

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PRESPEKTIF ISLAM DALAM PELAYANAN NASABAH (Studi Kasus di BMT UGT Nusantara Capem Blimbing)

Misbahul Nisa', Rini Rahayu Kurniati, Ratna Niken Hardati

*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang,
Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia*

LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

Email : nissavina73@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi implementasi etika bisnis Islam di Baitul Mar Wat Tamwil Nusantara. Jenis penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu teknik Observasi (Observation), wawancara (Interviews) dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dalam perspektif Islam di BMT UGT Nusantara untuk melayani pelanggan di BMT dapat meningkatkan jumlah pelanggan, dengan bertambahnya jumlah pelanggan setelah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis.

Kata kunci: *Implementasi Etika Dalam Pelayanan Nasabah.*

ABSTRACT

The purpose of this research is to evaluate the implementation of Islamic business ethics in Baitul Mar Wat Tamwil Nusantara. This type of research is a qualitative method. Data collection techniques in this study used three data collection techniques, namely observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the application of business ethics in an Islamic perspective at BMT UGT Nusantara to serve customers at BMT can increase the number of customers, by increasing the number of customers after applying the principles of business ethics.

Keywords: *Implementation of ethics in customer service.*

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan ekonomi saat ini, sektor keuangan khususnya lembaga keuangan syariah banyak diminati oleh masyarakat luas. Masyarakat mungkin percaya bahwa lembaga keuangan berbasis syariah lebih aman dan nyaman karena menggunakan sistem bagi hasil dan akad yang sesuai dengan syariah Islam. Berkat yayasan ini, orang semakin mengandalkan lembaga keuangan Islam untuk keuangan mereka. Oleh karena itu, keberadaan lembaga keuangan syariah sangat bermanfaat bagi kebutuhan masyarakat Indonesia untuk melakukan transaksi keuangan sesuai ajaran Islam. Dengan

perkembangan teknologi informasi saat ini, teknik pemasaran dapat dilaksanakan dengan cepat dan efektif tanpa batasan waktu dan tempat melalui media online yang disertai dengan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan daya kreatifitas dan daya inovasi dari tenaga pemasaran produk perbankan. Berbagai cara digunakan untuk membangkitkan minat pelanggan. Selain sisi teknologi, perusahaan perbankan berlomba-lomba membangkitkan minat nasabah terhadap fenomena dan layanan dengan menerapkan etika bisnis Islami yang baik dan benar. Memberikan sentuhan pelayanan yang personal dengan

menciptakan komunikasi dua arah untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dan meningkatkan minat nasabah terhadap produk dan layanan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Berbagai program menggunakan kontrak berdasarkan peraturan agama Islam dalam transaksi ini. Begitu banyak orang berduyun-duyun melakukan perbankan yang berbeda melalui lembaga keuangan Islam daripada melalui lembaga keuangan tradisional. Salah satu produk yang digunakan oleh lembaga keuangan adalah deposito atau tabungan. Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT dikreditkan dengan peluang pengembangan yang baik dibandingkan dengan keuangan yang lain beroperasi secara tradisional karena: (1) Lembaga keuangan syariah dikelola berdasarkan asas kewajaran, keadilan dan rasionalitas, dengan keuntungan yang ditawarkan kepada deposan benar-benar timbul dari penggunaan dana oleh pengusaha lembaga keuangan syariah. (2) Misi lembaga keuangan syariah sejalan dengan program pemerintah yaitu memperkuat perekonomian nasional sehingga dapat mencapai tujuannya sendiri dan mejalani kerja sama yang saling menguntungkan, dan (3) Selama pinjam dan pengguna keuangan mengikuti sistem bagi hasil, sistem syariah sebenarnya lolos uji prinsip gelombang ekonomi.

Kinerja tambahan dari pemilihan produk pelanggan potensial sangat menentukan perilaku penawaran produk. Jika keuntungan terlalu kecil, daya beli calon konsumen rendah atau produk kurang populer dan sebaliknya. Akan tetapi, BMT sebagai lembaga keuangan tentu juga memerlukan profit guna menutupi biaya operasional yang dikeluarkan, sehingga perilaku nasabah dalam mengambil keputusan atas produk yang akan digunakan berpengaruh terhadap retur yang didapatkan. Mengingat lembaga

keuangan seperti BMT memiliki beberapa pilihan yang menawarkan pembiayaan dengan layanan dan tingkat margin yang berbeda, terdapat beberapa alternatif pilihan bagi calon nasabah.

Sebagai contoh, berikut disajikan tabel perbandingan jumlah sebaran koperasi dan BMT yang ada di Kota Malang.

Tabel 1. Profil UGT BMT dan koperasi Syariah lainnya tahun 2021

No	Kegiatan	Koperasi Syariah Al-Kamil	KSPPS	Konindo Syariah	BMT UGT Nusantara
1.	Jumlah Kantor	2	5	12	33
2.	Promosi	Tidak jemput bola	Tidak jemput bola	Tidak jemput bola	Jemput bola
3.	Sistem Layanan	Offline	Offline	Offline	Offline Online

Sumber: Data Diolah Juli 2022

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa BMT lebih banyak diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat Kota Malang. Hal ini dikarenakan BMT memiliki pilihan produk yang lebih luas jangkauannya dibandingkan dengan koperasi lain. Selain itu BMT memiliki strategi promosi dengan sistem “antar jemput bola” pelayanan ini memiliki beberapa keunggulan, selain memungkinkan para calon nasabah lebih mengenal produk yang dibutuhkan untuk kebutuhan finansialnya juga memungkinkan para calon nasabah tidak harus melakukan transaksi dikantor cabang. Oleh karena itu dengan adanya beragam produk yang ditawarkan dari BMT beserta dengan harga akad dalam produknya, para calon nasabah dapat diketahui besaran jumlah keuntungan yang akan didapatkan. Berdasarkan dari fenomena dan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk memilih judul skripsi tentang, **“IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PRESPEKTIF ISLAM DALAM PELAYANAN NASABAH (Studi Kasus di UGT BMT Nusantara Capem Blimbing).”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi etika bisnis perspektif Islam dalam pelayanan nasabah *Baitul Maal Wat Tamwil* Nusantara?
2. Adakah peningkatan nasabah setelah adanya implementasi?
3. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat etika bisnis Islam dalam mempengaruhi minat nasabah?

TINJAUAN PUSTAKA

1. Etika Bisnis Islam

1.1 Pengertian Etika

Menurut Harahap dan Pramitasari (2019:26) Etika atau moral dalam Islam merupakan buah dari keimanan, keislaman dan ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT. Selain itu, etika juga dapat diartikan sebagai kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. Serta diartikan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Etika dijelaskan oleh ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk. Hak dan kewajiban moral (akhlak). Etika juga didefinisikan sebagai seperangkat prinsip atau nilai yang berkaitan dengan moralitas. Artinya juga nilai-nilai benar dan salah yang dianut suatu kelompok

atau masyarakat (Fauziah N D et al., 2019:3).

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa konsep etika secara umum adalah aturan atau standar yang dapat dijadikan acuan perilaku seseorang dalam hal perilaku baik dan buruk, yang mewakili tugas moral dan tanggung jawab.

1.2 Pengertian Bisnis

Bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan demi memenuhi kebutuhan hidupnya (Sukirno, 2010). Selain itu, bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan (Madura 2007). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengertian bisnis secara umum adalah merupakan keseluruhan rangkaian kegiatan untuk mengelola berbagai sumber daya yang tersedia baik secara individu maupun kelompok guna memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui laba/keuntungan yang didapatkan.

1.3 Pentingnya Etika Bisnis

Etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian tindakan dan perilakunya. Hal ini dikarenakan etika merupakan seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seseorang individu etika bisnis kadang kala merujuk pada etika manajemen atau etika

organisasi, yang sederhana membatasi kerangka acuannya pada konsepsi sebuah organisasi (Fauziah N D et al., 2019). Oleh karena itu, mempelajari etika dalam bisnis berarti mengetahui apa yang baik dan buruk serta benar atau salah dalam bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas.

1.4 Etika dalam Perspektif Islam

Masyarakat Islam adalah masyarakat yang dinamis sebagai bagian dari peradaban. Dalam hal ini etika dan agama sangat erat kaitannya dengan manusia dalam upaya mengatur kehidupan dan perilakunya. Ketika Barat menjadikan "akal" sebagai dasar kebenaran. Oleh karena itu, Islam menetapkan "Al-Quran" sebagai dasar kebenaran.

Ada enam teori perspektif Islam, yaitu: Pertama, teleologi utilitarian mengatakan bahwa hak individu dan kelompok penting dan tanggung jawab adalah hak individu. Kedua, keadilan distributif adalah doktrin keadilan Islam. Ketiga, deontologi menyatakan bahwa niat baik tidak dapat melegalkan yang ilegal. Keempat, hukum abadi menyatakan bahwa Tuhan mewajibkan manusia untuk mempelajari dan membaca Wahyu dan ciptaannya. Kelima, relativisme adalah tindakan manusia dan nilainya harus sesuai dengan petunjuk Al-Qur'an dan Hadits. Keenam, teori membela kebebasan memilih menurut keyakinan

dan keseimbangan seseorang. (Fauziah N D et al., 2019).

Dapat disimpulkan bahwa sebagai pebisnis kita harus menerapkan enam teori dalam menjalankan suatu usaha guna dapat memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan moral dalam bisnis yang di hadapi.

2. Pengertian Pelayanan

2.1 Definisi pelayanan

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai kegiatan individu, kelompok atau organisasi untuk secara langsung atau tidak langsung memuaskan suatu kebutuhan. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan secara langsung melalui tindakan orang lain. Tingkat pelayanan adalah ukuran yang jelas dari pelayanan yang baik. Standar pelayanan ini juga mencakup standar kualitas pelayanan. Kualitas, di sisi lain, adalah keadaan dinamis yang terkait dengan produk, layanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan mereka yang mencarinya (Moenir dalam Rianto 2010).

BMT dinilai berhasil apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan memenuhi kelima kriteria komponen pelayanan dan pelanggan merasa puas terhadap pelayanan tersebut. Keberhasilan tersebut tidak lepas dari perilaku dan karakter karyawan UGT BMT Nusantara. Di era globalisasi ini, peran layanan koperasi BMT bagi klien menjadi sangat

penting mengingat semakin ketatnya persaingan dunia usaha, khususnya bagi BMT di wilayah Pakistan. Layanan pelanggan BMT mencakup berbagai sikap dan karakteristik perilaku manusia BMT untuk memberikan pelayanan yang baik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Berikut ini dapat diturunkan dari definisi di atas:

- a) Beberapa fungsi pelayanan yang diberikan kepada pegawai serta sikap dan perilaku BMT UGT Nusantara.
- b) Komunikasi yang baik antara pelanggan dan karyawan BMT UGT Nusantara.
- c) kegiatan untuk mendukung customer care dan memenuhi kebutuhan nasabah BMT UGT Nusantara tersebut.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan jenis penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ditemukan, Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Implementasi prinsip etika bisnis syariah BMT UGT Nusantara Blimbing, yang meliputi sub-poin sebagai berikut:

- a. Tauhid Unity
 - b. Keseimbangan
 - c. Kehendak Bebas
 - d. Tanggung jawab
 - e. Kebenaran dan kewajiban
1. Adakah peningkatan jumlah nasabah setelah adanya implementasi.
 2. Faktor-faktor yang mendukung dan menghambat etika bisnis Islam dalam mempengaruhi minat nasabah.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat peneliti melakukan penelitian. Lokasi penelitian merupakan aspek penting yang harus ditentukan oleh peneliti untuk mencapai tujuan penelitiannya. Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka peneliti memilih BMT UGT Sidogiri Kota Malang Jl. Raya Wendit Barat No.2, Lowokso, Mangliawan, Kec. Pakis, Kota Malang, Jawa Timur.

SUMBER DATA

Menurut Mukhtar (2013:107) Sumber data adalah sumber yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang digunakan untuk penelitian data primer dan sekunder. Sumber data primer dan sekunder digunakan sebagai sumber data dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, angket, wawancara, dokumentasi atau kombinasi dari keempatnya. Tiga teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi di tempat penelitian BMT UGT Sidogiri Kota Malang di Jl. melalui Raya Wendit Barat No.2, Lowokso, Mangliawan, Kec. Pakis, Kota Malang, Jawa Timur dengan melihat kegiatan usaha kontrak. Peneliti juga mencatat hal-hal yang menarik dan mengambil dokumentasi tempat atau lokasi penelitian.

2. Wawancara

Dalam wawancara ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur. Selama melakukan wawancara ini, peneliti mendengarkan dengan seksama dan memperhatikan isu-isu penting yang disampaikan oleh informan yaitu penerapan etika bisnis dalam perspektif Islam untuk meningkatkan jumlah pelanggan (studi kasus di UGT BMT Nusantara Blimbing). Responden penelitian ini adalah:

- 1) Bapak Anwar selaku pimpinan cabang dan pegawai BMT UGT Nusantara
- 2) Pengurus UGT BMT Nusantara
- 3) Nasabah UGT BMT Nusantara dan warga di Blimbing.

Hasil wawancara disusun kembali secara sistematis untuk analisis data.

3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dokumentasi berupa foto, rekaman wawancara dengan whistleblower, sejarah perusahaan, kebijakan dan praktik perusahaan, serta dokumen terkait prioritas penelitian terkait implementasi etika bisnis Islam di BMT UGT Nusantara.

Analisis Data

Miles dan Huberman bersikeras bahwa operasi sedang berlangsung, sehingga informasinya masih jauh dari lengkap. Fungsi analisis data yaitu reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

1. Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data melalui observasi atau di tempat yang diteliti yaitu Jl. Raya Wendit Barat No.2, Lowokwaru,

Mangliawan, Kec. Pakis, Kota Malang, wawancara mendalam dengan pimpinan cabang BMT UGT Nusantara, karyawan dan pelanggan, serta dokumentasi atau gabungan dari ketiganya. Pengumpulan data membutuhkan waktu sehari-hari, bahkan mungkin berbulan-bulan, sehingga Anda mendapatkan banyak. Pada tahap awal, peneliti melakukan survei umum terhadap situasi sosial atau subjek penelitian, semua yang dilihat dan didengar direkam. Dengan cara ini peneliti menerima informasi yang sangat luas dan beragam. Peneliti melakukan penyelidikan umum terhadap keadaan di Baitul Maal Wat Tamwil BMT Nusantara berdasarkan semua yang dilihat dan didengarnya. Dengan demikian, peneliti mendapatkan informasi sesuai dengan kondisi yang berlaku di daerah penelitian.

2. Reduksi data

Reduksi data dalam penelitian ini berfokus pada:

1. Penerapan etika bisnis syariah di UGT BMT Nusantara Blimbing, meliputi sub bab:
 - a. Tauhid
 - b. Keseimbangan
 - c. Kebebasan
 - d. Tanggung jawab
 - e. Kebenaran & kewajiban
2. Peningkatan nasabah setelah dilakukan implementasi.
3. Faktor pendukung dan penghambat etika bisnis islam dalam mempengaruhi minat nasabah.

3. Penyajian Data

Data yang telah dianalisis melalui reduksi data selanjutnya dapat disajikan dalam bentuk yang lebih sederhana seperti: Deskripsi ringkasan, hubungan antar kategori, flowchart, dll. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan peneliti memahami apa yang terjadi sebelum merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan informasi yang diperoleh.

4. Kesimpulan dan Verifikasi Data

Dalam penelitian ini peneliti hanya ingin mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan kondisi yang diteliti sesuai dengan fokus masalah yaitu:

1. Penerapan etika bisnis syariah di UGT BMT Nusantara Blimbing, meliputi sub bab:
 - a. Tauhid
 - b. Keseimbangan
 - c. Kebebasan
 - d. Tanggung jawab (*Responsibility*)
 - e. Kebenaran & kewajiban
2. Peningkatan nasabah setelah dilakukan implementasi.
3. Faktor pendukung dan penghambat etika bisnis Islam dalam mempengaruhi minat nasabah.

Keabsahan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian

wawancara dengan mewawancarai manager UGT BMT Nusantara Blimbing, karyawan UGT BMT Nusantara Blimbing dan pelanggan. Sambil mengamati kegiatan bisnis kontrak, peneliti juga mencatat barang-barang yang diperlukan untuk keperluannya dan mengambil dokumentasi dari situs atau tempat penelitian. Dan dokumentasi menggunakan dokumentasi berupa foto, rekaman wawancara dengan informan, serta dokumen yang terkait dengan fokus penelitian yang berhubungan dengan etika bisnis islam di UGT BMT Nusantara beberapa dokumen yang terkait dengan fokus penelitian di UGT BMT Nusantara Blimbing.

PEMBAHASAN

Berikut hasil analisis Implementasi Etika Bisnis Perspektif islam Pada BMT UGT Nusantara

1. UGT BMT Nusantara Blimbing mengimplementasikan etika bisnis perspektif Islam dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah dengan menggunakan pendekatan: (1) Kesatuan Tauhid dalam penerapan etika bisnis di UGT BMT Nusantara pada tahun 2020 hingga 2022 tidak pernah mengalami penurunan maupun naik dalam bertauhid (2) Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*) dalam penerapan etika bisnis di UGT BMT Nusantara mengalami kenaikan sebanyak 1%. (3) Kehendak bebas (*FreeWill*) dalam penerapan etika bisnis di UGT BMT Nusantara mengalami kenaikan sebanyak 2%. (4) Tanggung jawab (*Responsibility*) dalam penerapan etika bisnis di BMT UGT Nusantara mengalami kenaikan sebanyak 2%. Dan (5) Kebenaran dalam penerapan etika bisnis di UGT BMT Nusantara mengalami kenaikan sebanyak 1%.
2. Jumlah nasabah yang ada di BMT setelah dilakukan penerapan etika

bisnis islam telah mengalami kenaikan nasabah hingga mencapai 2,9%. Ini juga disebabkan karena BMT UGT Nusantara menerapkan sistem bagi hasil bukan bunga sehingga banyak nasabah yang tertarik melakukan pembiayaan di BMT.

3. Faktor yang menjadi penunjang BMT UGT Nusantara terhadap minat nasabah meliputi, faktor promosi dengan memberikan promosi menarik kepada calon nasabah agar tertarik, faktor produk dengan memberitahun keunggulan-keunggulan produk yang ada di UGT BMT Nusantara, faktor pelayanan dengan melayani nasabah dengan sepenuh hati, dan faktor bagi hasil bukan bunga. Sedangkan faktor yang menjadi penghambat yaitu, dan faktor pengalaman pengalaman buruk dari seseorang yang pernah melakukan pembiayaan di BMT menjadi penghambat calon nasabah baru.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan penelitian yang kami lakukan, kami dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. UGT BMT Nusantara Blimbing mengimplementasikan etika bisnis perspektif Islam dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah dengan menggunakan pendekatan: (1) Kesatuan Tauhid dalam penerapan etika bisnis di UGT BMT Nusantara pada tahun 2020 hingga 2022 tidak pernah mengalami penurunan maupun naik dalam bertauhid (2) Keseimbangan (*Equilibrium*/Adil) dalam penerapan etika bisnis di UGT BMT Nusantara mengalami kenaikan sebanyak 1%. (3) Kehendak bebas (*FreeWill*) dalam penerapan etika bisnis di UGT BMT Nusantara mengalami kenaikan sebanyak 2%. (4) Tanggung jawab (*Responsibility*)

dalam penerapan atika bisnis di UGT BMT Nusantara mengalami kenaikan sebanyak 2%. Dan (5) Kebenaran dalam penerapan etika bisnis di UGT BMT Nusantara mengalami kenaikan sebanyak 1%.

2. Jumlah nasabah yang ada di BMT dengan menerapkan prinsip etika bisnis meningkat menjadi 2,9 % nasabah.
3. Faktor yang menjadi penunjang UGT BMT Nusantara terhadap minat nasabah meliputi, faktor promosi, faktor produk, faktor pelayanan, dan faktor bagi hasil. Sedangkan faktor yang menjadi penghambat yaitu, dan faktor pengalaman.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi BMT UGT Nusantara yaitu perlunya dilakukan survei kepuasan pelanggan agar dapat menyesuaikan keinginan dengan kebutuhan pelanggan. Sehingga berdampak pada meningkatnya kepercayaan nasabah dan berimbas pada jumlah nasabah baru dapat dilihat dengan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman, K. 2016. *Filantropi Islam Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat (Model Pemberdayaan ZISWAF di BMT Se-Kabupaten Demak)*. *Jurnal Istishadia*, 9 (2), 227–245.
<https://doi.org/10.21043/iqtishadi.a.v9i2>
- Madura, Jeff. (2007) *Introduction to business*. Thopson/Shouth-Western.
- Masyithoh, dkk. 2014. *Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (Lkm) Atas Status Badan Hukum Dan Pengawasan Baitul*

- Maal Wat Tamwil (Bmt). Jurnal Economica*, 5(2), 17–36.
- M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. Bandung. Alfabeta. Hlm. 211-212
- Mukhtar, 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta. GP Press Group.
- Mustaq Ahmad, 2001. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al-Kutsar. Hlm. 10
- Nur Amalia, A. (2022). *The Conditions Of Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) In Indonesia: A Litera Review*. *Jurnal Paradigma* , 19(1), 1-8. www.bps.go.id
- Nur, Dinah Fauziah dkk. 2019. *Etika Bisnis Syariah Vol. II*. Malang. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Pramitasari, T. (2019). *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Pratiwi, R., & Yusuf, M. (2021). *Pengaruh Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Pada Koperasi Syariah Bmt Al-Ittihad Pekanbaru*. *Jurnal Akutansi Manajemen Bisnis Dan Teknologi*, 1(2), 118–131.
- Putra, P., & Isfandayani, I. (2020). *Challenges in Management of Baitul Maal wa Tamwil Based on Waqf*. 2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019). Hlm. 562–565.
- Rini, Rahayu Kurniati dkk. 2022. *Jurnal Administrasi Bisnis/ Jagabi*. Malang.
- Sakti, A. (2013). *Pemetaan Kondisi Dan Potensi Bmt: Kemitraan Dalam Rangka Memperluas Pasar & Jangkauan Pelayanan Bank Syariah Kepada Usaha Mikro 1 Mapping Of Conditions And Potential Of Bmt: Partnership To Expand The Market And Linkage Of Islamic Banking Services To The Micro Enterprises*. In *Jurnal Al-Muzara'ah*. Vol. I (Issue 1).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukanto Mm, 2005. *Suatu Pendekatan Alternatif Atas Psikologi*. Integrita Press. Jakarta.
- Sukirno, S. (2010). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Yusriasis. 2013. *Bangkitnya BTM Sebagai Pemberdaya Usaha Mikro Syariah di Indonesia*. *Jurnal Menara*, 13 (2), 170–176.
- Yusuf, S. D. 2014. *Peran Strategis Baitul Maal Wa Tamwil (Bmt) Dalam Peningkatan Ekonomi Rakyat*. *Jurnal Al-Mizan*, 10(1), 69–80. <http://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/am>