bahwa bank syariah Indonesia beroperasi sesuai dengan syariat islam dan aman. Dengan menggunakan prinsip syariah, perbankan syariah dapat menyelenggarakan kegiatan operasionalnya secara berintegritas, transparan dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas (Muhammad Rafi Irawan, 2025).

Oleh karena itu, keseimbangan antara inovasi digital dan penerapan etika bisnis Islam menjadi landasan penting bagi perbankan syariah. Implementasi atau penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam dalam praktik perbankan syariah merupakan suatu keharusan yang harus dipatuhi sesuai dengan syariat islam, karena etika bisnis islam menimbulkan sekat antara bank syariah dengan bank konvensional. Dengan menggabungkan prinsip-prinsip etika bisnis islam kedalam praktik perbankan syariah, maka keamanan respon positif nasabah dan reputasi bank syariah akan meningkat dibandingkan dengan bank-bank lain, yang pada akhirnya akan berdampak pada kelancaran operasional perbankan syariah di masa mendatang (Hidayah et al., 2025).

Keberhasilan suatu bisnis, termasuk perbankan syariah, sangat dipengaruhi oleh peran dan kepuasan pelanggan. Masyarakat modern memiliki tingkat pengetahuan dan kesadaran yang tinggi serta lebih selektif

dalam memilih produk sesuai preferensi mereka. Loyalitas terhadap layanan perbankan pun bergantung pada proses edukasi yang dilakukan secara sadar maupun tidak sadar.

Dalam konteks lokal, BSI KCP Cirebon Siliwangi salah satu unit yang mengimplementasikan layanan digital seperti aplikasi *BYOND mobile* dan layanan *e-banking* lainnya, selain itu lokasi yang menarik untuk diteliti karena memiliki karakteristik yang beragam, mulai dari pelajar, mahasiswa, karyawan, hingga UMKM. Kondisi ini meningkatkan dinamika tersendiri dalam penerapan etika bisnis Islam. Dilain sisi BSI KCP Cirebon Siliwangi berupaya meningkatkan etika dalam layanan digital, namun disisi lain harus memastikan seluruh proses sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu sebagai rujukan dalam penelitian ini, dalam hal ini penulis akan memberikan paparan baik dari segi perbedaan ataupun persamaan terkait permasalahan yang sedang di teliti. Perbedaan paling mendasar bagi penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya, terdapat pada lokasi penelitian yang sedang diteliti yaitu di BSI KCP Cirebon Siliwangi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Faadhillah et al., 2025) menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital seperti efisiensi dalam akses layanan, ketersediaan sistem, keamanan, serta responsivitas yang tinggi berkontribusi positif terhadap peningkatan kualitas layanan. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti keikhlasan, transparansi, dan keadilan, juga menjadi faktor penting dalam memperkuat

kepercayaan dan kenyamanan nasabah, sehingga secara keseluruhan mampu meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap bank. Persamaan pada fokus utama, yakni sama-sama menekankan pentingnya penerapan etika bisnis Islam dan pemanfaatan layanan digital dalam meningkatkan kualitas pelayanan perbankan syariah yang bermuara pada kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya terletak pada ruang lingkup dan sudut pandang, jurnal tersebut meneliti secara lebih luas di tingkat Kota Makassar.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ghinarahma, 2025) menunjukkan bahwa, Peran etika bisnis syariah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui prinsip kejujuran, keadilan, dan transparansi. Penerapan nilai-nilai ini meningkatkan kepercayaan, loyalitas, dan kenyamanan pelanggan, meskipun menghadapi tantangan seperti kurangnya pemahaman dan inkonsistensi praktik. Solusinya meliputi pelatihan, pengawasan, dan pengembangan produk sesuai syariah. Persamaan pada fokus utama, yakni sama-sama menekankan pentingnya penerapan etika bisnis Islam sebagai landasan moral yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan atau nasabah, dengan titik tekan pada prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, amanah, dan komitmen terhadap kehalalan yang membangun kepercayaan serta loyalitas. Namun, perbedaan mendasar dari sisi metode dan konteks jurnal tersebut menggunakan pendekatan studi pustaka dengan mengkaji literatur, studi kasus, dan teori untuk menyoroti peran etika bisnis syariah dalam berbagai sektor

(perbankan, kosmetik halal, hingga platform digital), sehingga hasilnya bersifat konseptual dan general.

Penelitian yang dilakukan oleh (Masrohatin et al., 2025) menunjukkan bahwa dengan menyediakan akses ke lebih kontemporer perbankan aman, efisien dan tetap patuh pada prinsip islam, BYOND dapat meningkatkan kualitas layanan. Selain tambahan untuk pertemuan finansial, aplikasi BYOND juga memperkuat ikatan sosial dan spiritual, yang dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah. Persamaan dengan penelitian ini pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah melalui pemanfaatan layanan digital perbankan, serta sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif. Namun, terdapat perbedaan dari sisi orientasi dan konteks penelitian, pada jurnal tersebut lebih menekankan pada strategi praktis peningkatan kualitas layanan melalui aplikasi BYOND by BSI dengan fitur-fitur inovatif, kecepatan, keamanan, serta dukungan layanan pelanggan, sementara skripsi peneliti lebih menitikberatkan pada bagaimana etika bisnis Islam diinternalisasikan dalam layanan digital sebagai basis normatif dalam menjaga prinsip syariah sekaligus meningkatkan kepuasan nasabah.

Dari ketiga penelitian tersebut, dapat diidentifikasi adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yaitu, belum adanya kajian empiris yang secara komprehensif menghubungkan antara penerapan etika bisnis Islam dan transformasi digital dalam konteks operasional cabang perbankan syariah. Penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada aspek teoritis,

konseptual, atau strategi layanan, tanpa menelusuri bagaimana nilai-nilai syariah seperti *shiddiq* (kejujuran), *'adl* (keadilan), *amanah* (tanggung jawab), dan *tabligh* (transparansi) diterapkan dalam interaksi digital sehari-hari antara bank dan nasabah.

Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan fokus pada bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diinternalisasikan dalam layanan digital BSI KCP Cirebon Siliwangi dan sejauh mana penerapan tersebut memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Penelitian ini tidak hanya menelaah aspek teknis digitalisasi, tetapi juga menilai sejauh mana nilai-nilai moral Islam diterjemahkan dalam sistem pelayanan berbasis teknologi modern. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah yang lebih kontekstual dan aplikatif bagi pengembangan layanan perbankan syariah digital yang beretika, berdaya saing, dan tetap berpijak pada prinsip syariah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara konseptual **“Implementasi etika bisnis islam berbasis digital dalam meningkatkan kepuasan nasabah (studi kasus bank syariah Indonesia (BSI) KCP Cirebon Siliwangi”**. Kajian ini dilakukan dengan pendekatan studi literatur dari berbagai jurnal, wawancara dan sumber ilmiah yang relevan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis dan akademisi dalam membangun sistem bisnis yang bertika serta berorientasi pada keberlanjutan hubungan dengan nasabah.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian penulis sebagai berikut:

1. Selama ini, survei kepuasan konsumen sering kali merujuk pada standar umum seperti kecepatan, kemudahan, dan aksesibilitas, namun belum banyak tekanan indikator yang berlandaskan etika Islam, seperti keadilan, keikhlasan, atau keberkahan.
2. Masih terdapat tantangan dalam proses edukasi pegawai agar memahami prinsip-prinsip etika bisnis Islam, terutama dalam layanan digital, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dan layanan tetap sesuai syariah.
3. Layanan digital menghadapi risiko seperti pencurian data atau peretasan. Jika tidak ditangani sesuai prinsip etika Islam (amanah dan tanggung jawab), hal ini bisa mengurangi kepuasan dan kepercayaan nasabah.
4. Meskipun layanan digital BSI terus berkembang, sejumlah nasabah masih lebih memilih layanan manual di kantor cabang. Hal ini menimbulkan kesenjangan dalam kualitas pelayanan yang diterima.
5. Layanan digital BSI menawarkan fitur pengaduan, namun tidak semua nasabah merasakan bahwa proses penanganannya cepat, transparan, dan adil sesuai dengan prinsip etika syariah.

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah di paparkan pada penelitian ini maka dirasa perlu adanya pembatasan masalah agar pengkajian yang di lakukan lebih terfokus pada masalah yang ingin di teliti. Penelitian ini hanya akan terfokus pada implementasi etika bisnis islam pada layanan digital, apa kendala yang dihadapi oleh BSI, bagaimana persepsi dan respon nasabah, serta sejauh mana penerapan etika bisnis Islam pada layanan digital berkontribusi.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi prinsip-prinsip etika bisnis islam pada layanan digital di BSI KCP Cirebon Siliwangi?
2. Apa kendala yang dihadapi BSI KCP Cirebon Siliwangi dalam menerapkan etika bisnis Islam berbasis digital, dan bagaimana solusi yang di tawarkan?
3. Bagaimana persepsi dan respon nasabah terhadap implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam berbasis layanan digital dalam meningkatkan kepuasan nasabah?
4. Sejauh mana Implementasi etika bisnis Islam pada layanan digital berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan nasabah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui implementasi prinsip-prinsip etika bisnis islam pada layanan digital di BSI KCP Cirebon Siliwangi.
2. Untuk mengetahui apa kendala yang di hadapi BSI KCP Cirebon Siliwangi dalam menerapkan etika bisnis Islam berbasis digital dan bagaimana solusi yang ditawarkan
3. Untuk menganalisis persepsi dan respon nasabah terhadap implementasi etika bisnis islam berbasis layanan digital dalam meningkatkan kepuasan nasabah.
4. Untuk mengetahui sejauh mana penerapan etika bisnis Islam berbasis layanan digital berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan nasabah.

F. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Manfaat yang dapat di terima oleh beberapa pihak dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Akademisi

Memeriksa validitas teori yang telah dibangun dan relevansinya berdasarkan data dan fakta saat ini. Teori ini dapat digunakan sebagai referensi, informasi, dan pertimbangan untuk penelitian yang lebih kompleks.

2. Bagi Non-Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dalam mempertimbangkan dan menerapkan kebijakan yang

dapat meningkatkan kinerja perusahaan perbankan syariah di masa depan, dan bisa memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

G. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari mengulangi penelitian yang sama dan menganggap plagiarisme pada karya ilmiah sebelumnya, perlu dilakukan review penelitian sebelumnya, di mana penulis membahas beberapa penelitian yang relevan, yaitu:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh (Faadhillah Awaliah Ramadhani et al., (2025) diterbitkan oleh jurnal pengetahuan naratif dengan judul “Implementasi teknologi digital dan etika bisnis Islam pada Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk mewujudkan kepuasan nasabah di kota Makassar”. Metode penelitian yang digunakan pada jurnal tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa Bank Syariah Indonesia di kota Makassar senantiasa menerapkan prinsip etika Islam dalam operasinya. Dan sebagai karyawan di bank syariah, prinsip etika Islam harus diperhatikan oleh setiap karyawan agar dapat meningkatkan kinerjanya.

Persamaan pada fokus utama, yakni sama-sama menekankan pentingnya penerapan etika bisnis Islam dan pemanfaatan layanan digital dalam meningkatkan kualitas pelayanan perbankan syariah yang bermuara pada kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaannya terletak pada ruang lingkup dan sudut pandang, jurnal tersebut meneliti secara lebih luas di tingkat Kota Makassar.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh (Ghinarahma, (2025) diterbitkan oleh *Finotec: Journal of Islamic Finance and Economics* dengan judul “Peran etika bisnis syariah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan”. Metode penelitian yang digunakan pada jurnal tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa etika bisnis syariah berlandaskan prinsip tauhid, keadilan, tanggung jawab, kebebasan, kebajikan, keilmuan, dan komitmen halal mampu meningkatkan kepercayaan, kepuasan, serta loyalitas pelanggan. Praktiknya terbukti efektif pada BSI, Wardah, dan Tokopedia Salam, meski masih menghadapi tantangan seperti rendahnya pemahaman pelaku usaha dan tekanan pasar.

Persamaan pada fokus utama, yakni sama-sama menekankan pentingnya penerapan etika bisnis Islam sebagai landasan moral yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan atau nasabah, dengan titik tekan pada prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, amanah, dan komitmen terhadap kehalalan yang membangun kepercayaan serta loyalitas. Namun, perbedaan mendasar dari sisi metode dan konteks jurnal tersebut menggunakan pendekatan studi pustaka dengan mengkaji literatur, studi kasus, dan teori untuk menyoroti peran etika bisnis syariah dalam berbagai sektor (perbankan, kosmetik halal, hingga platform digital), sehingga hasilnya bersifat konseptual dan general.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh (Cut et al., (2024) diterbitkan oleh *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar* dengan judul “Peran etika bisnis syariah dalam membangun kepercayaan konsumen”. Metode penelitian yang digunakan dalam peneliti tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa penerapan etika bisnis syariah berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen. Selain itu juga pada penelitian ini menemukan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh nilai-nilai etika yang diterapkan dalam bisnis.

Persamaan pada jurnal tersebut yaitu menitikberatkan pada penerapan prinsip-prinsip etika Islam seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab yang berfungsi sebagai landasan dalam membangun hubungan yang baik antara pelaku usaha dan konsumen. Perbedaan keduanya terletak pada ruang lingkup dan objek penelitian, di mana jurnal tersebut bersifat konseptual serta mencakup berbagai bidang bisnis, sedangkan dalam skripsi ini bersifat empiris dengan fokus khusus pada praktik etika bisnis Islam dalam sektor perbankan syariah digital.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh (yulianti & Mei Diana Kiki Verina, (2022) diterbitkan oleh *education journal* dengan judul “Dampak etika bisnis syariah terhadap pertumbuhan bisnis dan kepuasan konsumen”. Metode penelitian yang digunakan dalam peneliti tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa etika bisnis syariah berlandaskan keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial dapat meningkatkan kepercayaan,

loyalitas, serta pertumbuhan bisnis berkelanjutan. Namun, studi pada Rumah Laundry Ponorogo menunjukkan etika bisnis Islam belum berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen, sementara kualitas pelayanan lebih dominan dalam membangun kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

Persamaan pada jurnal tersebut membahas penerapan nilai-nilai etika Islam seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab dalam membangun hubungan yang beretika antara lembaga dan konsumen serta menegaskan bahwa penerapan etika Islam berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaannya terletak pada ruang lingkup dan konteks penelitian, di mana jurnal meneliti sektor bisnis umum dengan pendekatan kuantitatif, sedangkan skripsi ini berfokus secara empiris pada perbankan syariah digital dengan pendekatan kualitatif. Jurnal ini bersifat konseptual dan menyoroti dampak etika terhadap pertumbuhan bisnis dan kepuasan konsumen secara luas.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh (Aldi Saputra et al., (2024) diterbitkan oleh Jurnal Bisnis dan Manajemen (*JURBISMAN*) dengan judul “Analisis pengaruh etika perbankan syariah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah”. Metode penelitian yang digunakan dalam peneliti tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa etika perbankan syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Penerapan prinsip-prinsip syariah

yang melibatkan transparansi, keadilan, penghindaran riba, dan tanggung jawab sosial terbukti meningkatkan kepuasan nasabah.

Persamaannya terletak pada fokus keduanya yang sama-sama menyoroti penerapan nilai-nilai etika Islam seperti keadilan, transparansi, amanah, dan tanggung jawab dalam meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah pada lembaga keuangan syariah. Keduanya juga mengakui bahwa penerapan etika syariah berperan penting dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Namun, perbedaannya tampak dari pendekatan dan konteks penelitian. Jurnal ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda terhadap 400 responden untuk mengukur pengaruh langsung dan tidak langsung antara etika syariah, kepuasan, dan loyalitas nasabah secara statistik.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh (Maharti & Fahrullah, (2021) diterbitkan oleh Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam dengan judul “Penerapan etika bisnis syariah dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada yayasan aqiqoh nurtul hayat Surabaya”. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa proses penerapan etika bisnis syariah pada yayasan aqiqah nurul hayat surabaya dengan menggunakan sistem digital KPI yang dapat mempermudah yayasan maupun pelanggan secara cepat dan aman.

Persamaan pada jurnal ini membahas penerapan nilai-nilai etika Islam seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab dalam

meningkatkan kepercayaan serta kepuasan pelanggan. Keduanya juga menggunakan metode kualitatif untuk memahami penerapan etika Islam secara mendalam. Perbedaannya terletak pada konteks penelitian, jurnal tersebut meneliti lembaga jasa keagamaan (yayasan aqiqah) dengan fokus pada loyalitas pelanggan, sedangkan dalam skripsi ini meneliti implementasi etika bisnis Islam dalam layanan digital perbankan syariah untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh (Abdullah Pelu, (2025) diterbitkan oleh Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan dengan judul “peran etika bisnis Islam dalam membangun kepercayaan konsumen : sebuah studi kasus UMKM di Tangerang Selatan”. Metode penelitian yang digunakan dalam peneliti tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa etika bukan sekadar norma moral, tetapi juga strategi bisnis yang mampu memperkuat hubungan pelaku usaha dengan konsumennya. Relevansi kajian ini terlihat pada konteks perbankan syariah digital, di mana prinsip-prinsip yang sama juga menjadi dasar untuk membangun kepuasan sekaligus kepercayaan nasabah.

Persamaannya, kedua penelitian sama-sama menyoroti penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam seperti kejujuran (*shiddiq*), keadilan (*‘adl*), tanggung jawab (*amanah*), dan transparansi sebagai landasan utama dalam membangun hubungan harmonis antara pelaku usaha dan konsumen. Selain itu, keduanya menggunakan pendekatan kualitatif, dengan tujuan menggali

pemahaman mendalam mengenai penerapan nilai-nilai etika Islam dalam praktik ekonomi yang berkelanjutan. Perbedaannya terletak pada objek dan konteks penelitian. Jurnal Abdullah Pelu berfokus pada sektor UMKM di Cirendeu, Tangerang Selatan, dengan menelaah bagaimana etika bisnis Islam dapat memperkuat kepercayaan pelanggan secara lokal.

Delapan, penelitian yang dilakukan oleh (Barnamij et al., (2022) diterbitkan oleh sibatik *journal* dengan judul “*Shariah Economic Business Ethics in Facing The Era of Economi Digitalization in the Future*”. Metode penelitian yang digunakan pada peneliti tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa etika Islam berdampak positif pada pemasaran, manajemen, kepatuhan hukum, hingga kualitas layanan digital. Hasilnya, etika Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga strategi bisnis yang membangun kepercayaan, meningkatkan kualitas layanan, dan mendukung keberlanjutan usaha di era digital.

Persamaannya, kedua penelitian sama-sama menyoroti pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam menghadapi perkembangan era digital. Keduanya mengacu pada nilai-nilai dasar Islam seperti *shiddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (komunikatif), dan *fathanah* (cerdas) sebagai prinsip fundamental dalam menjalankan aktivitas ekonomi modern. Perbedaan pada jurnal ini membahas peluang dan tantangan penerapan nilai-nilai etika Islam di berbagai sektor bisnis, termasuk industri keuangan, UMKM, dan kewirausahaan digital.

Sembilan, penelitian yang dilakukan oleh (Santoso et al., (2023) diterbitkan oleh *Cogen economics & finance* dengan judul “*Islamic Ethics Commitment and Bank Outcomes: Evidence in South East Asia*”. Metode penelitian yang digunakan pada peneliti tersebut menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa semakin tinggi tingkat komitmen manajemen bank dalam menerapkan etika Islam, semakin positif pula dampaknya terhadap loyalitas nasabah, kepuasan, dan daya saing bank di pasar global. Jurnal ini menegaskan bahwa etika Islam bukan hanya nilai normatif, tetapi juga strategi praktis yang berkontribusi pada kinerja bisnis perbankan syariah secara berkelanjutan di era modern.

Keduanya memiliki persamaan fundamental dalam menempatkan etika bisnis Islam sebagai variabel utama yang berperan penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas nasabah. Baik jurnal maupun skripsi sama-sama berangkat dari prinsip-prinsip etika Islam seperti *shiddiq* (kejujuran), *‘adl* (keadilan), *amanah* (tanggung jawab), dan *tabligh* (transparansi) sebagai pilar moral dalam aktivitas perbankan syariah. Keduanya juga berasumsi bahwa penerapan etika syariah yang konsisten tidak hanya berdimensi normatif, tetapi memiliki implikasi langsung terhadap peningkatan kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah. Perbedaan mendasar dalam pendekatan dan ruang lingkup kajian. Penelitian jurnal tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda untuk mengukur secara empiris pengaruh variabel etika perbankan syariah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada berbagai

lembaga keuangan syariah di Indonesia. Hasilnya bersifat general dan berfungsi untuk menguji hubungan kausal antarvariabel secara statistik.

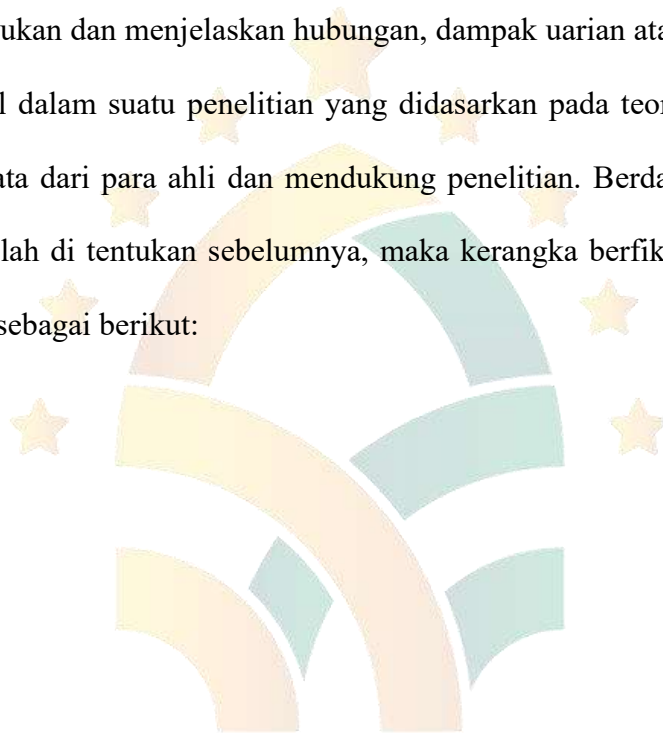
Sepuluh, penelitian ini dilakukan oleh (Fikry et al., (2023) diterbitkan oleh AB-JOIEC: *Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* dengan judul “*Digital Marketing, Cybercrime, and Islamic Business Ethics a Case Study in Indonesia*”. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa penerapan etika bisnis Islam yang konsisten dalam layanan digital tidak hanya memperkuat kepercayaan nasabah, tetapi juga meningkatkan kualitas pelayanan yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan dan loyalitas mereka. Dengan demikian, etika Islam dipandang bukan hanya sebagai norma moral, melainkan juga strategi bisnis yang relevan untuk memperkuat daya saing perbankan syariah di era digital.

Persamaan keduanya berpijak pada pandangan bahwa penerapan etika Islam bukan hanya memiliki dimensi normatif-religius, tetapi juga merupakan instrumen strategis dalam membangun kepercayaan, kepuasan, dan keberlanjutan bisnis di era digital. Namun perbedaannya, baik jurnal maupun skripsi ini menempatkan etika Islam sebagai solusi untuk menjawab tantangan moral dan sosial yang muncul dari pemanfaatan teknologi digital, termasuk isu keamanan data, transparansi transaksi, dan tanggung jawab pelaku bisnis terhadap pelanggan. Fokusnya adalah mengidentifikasi keterkaitan antara praktik pemasaran digital, risiko

cybercrime, dan urgensi internalisasi nilai-nilai etika bisnis Islam untuk mengantisipasi penyimpangan moral dalam transaksi daring.

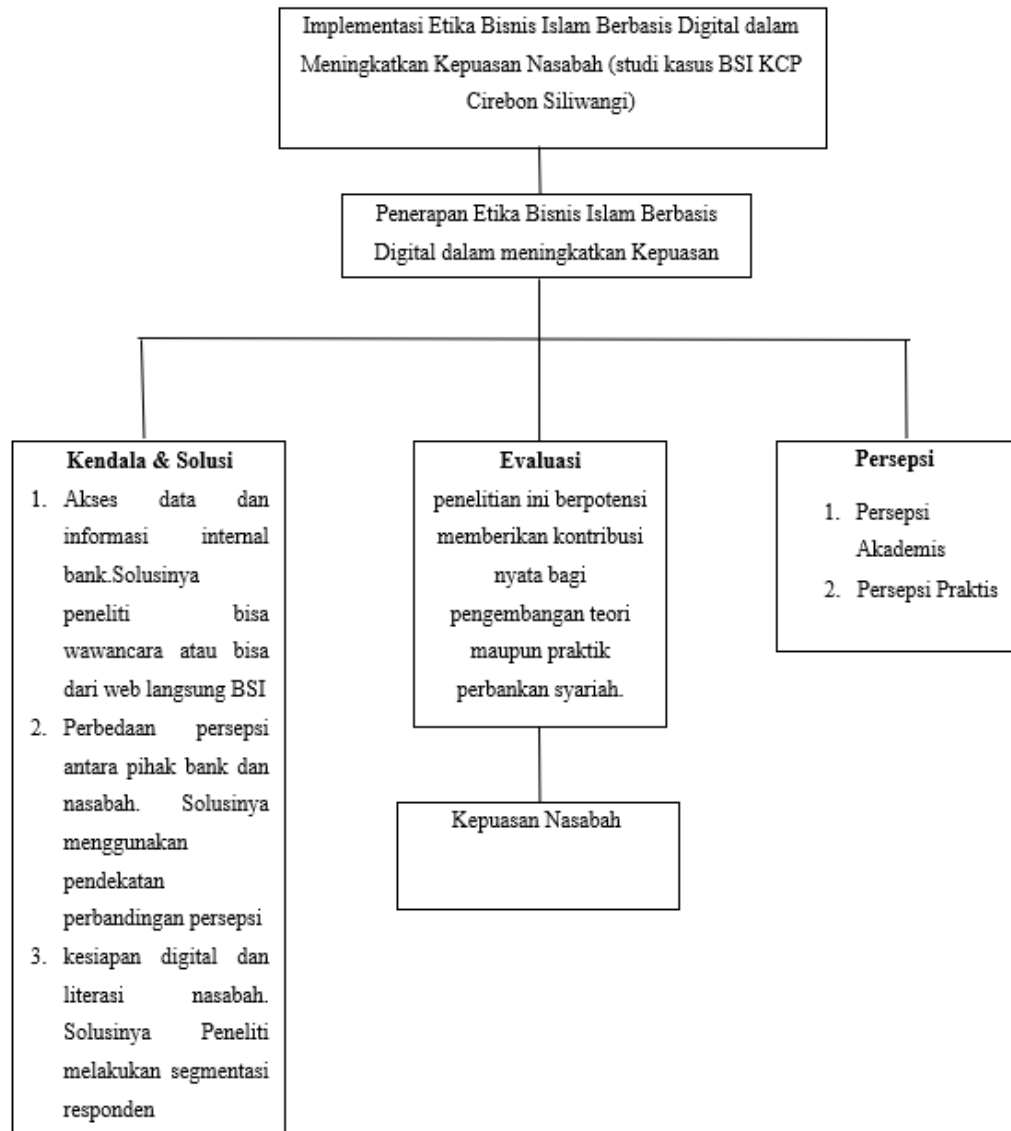
H. Kerangka Penelitian

Kerangka berfikir merupakan jenis-jenis teori teoritis yang menunjukkan dan menjelaskan hubungan, dampak uarian atau koneksi antar variabel dalam suatu penelitian yang didasarkan pada teori yang relevan, serta data dari para ahli dan mendukung penelitian. Berdasarkan variable yang telah di tentukan sebelumnya, maka kerangka berfikir penelitian ini adalah sebagai berikut:



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**



I. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif, penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengamati masalah tentang fakta dan karakteristik objek tertentu secara sistematis dan akurat. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk memaparkan, menggambarkan, dan memetakan suatu fakta menggunakan perspektif atau kerangka berpikir tertentu. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan situasi, keyakinan yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, efek yang terjadi, atau kecenderungan di tengah.

Pendekatan penelitian merupakan suatu rancangan bagaimana suatu penelitian akan dilakukan. Rancangan tersebut digunakan untuk mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang dirumuskan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian wawancara dan pengumpulan data. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang menggunakan berbagai metode, termasuk pendekatan interpretatif dan naturalistik untuk topik penelitian. Ini menunjukkan bahwa pendekatan kualitatif mempelajari fenomena dalam

keadaan alaminya, atau menafsirkan fenomena dalam arti yang menggambarkan keadaan sebenarnya. Pendekatan kualitatif menggunakan berbagai jenis bahan pengamatan, seperti studi kasus wawancara, sejarah serta observasi (Dedi Rianto Rahadi, 2022).

2. Subjek dan Objek penelitian

a. Subjek Penelitian

Dalam sebuah penelitian, subjek merupakan pihak yang memberikan informasi, pengalaman, serta data yang dibutuhkan oleh peneliti. Subjek penelitian pada umumnya dipilih dengan pertimbangan tertentu agar informasi yang diperoleh sesuai dengan fokus penelitian. Subjek penelitian adalah sumber data utama yang dapat memberikan keterangan tentang variabel atau fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, pemilihan subjek penelitian tidak dilakukan secara acak, melainkan disesuaikan dengan relevansi, kompetensi, dan keterlibatan mereka dalam konteks penelitian (Luluk Azizah, 2025).

Peneliti menggunakan teknik purposive untuk menentukan subjek penelitian dan sumber data yang dituju. Teknik purposive melibatkan pengambilan sumber data informan berdasarkan pertimbangan tertentu, termasuk individu yang dianggap paling memahami data yang diperlukan. Subjek penelitian ini termasuk:

1. Pimpinan BSI KCP Cirebon Siliwangi, sebagai penentu arah kebijakan.

2. Staf customer service atau pegawai bagian layanan digital, sebagai pelaksana operasional dan garda terdepan pelayanan.
3. Nasabah pengguna layanan digital, sebagai penerima layanan dan penilai kepuasan.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah fokus penelitian atau masalah yang akan diteliti adalah sumber data utama. Fokus penelitian ini adalah penggunaan etika bisnis Islam berbasis digital untuk meningkatkan kepuasan nasabah (studi kasus BSI KCP Cirebon Siliwangi) (Riskawati, 2023).

3. Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di BSI KCP Cirebon Siliwangi di Jl. Siliwangi No.102, Kejaksan, Kec. Kejaksan, Kota Cirebon, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan untuk tempat penelitian ini tidak dilakukan secara acak, melainkan dengan pertimbangan yang bersifat strategis dan kontekstual terhadap tujuan penelitian.

Lokasi ini dipilih karena KCP tersebut merupakan salah satu unit layanan BSI yang aktif mengimplementasikan layanan berbasis digital, seperti aplikasi *BSI Mobile*, internet banking, dan layanan digital lainnya. Selain itu, BSI KCP Cirebon Siliwangi memiliki jumlah nasabah yang cukup besar, sehingga memberikan ruang bagi peneliti untuk mendapatkan data yang relevan mengenai kepuasan nasabah.

Waktu penelitian dilaksanakan selama empat bulan, yaitu mulai dari september 2025 hingga desember 2025. Periode waktu ini dipilih agar peneliti memiliki kesempatan yang cukup untuk melakukan seluruh tahapan pengumpulan data. Selain itu, jangka waktu empat bulan dinilai cukup memadai untuk membandingkan kondisi layanan digital dalam rentang waktu tertentu, sehingga hasil penelitian tidak bersifat parsial. Menurut Sugiyono (2023), waktu penelitian yang terencana dengan baik akan meningkatkan efektivitas dalam memperoleh data yang mendalam, sehingga hasil penelitian dapat lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan (Sugiyono, 2023).

4. Jenis dan Sumber data

Keterangan terkait yang mencakup fakta dan angka untuk digunakan sebagai bahan untuk menyusun informasi disebut data. Data primer dan data sekunder adalah dua kategori sumber data dalam penelitian kualitatif:

a. Data Primer

Data primer merupakan ringkasan data yang diberikan secara tenang kepada mereka yang melakukan pengumpulan data, baik yang bersangkutan maupun yang bertanggung jawab. Data primer pada penelitian ini meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misal lewat orang lain ataupun

dokumen. Sumber data sekunder juga dapat diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada, biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan berbagai teknik pengumpulan data untuk membuat data yang dikumpulkan relevan dengan masalah penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik:

a. Wawancara

Wawancara adalah proses mendapatkan kejelasan yang mencakup tanya jawab baik secara tatap muka maupun tidak tatap muka, yaitu melalui komunikasi elektronik antara individu yang diwawancarai, dengan atau tanpa pedoman. Salah satu jenis alat evaluasi yang tidak termasuk tes adalah wawancara, yang dilakukan melalui percakapan dan tanya jawab, baik langsung maupun tidak langsung (Phafiandita et al., 2022).

Wawancara dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu: semi terstruktur atau bebas terpimpin, terstruktur atau terpimpin, dan wawancara tidak terstruktur atau bebas. Wawancara terstruktur atau terpimpin artinya pewawancara sekaligus alternatif jawaban telah menyusun pertanyaan-pertanyaan tertulis. Sebaliknya, wawancara tidak terstruktur atau bebas mengacu untuk penggunaan wawancara bebas untuk memberikan informasi langsung kepada pembaca, tetapi juga

untuk menunjukkan data bebas yang akan dikumpulkan. Wawancara semi-terstruktur atau bebas terpimpin adalah kombinasi wawancara terstruktur atau terpimpin dengan wawancara tidak terstruktur atau bebas (Ivanna Frestilya Ari Shandi, 2020).

Pada penelitian ini jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur atau terpimpin. Adapun subjek dari metode wawancara ini adalah karyawan *frontliner* BSI KCP Cirebon Siliwangi.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kegiatan yang sedang berlangsung. Melalui observasi, peneliti memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian serta memahami perilaku manusia dalam konteks tertentu. Selain itu, observasi juga dapat digunakan sebagai sarana evaluasi, yaitu untuk mengukur dan mencatat aspek-aspek tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Data yang dihasilkan dari proses observasi dapat berupa temuan mengenai aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi, maupun suasana tertentu yang diamati secara sistematis (Luluk Azizah, 2025).

Dalam melakukan observasi, peneliti memperhatikan secara seksama dan mengamati berbagai peristiwa yang berkaitan dengan

penerapan etika bisnis islam berbasis digital dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BSI KCP Cirebon Siliwangi.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi mencakup data tentang hal-hal atau variabel seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Teknik dokumentasi juga menggunakan informasi dari catatan penting yang dimiliki oleh orang atau organisasi (Ivanna Frestilya Ari Shandi, 2020).

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menelaah, dan menganalisis berbagai dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen yang dimaksud tidak hanya terbatas pada arsip tertulis, tetapi juga dapat berupa foto, laporan, peraturan, notulen rapat, buku, jurnal, hasil publikasi, hingga dokumen elektronik yang mendukung data penelitian. Teknik ini sangat penting, karena memberikan bukti tertulis maupun visual yang memperkuat temuan peneliti dan meminimalisir subjektivitas (Luluk Azizah, 2025).

6. Uji Keabsahan Data dan Uji Dependalitiy

Keabsahan atau validasi adalah bagian penting dari pemeriksaan, yang mencakup pemeriksaan atau konfirmasi atas informasi yang dikumpulkan. Pemeriksaan subyektif, yang melibatkan berbagai teknik dan waktu, adalah metode umum untuk memastikan keabsahan informasi. Triangulasi sumber, teknis, dan waktu adalah tiga kategori yang digunakan (Riskawati, 2023).

a. **Tringulasi Sumber**

Tringulasi sumber melibatkan penggunaan berbagai sumber informasi, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, untuk menyelidiki kenyataan data tertentu.

b. **Tringulasi Teknik**

Tringulasi teknik adalah metode untuk membandingkan atau memeriksa kembali data atau informan. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah data atau informasi itu akurat atau tidak dengan membandingkan berbagai sumber atau perspektif.

c. **Tringulasi Waktu**

Dalam tringulasi waktu, peneliti melihat objek penelitian pada berbagai titik waktu untuk mengetahui apakah mereka tetap sama atau berubah dari waktu ke waktu. Dengan kata lain, mereka melihat fakta atau fenomena yang sama di lapangan pada berbagai titik waktu tetapi sampai pada kesimpulan yang sama.

7. Teknik Analisis Data

Analisis dalam sebuah data studi kualitatif dilakukan sebelum dan sesudah penelitian. Kenyataannya analisis data kualitatif terjadi sepanjang proses pengumpulan data, bukan setelah data selesai. Data analisis hal ini dilakukan dengan mengacu pada hasil pendahuluan penelitian kedua dengan meninjau literatur yang akan digunakan untuk memilih fokus penelitian. Fokus penelitian dari penelitian tersebut masih cukup jelas dan akan berubah setelah peneliti menyelesaikan penelitiannya.

Selama wawancara, peneliti menganalisis tanggapan responden. Jika tanggapan responden tidak memuaskan setelah wawancara, peneliti akan mengajukan pertanyaan lagi sampai mereka mendapatkan data yang dapat diandalkan. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif untuk menganalisis data (Rifa Nabila, 2022).

a. Reduksi data

Penelitian kualitatif biasanya menganalisis data dalam narasi deskriptif kualitatif, mencari kesamaan dan perbedaan. Namun, data dari dokumen kuantitatif biasanya tidak dianalisis secara statistik.

b. Penyajian data

Menawarkan data kesimpulan dalam bentuk informasi terstruktur memungkinkan menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Di masa lalu, teks naratif adalah cara yang paling umum untuk menyajikan data kualitatif.

Peneliti dapat menyajikan data dalam penelitian ini dengan sistematis dengan menguraikan hasil penelitian dalam teks naratif. Dalam kasus ini, peneliti menyajikan data sesuai dengan penelitian tentang penggunaan etika bisnis Islam digital untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah langkah ketiga dalam analisis data kualitatif. Kesimpulan awal yang dibuat hanya sementara

dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya.

J. Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun dengan sistematika penulisan ini sehingga lebih mudah dibahas dan sesuai dengan topik yang dibahas. Skripsi ini dibagi menjadi lima bab, dengan setiap bab terdiri dari beberapa subbab yang saling terkait satu sama lain. Sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I Latar Belakang, pada bab ini diuraikan secara garis besar permasalahan penelitian yang menjadi latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penulisan.

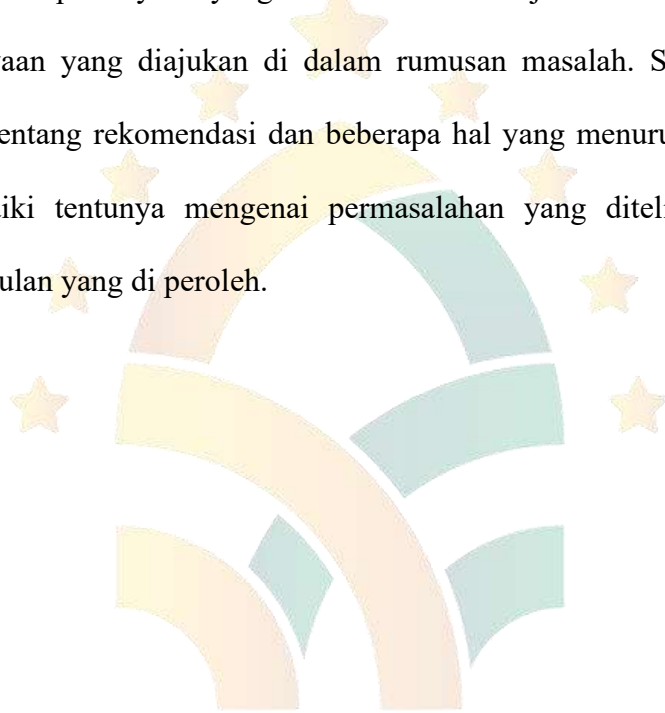
BAB II Kajian Teori, pada Bab ini berisi tentang teori etika bisnis Islam, teori kepuasan nasabah, serta teori kode etik pegawai. Yang didalamnya berisi pengertian dan nilai-nilai etika bisnis Islam.

BAB III Gambaran Umum, pada Bab ini berisi tentang Gambaran umum Bank Syariah Indonesia, yang mana didalamnya meliputi sejarah berdirinya Bank Syariah Indonesia, visi dan misi, struktur organisasi, tujuan Bank Syariah Indonesia, serta produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia.

BAB IV Pembahasan dan Hasil Penelitian, pada Bab ini berisi uraian permasalahan, yang mana didalamnya meliputi implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada layanan digital, bagaimana kendala yang dihadapi dan apa solusinya, bagaimana respon dan persepsi nasabah terhadap

implementasi etika bisnis Islam ini, dan sejauh mana penerapan etika bisnis Islam pada layanan digital.

BAB V Kesimpulan, pada bab ini bagian terakhir dari penelitian ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diuraikan melalui jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan di dalam rumusan masalah. Sementara saran berisi tentang rekomendasi dan beberapa hal yang menurut peneliti perlu diperbaiki tentunya mengenai permasalahan yang diteliti sesuai hasil kesimpulan yang di peroleh.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**