

Pengaruh Keragaman Produk, Pelayanan, Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota KBSU Sidayu.

Muhammad Kafiul Kahfi*, Achmad Fahim, M. Ya'qub

Universitas Qomaruddin

*Email: kahfikahfi2910@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, dan etika bisnis Islam terhadap kepuasan anggota Koperasi Bina Syariah Ummah (KBSU) Sidayu. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang dipilih secara acak dari total 2.062 anggota. Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan studi pustaka, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel keragaman produk, kualitas pelayanan, dan etika bisnis Islam memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Semakin beragam produk yang ditawarkan, semakin baik pelayanan yang diberikan, serta semakin kuat penerapan etika bisnis Islam, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan anggota. Ketiga faktor tersebut juga terbukti memberikan kontribusi bersama yang kuat terhadap peningkatan kepuasan anggota. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan koperasi syariah yang tidak hanya fokus pada produk dan layanan, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai Islam sebagai dasar operasionalnya. Yang paling menonjol dalam hasil penelitian ini adalah peran dari penerapan etika bisnis Islam. Nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan transparansi yang menjadi dasar dalam menjalankan koperasi terbukti memiliki dampak besar terhadap tingkat kepuasan anggota.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan

Abstract

This study aims to analyze the effect of product diversity, service quality, and Islamic business ethics on the satisfaction of members of the Bina Syariah Ummah Cooperative (KBSU) Sidayu. The study used a quantitative approach with a survey method of 100 respondents randomly selected from a total of 2,062 members. Data were collected through observation, questionnaires, and literature studies, then analyzed using multiple linear regression. The results of the study showed that the three variables of product diversity, service quality, and Islamic business ethics have a positive and significant effect on member satisfaction. The more diverse the products offered, the better the service provided, and the stronger the application of Islamic business ethics, the higher the level of member satisfaction. These three factors have also been shown to provide a strong joint contribution to increasing member satisfaction. This finding emphasizes the importance of managing Islamic cooperatives that not only focus on products and services, but also uphold Islamic values as the basis for their operations. The most prominent in the results of this study is the role of the application of Islamic business ethics. Values such as honesty, trustworthiness, justice, and transparency that are the basis for running cooperatives have been shown to have a major impact on the level of member satisfaction.

Keywords: Islamic Business Ethics, Product Diversity, Service Quality

A. PENDAHULUAN

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah KSPPS merupakan koperasi yang aktivitas usahanya mencakup simpanan, pinjaman serta pembiayaan berbasis syariah. Selain itu, KSPPS juga berfungsi sebagai modal usaha yang membantu di bidang pertanian, perdagangan dan bidang lainnya sebagai hasil dari pembiayaan yang produktif. Seperti yang

bisa dilihat, perekonomian masyarakat saat ini semakin berkembang pesat, karena maraknya koperasi dan lembaga peminjaman lainnya di Indonesia menjadi salah satu faktor pendorong pertumbuhan usaha ini (Zihab et al., 2023).

Akibat globalisasi, persaingan antar koperasi semakin ketat. Menyediakan berbagai macam barang merupakan salah satu cara untuk mengatasi masalah ini dan tetap kompetitif. Alasannya adalah karena anggota cenderung lebih suka membeli dari koperasi yang menawarkan berbagai macam produk. Keragaman produk suatu koperasi adalah keseluruhan jenis barang dan layanan yang ditawarkan kepada anggota. Akibatnya, ada produk yang diinginkan oleh berbagai macam orang, dan anggota lebih mudah memperoleh produk tersebut (Jeff, 2015).

Oleh karena itu, jika produk yang dibutuhkan tersedia dengan mudah, anggota koperasi akan merasa puas. Sama pentingnya dengan harga, bentuk, dan kualitas produk, tingkat layanan yang ditawarkan oleh koperasi juga menjadi pertimbangan anggota saat melakukan pembelian. Anggota akan tetap setia pada koperasi jika mereka senang dengan layanan yang mereka terima. Kualitas layanan koperasi merupakan upaya untuk memenuhi harapan anggota, yang belum tentu sama. Harapan anggota terhadap kualitas layanan pasti akan berkembang dan meningkat seiring waktu (Wati et al., 2023).

Etika bisnis adalah pengetahuan tentang cara terbaik untuk melakukan sesuatu dalam pengaturan dan pengelolaan, termasuk norma-norma dan moral yang berlaku secara universal manajemen, norma-norma yang berlaku secara ekonomi dan sosial. Pertimbangan yang diambil pelaku bisnis adalah berdasarkan kepentingan, fenomena sosial dan budaya masyarakat (Prihatminingtyas, 2019).

Sebagaimana dari upaya mereka untuk tetap unggul dalam persaingan, bisnis dan layanan koperasi menggunakan berbagai taktik, termasuk mematuhi etika bisnis Islam, yang berfungsi sebagai kerangka kerja bagi sikap dan keputusan mereka dalam menjalankan bisnis. Jika perencanaan tidak tepat dilakukan, hal itu dapat mengakibatkan buruk atau kerugian bagi bisnis. Meskipun strategi dan rencana tentu penting, pelaku bisnis juga perlu memikirkan satu aspek yang sangat penting: dimensi etika dalam menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yang juga dikenal sebagai etika bisnis Islam.

Koperasi yang menjalankan prinsip syariah adalah Koperasi Bina Syariah Ummah Sidayu. Masyarakat umum dapat mengakses berbagai produk keuangan di Koperasi Bina Syariah Ummah Sidayu yang beralamat di Jl. Pemuda 02/01 Desa Bunderan, Sidayu. Memberikan layanan terbaik kepada anggota selalu menjadi prioritas utama Koperasi Bina Syariah Ummah Sidayu.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada fokus objek yang spesifik, yaitu Koperasi Bina Syariah Ummah Sidayu, yang belum banyak dikaji dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini juga menggabungkan variabel keragaman produk, kualitas pelayanan, dan etika bisnis Islam dalam satu analisis terhadap kepuasan anggota. Berbeda dengan studi sebelumnya yang meneliti institusi lain seperti KJKS Pilar Mandiri Surabaya (Nuzula, 2023), Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta (Cahyono, 2022), dan fokus peningkatan jumlah anggota (Hasibuan, 2023), penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam konteks koperasi syariah lokal. Dengan demikian, penelitian ini memperluas literatur mengenai kepuasan anggota pada lembaga keuangan syariah dan memberikan masukan praktis bagi pengelolaan layanan koperasi agar lebih responsif terhadap kebutuhan anggota.

B. LANDASAN TEORI

Keragaman Produk

Menurut (Groover, 2010) variasi produk dapat diartikan sebagai produk yang memiliki desain atau jenis yang berbeda dan diproduksi oleh koperasi. Variasi produk merupakan yang membedakan produk antara koperasi dengan koperasi lain dalam kategori produk yang sama. Keragaman produk didefinisikan oleh (Indrasari, 2019) sebagai tindakan mengatur dan mengelola berbagai barang dalam kategori yang sama.

Menurut (Kotler, 2007), keanekaragaman produk adalah kumpulan dari semua produk dan unit produk yang ditawarkan oleh penjual kepada anggota atau dikenal juga sebagai bauran produk. Sedangkan Engels mengemukakan bahwa keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan, juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di koperasi.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Atmadjati, 2018), kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk secara terus menerus menanggapi keperluan eksternal dan internal anggota berdasarkan prosedurnya. Pada kondisi berikut pemberi layanan harus berupaya memahami hal-hal yang diharapkan anggota, memiliki keinginan akan mutu layanan yang baik. Sedangkan menurut (Wibowo, 2013) kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan anggota atas layanan yang diterima.

Menurut (Tjiptono, 2012) berpendapat kualitas pelayanan adalah tingkatan kondisi baik dan buruknya pelayanan yang diberikan oleh koperasi dalam rangka memuaskan anggota dengan cara memberikan jasa sesuai dengan harapan anggota. Pelayanan merupakan kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada anggota, melalui

pelayanan ini keinginan dan kebutuhan anggota dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu apa yang diperlukan seseorang.

Etika Bisnis Islam

Menurut (Arifin, 2009) Etika adalah studi tentang hal-hal yang biasanya berhubungan dengan perilaku manusia atau ilmu mengenai adat istiadat. Pentingnya etika dalam dunia bisnis adalah untuk memastikan bahwa operasi bisnis dapat berjalan lancar dan tanpa gangguan dari masalah hukum atau normatif yang dihadapi masyarakat umum.

Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan masyarakat. Etika bisnis dalam suatu koperasi dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan anggotanya, pemegang saham dan masyarakat (N. Huda, 2017).

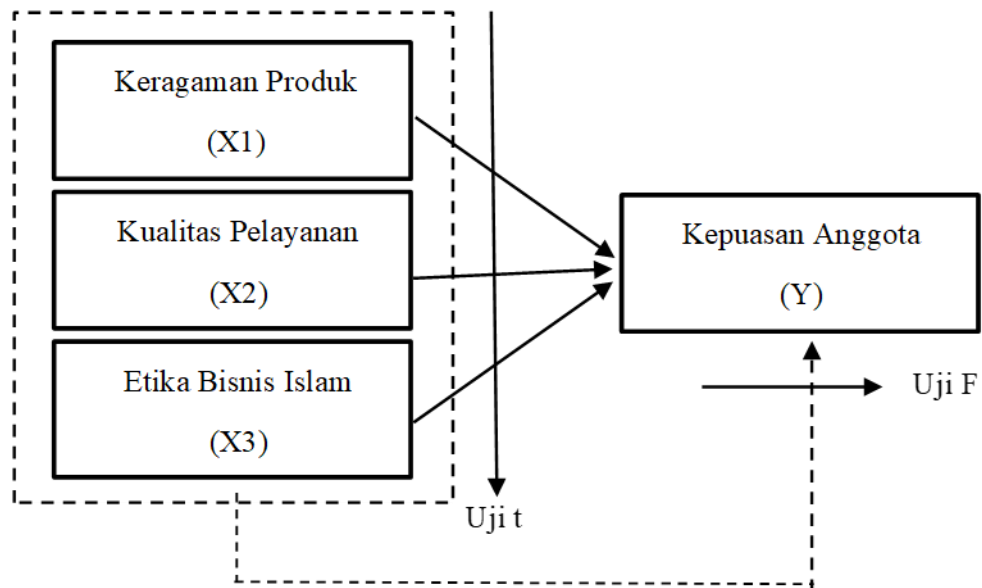
Kepuasan Anggota

Kepuasan adalah perasaan atau senang kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, anggota tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, anggota puas. Jika kinerja melebihi harapan, anggota sangat puas atau senang.

Menurut (Huda, 2022) kepuasan anggota merupakan salah satu tujuan utama dari setiap institusi. Jika anggota telah merasa puas terhadap perfoma lembaga keuangan koperasi, lalu akan menaikkan nilai bagi lembaga keuangan itu sendiri. Salah satu cara yang perlu ditata ulang untuk menjaga kepuasan anggota adalah dengan meningkatkan kualitas baik dari segi pelayanan maupun lingkungan kantor yang harus disesuaikan dengan kebutuhan anggota. Upaya yang dapat dilakukan pengurus koperasi adalah meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan anggota koperasi, serta lebih memahami persepsi dan harapan mereka terhadap pelayanan dan kinerja koperasi simpan pinjam.

Kerangka Berpikir:

Anggota cenderung merasa puas ketika tersedia berbagai macam produk dan layanan, serta ketika ada kepatuhan terhadap etika bisnis Islam. Keragaman produk, keunggulan layanan, dan etika bisnis Islam merupakan variabel yang ingin diidentifikasi dalam penelitian ini sebagai faktor yang memengaruhi kepuasan anggota. Gambar di bawah ini menunjukkan kerangka penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Keterangan :

- = Pengaruh Secara Parsial
 - - - - -→ = Pengaruh Secara Simultan

Hipotesis

Setelah kalimat pernyataan digunakan untuk merumuskan masalah penelitian, hipotesis penelitian dapat dilihat sebagai solusi yang dapat digunakan untuk masalah ini, adapun hipotesis sebagai berikut :

- H₁ : Diduga keragaman produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan anggota KBSU Sidayu.
 H₂ : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan anggota KBSU Sidayu.
 H₃ : Diduga etika bisnis islam berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan anggota KBSU Sidayu.
 H₄ : Diduga keragaman produk, kualitas pelayanan dan etika bisnis islam berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota KBSU Sidayu.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan strategi penelitian kuantitatif. Metode analisis kuantitatif yang dilakukan adalah studi lapangan dengan kuesioner. Anggota KBSU Sidayu menjadi fokus penelitian ini, yang mengkaji bagaimana prinsip bisnis Islam, kualitas layanan, dan keragaman produk mempengaruhi kepuasan pelanggan

Data penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang memakai skala Likert (1-5). Untuk memastikan keandalan instrumen, reliabilitas diuji dengan Cronbach's Alpha, di mana item dianggap reliabel jika nilainya di atas 0,60.

Data di olah menggunakan IBM SPSS, diperiksa menggunakan analisis linear berganda. Namun sebelum dilakukan uji regresi, terlebih dahulu di uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi wajib dilakukan guna memastikan keakuratan model.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah anggota KBSU Sidayu yang tersebar di beberapa wilayah desa Sidayu maupun yang datang langsung ke kantor, dan jumlah populasinya sebanyak 2062 anggota. Teknik Simple Random Sampling yang digunakan untuk penelitian ini dan Rumus slovin digunakan untuk menentukan sampel, dengan kesalahan 1% sehingga menjadi 100 responden. Berikut rumus slovin yang dipakai pada penelitisn ini :

$$n = \frac{2062}{2062(0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{2062}{2062(0.01) + 1}$$

$$n = 95,37$$

Ukuran sampel untuk penelitian ini adalah 95,37 anggota, yang dibulatkan menjadi 100, menurut perhitungan yang dilakukan sebelumnya.

Definisi Operasional

Tabel 1. Operasional Keragaman Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Butir
Keragaman Produk	Produk Inti	Produk koperasi mampu memenuhi kebutuhan utama anggota	1,2,3 dan 4
	Produk Aktual	Produk memiliki nama dan identitas yang jelas	
	Produk Tambahan	Tersedia layanan konsultasi keuangan atau pendampingan usaha	
	Beragam	Anggota memiliki kebebasan memilih produk sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya	

Sumber: Fandy Tjiptono

Tabel 2. Operasional Kualitas Pelayanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Butir
Kualitas Pelayanan	Bukti Langsung	Fasilitas kantor koperasi bersih, rapi, dan nyaman	1,2,3,4 dan 5
	Keandalan	Koperasi konsisten dalam menerapkan ketentuan syariah dalam produk dan layanan	
	Ketanggapan	Anggota merasa dilayani dengan sigap dan tanggap	
	Jaminan	Anggota merasa aman dalam melakukan transaksi di koperasi.	
	Empati	Karyawan menunjukkan sikap peduli terhadap kebutuhan anggota	

Sumber: Kotler & Keller

Tabel 3. Operasional Etika Bisnis Islam

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Butir
Etika Bisnis Islam	Kesatuan	Dengan mengedepankan prinsip syariah dan menghindari riba.	1,2,3,4 dan 5
	Keadilan	Berperilaku adil kepada anggota tanpa membedakan latar belakangnya	
	Kehendak bebas	Memberi kebebasan kepada anggota dalam memilih produk	
	Pertanggungjawabannya	Bertanggung jawab jika ada keluhan dari anggota	
	Kebenaran	Memberikan informasi kepada anggota mengenai produk yang ditawarkan	

Sumber: Farida Jasfar

Tabel 4. Operasional Kepuasan Anggota

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Butir
Kepuasan Anggota	Kepuasan anggota secara keseluruhan	Saya merasa puas secara keseluruhan terhadap layanan koperasi	1,2,3,4 dan 5
	Kesediaan untuk merekomendasikan	Saya bersedia merekomendasikan koperasi ini kepada keluarga atau teman	
	Ketidakpuasan anggota	Koperasi masih memiliki kekurangan dalam hal produk atau layanan.	
	Konfirmasi harapan	Layanan yang saya terima sesuai dengan apa yang saya harapkan	
	Minat membeli ulang	Saya akan kembali menggunakan produk pembiayaan/simpanan dari koperasi ini	

Sumber: Arifin

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik Responden

Tabel 5. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (N=100)	Persentase (%)
Usia	< 20 tahun	0	0%
	21-30 tahun	16	16%
	31-40 tahun	26	26%
	41-50 tahun	33	33%
	51-60 tahun	17	17%
	>60 tahun	8	8%
Jenis Kelamin	Laki-laki	42	42%
	Perempuan	58	58%
Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	7	7%
	Pedagang	51	51%
	Swasta/ Wiraswasta	23	23%
	Ibu Rumah Tangga	13	13%
	Lainya	6	6%

Sumber: Data primer, hasil kuesioner

Berdasarkan karakteristik responden diatas menjuakkan umur 41-50 (33%) dengan jenis kelamin perempuan (58%) yang paling dominan di koperasi tersebut. Sebagian besar responden memiliki pekerjaan pedagang (51%), menunjukkan bahwa sebagian besar anggota dari KBSU Sidayu adalah pedagang.

Uji Validitas

Dalam uji validitas ini suatu pertanyaan atau variabel dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel. Untuk menentukan r tabel menggunakan rumus $df = (N-2)$ dan sampel yang digunakan adalah 100 sehingga $df=100 - 2= 98$ dengan tingkat signifikansi 5%. Maka dapat diperoleh angka 0,196.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas			
Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Hasil
X1.1	0,718		
X1.2	0,818		
X1.3	0,769		
X1.4	0,751		
X2.1	0,798		
X2.2	0,802		
X2.3	0,793		
X2.4	0,790		
X2.5	0,857		
X3.1	0,797	0,196	Valid
X3.2	0,800		
X3.3	0,821		
X3.4	0,764		
X3.5	0,833		
Y1	0,692		
Y2	0,831		
Y3	0,737		
Y4	0,697		
Y5	0,693		

Sumber: Hasil dari Olah SPSS

Uji Realibilitas

Tabel 7. Hasil Uji Realibilitas			
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Keragaman Produk	0,761	4	
Kualitas Pelayanan	0,867	5	
Etika Bisnis Islam	0,861	5	
Kepuasan Anggota	0,775	5	

Sumber : Hasil dari Olah SPSS

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas pada tabel 7 diketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas tiga variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) mempunyai nilai *cronbach's alpha* > 0,60 dan sesuai dasar pengambilan keputusan tersebut maka seluruh *item* pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau handal dalam melakukan fungsinya sebagai alat ukur penelitian.

Uji Normalitas

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,79585438
Most Extreme Differences	Absolute	0,096
	Positive	0,053
	Negative	-0,096
Test Statistic		0,096
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^c

Sumber : Hasil dari Olah SPSS

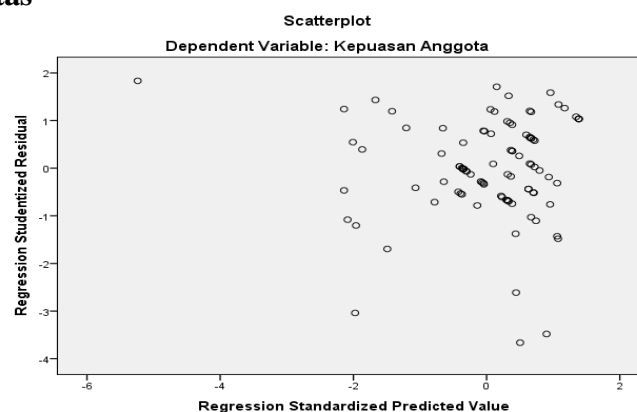
Uji Multikolinieritas

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas

	Tolerance	VIF
Keragaman Produk	0,548	1,823
Kualitas Pelayanan	0,320	3,122
Etika Bisnis Islam	0,340	2,939

Sumber: Hasil dari Olah SPSS

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil dari Olah SPSS

Uji Autokorelasi

Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,707 ^a	0,500	0,484	1,82370	2,197
a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis Islam, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota					

Sumber: Hasil dari Olah SPSS

Tabel 8 menunjukkan nilai signifikansi variabel penelitian $>0,05$ yakni sebesar 0,200 ($0,200 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal. Berdasarkan tabel 9 dapat kita lihat VIF dan nilai toleransi masing-masing variabel yaitu variabel keragaman produk nilai VIF sebesar $1,823 < 10$ dengan nilai tolerance 0,548, variabel kualitas pelayanan nilai VIF sebesar $3,122 < 10$ dengan nilai tolerance 0,320, dan variabel etika bisnis Islam nilai VIF sebesar 2,939 dengan nilai tolerance 0,340. Sehingga sesuai dengan ketentuan uji multikolinieritas, jika $VIF < 10$ atau nilai tolerance lebih dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan melihat gambar grafik *scatterplot* di gambar 2, terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

Berdasarkan dari tabel 10 besarnya nilai Durbin Watson adalah 2,197. Untuk mengetahui gejala auto korelasi maka perlu dilihat tabel *durbin watson* dengan jumlah variabel bebas $K = 3$ sedangkan jumlah responden Diketahui $N = 100$ sehingga diperoleh nilai $dL = 1,613$ dan $dU = 1,736$. Syarat untuk menunjukkan tidak adanya auto korelasi adalah jika DW terletak antara dU dan $(4 - dU)$ atau $dU < DW < 4 - dU$. Sehingga berdasarkan hasil diatas maka $1,613 < 2,197 < (4 - 1,736) = 1,613 < 2,197 < 2,264$ sehingga tidak terjadi auto korelasi.

Analisis Linier Berganda

Tabel 11. Hasil Analisis Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t-hitung	Sig. (p-value)
Konstanta	7.566	5.248	0,000
Keragaman Produk (X1)	0,295	2.637	0,002
Kualitas Pelayanan (X2)	0,235	2.231	0,036
Etika Bisnis Islam (X3)	0,511	4.947	0,000

Sumber: Hasil analisis regresi dengan SPSS

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh model persamaan sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Anggota} = 7,566 + 0,295X_1 + 0,235X_2 + 0,511X_3 + e,$$

Di mana X_1 merupakan keragaman produk, X_2 merupakan kualitas pelayanan, dan X_3 merupakan etika bisnis Islam. Nilai konstanta sebesar 7,566 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen (keragaman produk, kualitas pelayanan, dan etika bisnis Islam) berada pada nilai nol atau konstan, maka nilai kepuasan anggota tetap berada pada angka 7,566. Koefisien regresi pada variabel keragaman produk sebesar 0,295 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam keragaman produk akan meningkatkan kepuasan anggota sebesar 0,295, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Sementara itu, koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,235 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan anggota sebesar 0,235 dalam kondisi variabel lain konstan. Adapun variabel etika bisnis Islam memiliki pengaruh paling besar dengan koefisien sebesar 0,511, yang berarti bahwa peningkatan satu satuan dalam etika bisnis Islam akan meningkatkan kepuasan anggota sebesar 0,511, dengan anggapan variabel lainnya tidak berubah. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen secara positif berpengaruh terhadap kepuasan anggota, dengan etika bisnis Islam sebagai faktor dominan.

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 11 variabel keragaman produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,637 > t_{tabel} 1,984. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Semakin bervariasi produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan anggota. Selanjutnya, variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,036 < 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,231 > t_{tabel} 1,984. Ini berarti kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota. Pelayanan yang semakin baik dan profesional akan mendorong peningkatan kepuasan anggota. Sementara itu, variabel etika bisnis Islam menunjukkan pengaruh paling signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan t_{hitung} sebesar 4,947 > t_{tabel} 1,984. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik penerapan etika bisnis Islam dalam operasional lembaga, maka semakin tinggi kepuasan anggota.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 12. Hasil uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig. (p-value)
Regresi	319.156	3	106.385	31.987	0,000
Residual	319.284	96	3.326	-	-
Total	638.440	99	-	-	-

Sumber: Hasil dari Olah SPSS

Tabel 13. Hasil Uji Koefiensi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,707a	0,500	0,484	1,82370

a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis Islam, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber: Hasil dari Olah SPSS

Berdasarkan hasil analisis diatas diketahui bahwa F tabel didapat dari dF pembilang = k = 3 dan dF penyebut = $n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$. Maka diperoleh Ftabel 2,70. Nilai Fhitung sebesar $31.987 > Ftabel$ sebesar 2,70 dengan nilai signifikasi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Artinya secara simultan variabel keragaman produk, kualitas pelayanan dan etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap variable dependen yaitu kepuasan anggota.

Uji Koefiensi Determinasi

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan uji koefisien korelasi (R) maka dapat kita peroleh hasil hubungan korelasi sebesar 0,707 atau 70,7% yang dapat di interpretasikan bahwa hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y kuat. Sedangkan nilai koefisien determinasi atau *Adjusted R Square* sebesar 0,484. Hal ini menyatakan bahwa variabel bebas X mempengaruhi variabel terikat Y sebesar 48,4% sisanya sebesar 51,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Anggota KBSU Sidayu

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, diketahui bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi Bina Syariah Ummah Sidayu. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,637 yang lebih besar dari t tabel 1,984, serta nilai signifikansi sebesar 0,002 yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin beragam produk yang ditawarkan oleh koperasi, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh anggotanya. Keberagaman produk mencerminkan kemampuan koperasi dalam menjawab berbagai kebutuhan anggota, sehingga berdampak positif terhadap persepsi dan loyalitas mereka.

Hasil ini sejalan dengan temuan Nuzula (2023) yang meneliti pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan anggota di KJKS Pilar Mandiri Surabaya. Penelitiannya menunjukkan bahwa keragaman produk memiliki pengaruh yang signifikan, dengan nilai t hitung sebesar 2,154 yang juga lebih besar dari t tabel sebesar 1,987. Meskipun nilai t hitung dalam penelitian

Nuzula sedikit lebih rendah dibandingkan dengan penelitian ini, arah hubungan dan signifikansi tetap konsisten. Ini memperkuat bukti bahwa keragaman produk merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan anggota pada lembaga keuangan syariah.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat temuan sebelumnya, tetapi juga memberikan kontribusi baru dengan mengkaji objek yang berbeda, yakni Koperasi Bina Syariah Ummah Sidayu, yang memiliki karakteristik anggota dan strategi produk yang khas.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota KBSU Sidayu

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi Bina Syariah Ummah Sidayu. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,231 lebih besar dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,984, serta nilai signifikansi sebesar 0,036 yang berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_2) diterima, yang mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap tingkat kepuasan anggota. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Bina Syariah Ummah Sidayu yang mencakup aspek kecepatan, keamanan, kenyamanan, dan konsistensi berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kepuasan anggotanya. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterima oleh anggota, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Nurdiana dan Susanti (2023), yang menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Dalam penelitian mereka, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,050 yang lebih besar dari t tabel sebesar 2,410. Walaupun terdapat perbedaan nilai statistik antara kedua studi, kesamaan arah pengaruh dan signifikansi hasil memperkuat pemahaman bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan baik dalam konteks koperasi syariah maupun lembaga keuangan syariah lainnya.

Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Anggota KBSU Sidayu

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, diketahui bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi Bina Syariah Ummah Sidayu. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,947 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,984 (t hitung $>$ t tabel), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_3) diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa secara parsial, etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan

amanah dalam kegiatan operasional koperasi mampu meningkatkan kepuasan anggota. Semakin tinggi tingkat penerapan nilai-nilai etis dalam aktivitas bisnis koperasi, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh anggotanya.

Hasil penelitian ini didukung oleh studi yang dilakukan oleh Cahyono (2015), yang menemukan bahwa etika bisnis Islam memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Dalam penelitiannya, nilai t hitung sebesar 3,569 lebih besar dari t tabel sebesar 1,987, yang juga menunjukkan hubungan signifikan antara variabel tersebut. Meskipun terdapat perbedaan dalam nilai statistik, arah pengaruh yang sama memperkuat bukti empiris bahwa penerapan etika bisnis Islam merupakan salah satu faktor penting dalam membangun kepuasan, baik di lingkungan koperasi maupun lembaga bisnis syariah lainnya.

Pengaruh Keragaman Produk, Kepuasan Anggota dan Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Anggota KBSU Sidayu

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, diketahui bahwa variabel keragaman produk, kualitas pelayanan, dan etika bisnis Islam secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi Bina Syariah Ummah Sidayu. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 31,987 yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,70 (F hitung $> F$ tabel), serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_4) diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa secara bersama-sama, keragaman produk, kualitas pelayanan, dan etika bisnis Islam memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan anggota koperasi. Koperasi yang mampu menawarkan beragam produk, memberikan pelayanan berkualitas, dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam akan lebih mampu memenuhi harapan dan kebutuhan anggotanya, sehingga mendorong tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Tyas (2020), yang menemukan bahwa faktor-faktor seperti keragaman produk, kualitas pelayanan, dan etika bisnis Islam secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian tersebut, diperoleh nilai F hitung sebesar 26,133 yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,70, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kesamaan hasil ini memperkuat bukti bahwa kombinasi ketiga faktor tersebut merupakan determinan penting dalam membentuk kepuasan, baik di koperasi syariah maupun lembaga keuangan syariah lainnya.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman produk, kualitas pelayanan, dan etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi Bina Syariah Ummah (KBSU) Sidayu. Keragaman produk berperan dalam memberikan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi anggota, sehingga meningkatkan rasa puas terhadap layanan koperasi. Kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui sikap ramah, tanggap, dan profesional dari para pengelola koperasi juga terbukti meningkatkan kenyamanan dan loyalitas anggota. Sementara itu, etika bisnis Islam menjadi faktor yang paling dominan dalam membentuk kepuasan anggota. Penerapan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi tidak hanya menciptakan suasana transaksi yang aman dan terpercaya, tetapi juga membangun ikatan emosional dan spiritual antara anggota dengan koperasi.

Secara simultan, ketiga variabel ini secara efektif menjelaskan tingkat kepuasan anggota terhadap koperasi. Hal ini membuktikan bahwa keberhasilan koperasi syariah tidak hanya bergantung pada aspek produk dan pelayanan, tetapi juga pada komitmen terhadap nilai-nilai Islam dalam praktik bisnisnya. Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggota,

KBSU Sidayu disarankan untuk terus mengembangkan variasi produk yang relevan sesuai kebutuhan anggota, meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan rutin, serta memperkuat penerapan etika bisnis Islam dalam seluruh kegiatan. Evaluasi berkala terhadap ketiga aspek ini penting untuk menjaga kepuasan, loyalitas anggota, dan keberlanjutan koperasi sebagai identitas utama koperasi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, J. (2009). *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press.
- Atmadjati. (2018). *Layanan Prima Dalam Praktik Saat ini*. Bandung : Deepublish.
- Cahyono, A. (2015). *Pengaruh Keragaman Produk, dan Etika Bisnis Islam Terhadap Erhadap Minat Pembelian Konsumen (Studi Di Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta)* Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Groover P,mikel. (2010). *Dasar-Dasar Manufaktur*. Jakarta: Prenada Media.
- Huda, I. U., & Sapar, J. F. (2022). Analisis Kepuasan Anggota Koperasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Koperasi Credit Union Sumber Sejahtera Kalimantan Selatan. *E-QIEN*, 11(3), 581–604. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i03.1096>
- Huda, N. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: PT Kharisma Putra Utama.
- Indrasari, Dr. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Pers.
- Jeff Madura. (2015). *Pengantar Bisnis Buku*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: Pt Macanan Jaya Cemerlang.

- Nurdiana, M. E., & Susanti, N. I. (2023). Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk, Terhadap Kepuasan Konsumen, Ausath Marth 1 Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. *Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi*, 4(1), 125–143. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v4i1.1975>
- Nuzula, R. F. (2023). *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah di KJKS Pilar Mandiri Surabaya* [Skripsi]. Universitas Sunan Ampel Surabaya.
- Prihatminingtyas, B. (2019). *Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders*.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Tyas, R. R. (2020). *Pengaruh Keragaman Produk, Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Binan Usaha Karangjati*. Universitas Islam Negeri Salatiga.
- Wati, E. S., Fasa, M. I., & Suharto. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis dan Teknologi (AMBITEK)*, 3(1), 53–62. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.65>
- Wibowo, Ruswanti, & Januarko. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi*, 4(1), 56–64. <https://doi.org/10.47007/jeko.v4i1.1027>
- Zihab, Dewi, H. M., Muslim, M. A., Wati, V. W., Hadiyani, B., & Astuti, R. W. (2023). Peran Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Al-Hasan Mitra Ummat Lenek Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Widya Balina*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.53958/wb.v7i1.260>