



Contents list available at: <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index>
Journal of Institution and Sharia Finance
Journal homepage: https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/sharia_finance



Pengaruh Corporate Identity terhadap Keputusan Menggunakan Produk Simpanan Mudharabah Khusus Pelajar di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Madani

Fitriyah Ningsih¹, Prayudi Setiawan Prabowo²

Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

Article Info	Abstract
<p>Keywords: Corporate Identity, Decisions, Savings Products, Mudharabah, BMT</p> <p>Paper type: Research Paper</p> <p>*Corresponding author: fitriyahningsih@mhs.unesa.ac.id</p>	<p><i>The purpose of this study was to analyze whether there is an influence between Corporate Identity on the decision to use mudharabah savings products specifically for students in BMT Madani Sepanjang, Sidoarjo. This type of research is associative quantitative. The population used as many as 400 people, while the sample used as many as 200, the determination of the data using the Non Probability Sampling technique. The data collection method using interview, observation and questionnaire. The data analysis method uses simple linear analysis. The results obtained indicate that there is a positive and significant influence between Corporate Identity on the decision to use mudharabah savings products specifically for students. The influence of the Corporate Identity variable on the decision variable is 36.8%, while 63.2% is influenced by other variables.</i></p>

Cite this document:

Ningsih, F., & Prabowo, P.S. (2022). Pengaruh Corporate Identity terhadap Keputusan Menggunakan Produk Simpanan Mudharabah Khusus Pelajar di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Madani. *Journal of Institution and Sharia Finance*, 5 (1). 23-33
<https://doi.org/10.24256/joins.v5i1.3357>

Pengaruh Corporate Identity terhadap Keputusan Menggunakan Produk Simpanan Mudharabah Khusus Pelajar di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Madani

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara Corporate Identity terhadap keputusan menggunakan produk simpanan mudharabah khusus pelajar di BMT Madani Sepanjang, Sidoarjo. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif asosiatif. Populasi yang digunakan sebanyak 400 orang, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 200, penentuan jumlah tersebut menggunakan teknik Non Probability Sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan kuisioner atau angket. Metode analisis data menggunakan analisis linier sederhana. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Corporate Identity terhadap keputusan menggunakan produk simpanan mudharabah khusus pelajar. Adapun pengaruh variabel Corporate Identity terhadap variabel keputusan sebesar 36,8%, sedangkan 63,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Keywords: *Corporate identity, Keputusan, Produk simpanan, Mudharabah, BMT*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan BMT di Indonesia cukup signifikan dan diharapkan jumlah BMT/KPPS di Indonesia akan terus berkembang dan kualitasnya semakin meningkat. Berdasarkan data di kemenkop (Kementerian Koperasi) menunjukkan bahwa pada tahun 2015 jumlah unit usaha koperasi yang ada di Indonesia mencapai 150.223 unit usaha, yang terdiri dari 1,5% koperasi yang berbadan hukum KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah) yaitu sekitar 4.500 koperasi syariah atau BMT (kemenkop dan UKM, 2016). Salah satu BMT yang ada di daerah Sidoarjo - Jawa Timur adalah BMT Madani. BMT Madani terletak di Jalan Bebekan No.276 Sepanjang Kabupaten Sidoarjo. BMT Madani merupakan sebuah lembaga keuangan syaria'ah mikro yang dikelola oleh tenaga profesional dan berpengalaman dalam bidang perbankan untuk melayani masyarakat dan mengembangkan usahanya dalam kegiatan menghimpun dana berbentuk simpanan serta menyalurkan dana berbentuk pembiayaan. BMT Madani hadir untuk memfasilitasi masyarakat untuk dapat melepaskan diri dari kemiskinan yang sedang dihadapinya.

Salah satu produk simpanan yang dimiliki oleh BMT Madani yaitu produk simpanan mudharabah khusus pelajar. Produk ini merupakan produk yang disediakan oleh BMT Madani untuk melayani pelajar yang ingin menaruh uangnya di BMT Madani dalam bentuk simpanan atau tabungan. Adanya produk ini sebagai sarana bagi pihak yang kelebihan dana yang mana nantinya dana tersebut bisa disalurkan oleh BMT Madani kepada pihak yang membutuhkan dana melalui produk pembiayaan, khususnya pembiayaan untuk usaha mikro agar usaha tersebut bisa berkembang dan akhirnya dapat meningkatkan perekonomian orang tersebut.

Menabung merupakan salah satu kegiatan yang dianjurkan dalam agama islam. Dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk melaksanakan rencana yang dibuat untuk masa depan sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan yang kemungkinan terjadi, sehingga ketika terjadi sesuatu di masa yang akan datang telah tersedia dana yang memadai.

Dalam upaya untuk mendapatkan calon anggota baru pada produk khusus pelajar ini, BMT Madani menjalin kerjasama dengan beberapa sekolah yang ada disekitarnya. Sekolah-sekolah yang telah menjalin kerjasama dengan BMT Madani akan merekomendasikan para pelajarnya untuk menabung di BMT Madani. Dengan adanya kerjasama dengan beberapa sekolah tersebut, BMT Madani bisa mendapatkan lebih banyak calon anggota baru pada produk ini. Selain dengan menjalin kerjasama dengan beberapa sekolah, BMT Madani juga menawarkan produk simpanan mudharabah khusus pelajar tersebut kepada orang tua atau wali murid dari para pelajar.

Berdasarkan data yang diperoleh dari BMT Madani menunjukkan bahwa pada tahun 2017 jumlah anggota pada produk simpanan yang dimiliki oleh BMT Madani yaitu sebanyak 3500 anggota, yang mana terdapat 14,2% anggota yang merupakan anggota dari produk simpanan mudharabah khusus pelajar yaitu sekitar 500 anggota. Sebanyak 500 anggota tersebut merupakan pelajar TK, SD, SMP/MTs, dan SMA/SMK yang ada di daerah Sepanjang (BMT Madani, 2018). Menurut informasi yang diperoleh dari BMT Madani, dari pelajar tingkat TK, SD, SMP sampai SMA yang mempunyai akun simpanan (individu) di BMT Madani hanya pelajar TK dan SD saja, sedangkan SMP dan SMA atas nama sekolah mereka. Oleh karena itu agar bisa memperoleh data yang lebih akurat maka peneliti akan memberikan kuisisioner bagi pihak yang memutuskan untuk menggunakan produk tersebut dan mereka memiliki akun simpanan (individu).

Pada penelitian ini obyek yang akan diteliti bukan pelajar TK dan SD melainkan orang tua atau wali dari pelajar yang menjadi anggota dari produk simpanan mudharabah khusus pelajar di BMT Madani. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan bagi pelajar TK dan SD dalam memahami dan menjawab kuisisioner sehingga yang akan mewakili responden dalam menjawab kuisisioner adalah orang tua atau ahli waris mereka. Dalam penelitian ini juga akan menyusun strategi pemasaran yang tepat bagi BMT madani untuk memasarkan produk simpanan mudharabah khusus pelajar dalam upaya untuk meningkatkan jumlah anggota pada produk tersebut.

Dari kegiatan pemasaran yang selama ini dilakukan oleh BMT Madani dalam memasarkan produk simpanan mudharabah khusus pelajar tersebut ke beberapa sekolah, identitas BMT Madani menjadi salah satu penilaian bagi sekolah-sekolah yang menerima pengajuan kerjasama dari BMT Madani serta menjadi penilaian bagi orang tua pelajar untuk memutuskan apakah bergabung pada produk tersebut atau tidak. menerima kerjasama tersebut atau tidak. Corporate Identity yang dimiliki oleh BMT Madani telah banyak dikenal oleh masyarakat atau sekolah-sekolah yang ada di daerah sidoarjo dan sekitarnya. Corporate identity disini dijelaskan bagaimana penilaian orang tua terhadap corporate identity BMT Madani yang mungkin mempengaruhi keputusan untuk

menggabungkan anaknya pada produk simpanan mudharabah khusus pelajar di BMT Madani

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Data primer pada penelitian ini yaitu data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh Corporate Identity terhadap keputusan menggunakan produk simpanan mudharabah khusus pelajar yang diperoleh melalui kuisioner. Selain itu data berupa informasi mengenai produk simpanan mudharabah khusus pelajar di BMT Madani diperoleh melalui wawancara. Sedangkan data sekunder pada penelitian ini yaitu data terkait jumlah anggota dan simpanan pada produk simpanan mudharabah khusus pelajar di BMT Madani yang diperoleh melalui observasi. Selain itu juga literatur yang mendukung penelitian. Populasi pada penelitian ini yaitu anggota produk simpanan mudharabah khusus pelajar sejumlah 400 anggota yang terdiri dari pelajar TK dan SD. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 200 responden. Teknik sampling penelitian ini adalah probability sampling dengan menggunakan teknik proportionate stratified random sampling. Teknik analisis data untuk uji instrument penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, Untuk teknik analisis menggunakan analisis regresi linier sederhana dan uji asumsi klasik. Sedangkan untuk uji hipotesis menggunakan uji T (parsial) dan uji R2 (koefisien determinasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji T (Uji Parsial)

Pedoman dalam mengambil keputusan pada Uji T yaitu apabila nilai signifikansi <0,05 maka terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan. Berikut tabel hasil uji T :

Tabel 1. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	29.389	3.218			9.134	.000
Corporate Identity	.893	.083	.607		10.741	.000

Berdasarkan tabel diatas bisa diperhatikan pada kolom sig. bahwa nilai signifikansi dari corporate identity sebesar 0.000. nilai tersebut \leq dari alpha (0.05), sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel *corporate identity* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan. Sedangkan hubungan antara variabel corporate identity dan keputusan dapat dilihat pada tanda positif atau negative pada kolom unstandardized coefficient betha (B). Nilai betha dari variabel corporate identity sebesar 0.893, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *corporate identity* berpengaruh secara positif terhadap variabel keputusan.

Koefisien Determinasi (R²)

Pedoman dalam mengambil keputusan pada uji koefisien determinasi (R^2) yaitu jika nilai R^2 mendekati angka 1 maka dapat dikatakan bahwa Variabel *corporate identity* memiliki pengaruh yang tinggi terhadap variabel keputusan, sedangkan jika nilai R Square (R^2) menjauhi angka 1 maka bisa dikatakan jika terdapat pengaruh atau sebab dari variabel lain. Berikut hasil uji koefisien determinasi (R^2) :

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

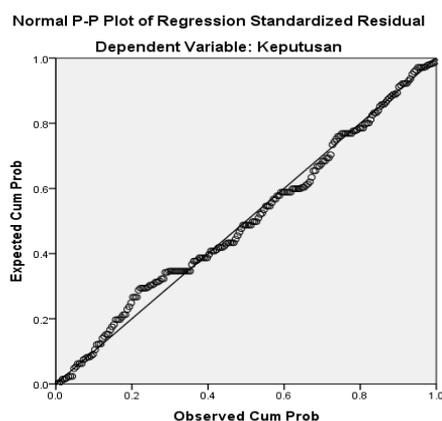
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.607 ^a	.368	.365

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada kolom R Square (R^2) bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0.368, nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel *corporate identity* berpengaruh sebesar 36,8% terhadap variabel keputusan, sedangkan 63.2% dipengaruhi oleh variabel lain. Disebabkan nilai R Square (R^2) dibawah 5% atau cenderung mendekati nilai 0, sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kemampuan variabel *corporate identity* dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual pada model regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Pada penelitan ini menggunakan uji normalitas probability plot. Hasil uji normalitas ditunjukkan oleh gambar histogram PP Plot dibawah ini:



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Dari hasil gambar histogram diatas bisa dilihat jika titik-titik mengikuti garis diagonal, sehingga dapat diartikan bahwa data berdistribusi secara normal.

Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah 2 variabel memiliki hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Sebuah data dikatakan linier apabila nilai signifikansi ≥ 0.05 , sedangkan sebuah data dikatakan tidak linier apabila nilai signifikansi ≤ 0.05 . Hasil uji linieritas ditunjukkan oleh tabel dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Linieritas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Corporate Identity	Between Groups	(Combined)	2378.957	17	139.939	9.304	.000
		Linearity	2022.265	1	2022.265	134.451	.000
		Deviation from Linearity	356.692	16	22.293	1.482	.110
	Within Groups		2737.438	182	15.041		
	Total		5116.395	199			

Dari tabel diatas bisa dilihat nilai Deviation From Linierity Sig. yang menunjukkan nilai sebesar 0.110, Nilai tersebut lebih besar dari alpha (0.05), sehingga bisa ditarik kesimpulan jika data tersebut linier

Uji Heteroskedastisitas

Suatu model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Pedoman dalam mengambil keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu dengan melihat nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi ≥ 0.05 maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan oleh tabel Coefficients dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.023	2.003		3.008	.003

Dari tabel diatas menunjukkan jika nilai signifikansi sebesar 0.135, nilai tersebut \geq alpha (0.05), sehingga jika ditarik kesimpulan jika pada data tersebut tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Pengaruh Corporate Identity Terhadap Keputusan menggunakan Produk Simpanan Mudharabah khusus pelajar di BMT Madani

Berdasarkan hasil analisis uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan *Corporate identity* terhadap keputusan menggunakan produk simpanan mudharabah khusus pelajar di BMT Madani. Hasil Uji T menunjukkan nilai signifikansi dari *corporate identity* sebesar 0.000. nilai tersebut \leq dari alpha (0.05), sehingga bisa ditarik kesimpulan jika *corporate identity* yang dimiliki oleh BMT Madani berpengaruh

terhadap keputusan yang akan di ambil oleh calon anggota untuk menggunakan produk simpanan mudharabah khusus pelajar di BMT Madani.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Destiani (2017) dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa *Corporate Identity* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika sebuah perusahaan mempunyai identitas yang mengandung citra yang kuat dan positif di benak konsumen maka identitas tersebut akan terus diingat dan kemungkinan besar konsumen akan membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Adanya penilaian positif terhadap identitas yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, maka konsumen akan bersedia untuk membeli produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Selain itu ada juga penelitian yang dilakukan oleh Krisnawaty, Suparman dan Saufi (2016) dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa *corporate identity* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa *corporate identity* yang dimiliki oleh sebuah perusahaan akan mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.

Pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel *Corporate Identity* berpengaruh sebesar 36,8% terhadap variabel keputusan, sedangkan 63.2% dipengaruhi oleh variabel lain. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.368 atau 36%.

Menabung merupakan kegiatan yang dianjurkan dalam agama islam. Dengan menabung artinya kita dapat menahan diri agar tidak mengikuti hawa nafsu untuk memenuhi kepuasan sekarang atau jangka panjang, selain itu dengan menabung dapat mengendalikan keinginan kita untuk bisa memenuhi kebutuhan pada masa yang akan datang. Terdapat beberapa ayat dalam Al-Quran yang secara tidak langsung memerintahkan kepada kita khususnya kaum muslim untuk mempersiapkan hari esok yang lebih baik. Adapun beberapa ayat tersebut yaitu sebagai berikut:

Firman Allah dalam surat An-Nissa ayat 9:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا
خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya: “Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar”.

Dan Firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 266:

أَيُّوْدُ أَحَدُكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّن تَنْجِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِن تَحْتِهَا
الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِن كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَةٌ ضَعْفَاءٌ
فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ ۗ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ
تَتَفَكَّرُونَ ﴿٣٦﴾

Artinya: “Adakah salah seorang diantara kamu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir dibawahnya sungai-sungai, di sana dia memiliki segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tuanya sedang dia memiliki keturunan yang masih kecil-kecil. Lalu kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, sehingga terbakar. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu memikirkannya”.

Kedua Ayat tersebut memerintahkan kepada kita untuk mempersiapkan dan merencanakan masa depan keturunan kita, baik secara rohani maupun ekonomi. Dan salah satu langkah perencanaan yang dapat kita persiapkan mulai dari sekarang adalah dengan menabung.

Seorang muslim hendaknya lebih memperhatikan produk apa saja yang mereka konsumsi dengan menfilter produk tersebut apakah halal atau haram. Yang halal diambil, sedangkan yang tidak jelas atau yang haram lebih baik ditinggalkan (Yani dan Suryaningsih, 2019). Sama halnya keputusan dalam memilih produk simpanan atau tabungan yang disediakan oleh lembaga keuangan. Sebagai seorang muslim hendaknya lebih memilih produk simpanan yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah. Prinsip yang digunakan yaitu sesuai dengan syariah, misalnya tidak terdapat unsur riba. Dalam islam riba itu diharamkan.

Adapun penjelasan terkait indikator *Corporate identity* BMT Madani dalam perspektif islam yaitu sebagai berikut:

Tingkah laku

Mengenai tingkah laku manusia menurut ajaran islam, dalam A-Qur'an terdapat beberapa tingkah laku yang tidak dianjurkan bagi manusia, yaitu seperti yang tercantum dalam firman Allah dalam surat Al Anfal ayat 27:

يٰۤأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu sedang kamu mengetahui”.

Dalam hal ini, salah satu contoh perilaku yang dilarang dalam islam yaitu berperilaku khianat dan hendaknya kita bertingkah laku sesuai dengan ajaran islam, misalnya amanah dan tidak berkhianat terhadap apa yang telah dipercayakan kepada kita. Salah satu bentuk

tingkah laku yang ditunjukkan oleh Karyawan BMT Madani yaitu dapat melakukan pekerjaan dengan baik dan teliti. Ini merupakan bentuk dari amanah, yang mana karyawan BMT Madani telah dipercaya untuk dapat melakukan pekerjaan dengan baik, teliti dan dapat mengendalikan emosi. Selain itu karyawan BMT Madani juga telah dipercaya oleh anggota untuk dapat mengelola dana. Dengan demikian tingkah laku dari karyawan BMT Madani telah sesuai dengan ajaran islam.

Komunikasi

Komunikasi mendapatkan perhatian yang besar dalam agama islam dan mengarahkan setiap muslim agar memakai etika islami dalam berkomunikasi. Adapun dalil dari Al-Qur'an yang berkaitan dengan etika berkomunikasi dalam islam yaitu firman Allah dalam surat Al Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar".

Dalam berkomunikasi Allah telah memberikan petunjuk bagi hambanya agar dalam berkomunikasi mereka mampu menjalin komunikasi yang baik. Komunikasi yang baik yaitu komunikasi yang sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dengan segenap prinsip-prinsip didalamnya dan dengan etika-etika tertentu (Muslimah, 2016). Dalam berkomunikasi, karyawan BMT Madani menggunakan bahasa yang mudah di pahami. Misalnya dalam mengenalkan atau menawarkan produk-produk yang dimilikinya kepada masyarakat atau calon anggota. Dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami diharapkan calon anggota dapat memahami informasi yang disampaikan mengenai produk yang ditawarkan. Dengan demikian dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh karyawan BMT telah sesuai dengan ajaran islam.

Simbol/logo

Agama islam memiliki pandangan tersendiri terhadap karya seni dan desain, dalam hal ini symbol atau logo sebuah perusahaan juga termasuk dari karya seni dan desain. Terdapat kaidah yang menyatakan bahwa " *hukum asal segala sesuatu adalah boleh*" serta dalil dari al-Qur'an yaitu firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 29:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

Artinya: "Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu."

Islam membolehkan karya seni dan desain selama tidak mengarah pada maksiat dan ingkar terhadap Allah Tuhan semesta alam. Dalam ajaran islam terdapat beberapa batasan dalam karya seni dan desain. Karya seni dan desain yang dilarang dalam agama islam yaitu misalnya karya seni dan desain yang menggambar manusia atau ekspresi yang dapat menimbulkan syahwat. Nama dari BMT “**Madani**” merupakan kepanjangan dari “**Muhammadiyah ada di sini**”. Kepanjangan tersebut karena BMT Madani merupakan sebuah lembaga keuangan mikro syariah yang berada dalam naungan organisasi Muhammadiyah. Adapun logo yang dimiliki oleh BMT Madani adalah sebagai berikut:

Gambar 2. Logo BMT Madani



Logo BMT Madani terdapat tulisan “Madani” dalam huruf arab, serta terdapat lambang Muhammadiyah yang dijadikan sebagai background dari logo tersebut. Warna dari logo BMT Madani yaitu biru dan putih. Warna biru merupakan salah satu warna yang identik dengan Muhammadiyah, yang mana biasanya Muhammadiyah identik dengan warna kuning dan biru. Dari penjelasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Logo dan nama yang dimiliki oleh BMT Madani tidak terdapat unsure-unsur yang dilarang dalam pembentukan sebuah simbol atau logo dalam ajaran islam

Kepribadian

Dalam perspektif islam terkait kepribadian yang dimiliki manusia, manusia berpotensi memiliki kepribadian yang positif dan negatif. Pada hakikatnya potensi positif manusia lebih kuat daripada potensi negatifnya. Dari dua potensi tersebut akan mengantarkan manusia dalam tiga kategori kepribadian, yaitu kepribadian orang beriman, kepribadian orang kafir dan dan kepribadian orang munafik (Hidayat, 2017).

Kepribadian yang ditunjukkan oleh karyawan BMT Madani menjadi cerminan dari *Corporate identity* BMT Madani. Kepribadian karyawan BMT Madani akan terlihat pada kegiatan mereka dalam melayani anggota atau calon anggota. Salah satu contoh bentuk kepribadian dari karyawan BMT Madani yaitu ketika akan memulai percakapan saat akan melayani anggota mereka akan mengawali dengan mengucapkan salam. Selain itu ketika bertemu dengan orang-orang meskipun itu bukan anggota dari BMT Madani mereka tetap mengucapkan salam. Dari penjelasan terkait kepribadian yang ditunjukkan oleh karyawan BMT Madani dengan memberikan salam, hal ini termasuk dalam bentuk kepribadian beriman. Hal tersebut sesuai dengan hadits Nabi Shallallahu ‘alaihi wasallam “*Kalian tidak akan masuk surga sampai kalian beriman, dan tidak akan sempurna iman kalian hingga kalian saling mencintai. Maukah aku tunjukkan kalian pada sesuatu yang jika kalian lakukan kalian saling mencintai? Sebarkanlah salam diantara kalian*”(HR.

Muslim no.54). Dengan demikian dapat disimpulkan bawa kepibadian yang ditunjukkan oleh karyawan BMT Madani telah sesuai dengan ajaran agama islam.

Dari penjelasan diatas terkait *corporate identity* BMT Madani menurut perspektif islam, dapat disimpulkan bahwa *corporate identity* BMT Madani telah sesuai dengan ajaran islam. Hal ini tercemin pada indikator-indikator dari *corporate identity* yang dilihat dari sudut pandang agama islam. BMT Madani adalah lembaga keuangan syariah, yang merupakan lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah atau ajaran agama islam. Oleh sebab itu, hendaklah semua yang berkaitan dalam BMT Madani harus sesuai dengan ajaran islam, salah satunya yaitu terkait *Corporate identity* yang dimiliki oleh BMT Madani.

KESIMPULAN

Simpulan dari hasil analisis data yang telah dilaksanakan adalah Corporate Identity berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan menggunakan produk simpanan mudharabah khusus pelajar di BMT Madani Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya Kementerian Agama Republik Indonesia
- Destiani, N. 2017. Pengaruh Corporate Identity dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Pembelian : Studi Pada Biro Reseller Resmi Rabbani. *Jurnal ekonologi*, 4(1): 1
- Hidayat, A. 2017. Psikologi dan Kepribadian Manusia Perspektif Al-Qur'an dan Pendidikan Islam. *Jurnal Penelitian*, 11(2): 447
- Kementerian Koperasi dan UMKM. 2016. Jumlah koperasi di Indonesia tahun 2015. <http://www.depkop.go.id/content/read/menkop-puspayoga-langkah-perhimpunan-bmt-indonesia-selaras-dengan-reformasi-total-koperasi/>. Diakses tanggal 19 September 2018
- Krisnawaty, B.N., Suparman, L. dan Saufi, A. 2016. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Pada PT. Bank BRI Cabang Mataram. *Jurnal Magister Manajemen*, 15
- Muslimah. 2016. Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam. *Sosial Budaya*, 13(2): 118-124
- Yani, M.T. dan Suryaningsih, S.A. 2019. Muslim Consumer Behavior Consuming Halal Product. *Al-uqud: Journal of Islamic economics*. 3(2): 171