

Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kreativitas Terhadap Keuntungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Boyolali

Fiki Apriliana

Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

*Email correspondence: vikiapriliananlian@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of Islamic business ethics and creativity on the profits of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Boyolali Regency. The sample in this study were 50 respondents who were MSME entrepreneurs in Boyolali Regency. The data analysis method used is multiple linear regression analysis and uses quantitative research with the data used is primary data and uses a questionnaire method in collecting data. Based on the results of the analysis, it is known that Islamic business ethics has a positive and significant effect on MSME profits. From variable testing, it is found that H_0 is rejected and H_a is accepted with a significant value of 0.038. Creativity has a positive and significant effect on MSME profits from variable testing, the results show that H_0 is rejected and H_a is accepted with a significant value of 0.033.

Keywords: *Islamic business ethics, creativity and profit*

Citation suggestions: Apriliana, F. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kreativitas Terhadap Keuntungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 1(02), 82-86. doi: -

DOI: -

1. PENDAHULUAN

Menurut Rahmini (2017) suatu usaha produktif yang dikembangkan untuk mempengaruhi sektor-sektor yang lain agar dapat berkembang serta mendukung perkembangan ekonomi baik makro maupun mikro di Indonesia merupakan pengertian dari UMKM. Dikembangkannya UMKM oleh pemerintah diharapkan tingkat pertumbuhan perekonomian dapat diperbaiki. Untuk mengembangkan kegiatan UMKM pastinya memerlukan sumber daya manusia yang mempunyai semangat dan juga mental yang kuat serta didukung keterampilan, kreativitas dan keahlian. (Dewi, Andari & Masitoh, 2019). Adanya kreativitas akan berdampak bukan hanya pada kualitas produk saja tetapi juga pada peningkatan jumlah penjualan, produk sulit ditiru, serta dapat menyerap dan membuka lapangan tenaga kerja lebih banyak pula. Dengan adanya peningkatan jumlah penjualan maka keuntungan pengusaha juga akan semakin meningkat pula. Penerapan etika bisnis Islam diharapkan dalam suatu usaha bisnis atau perdagangan dapat berkembang dan maju pesat karena selalu mendapat berkah Allah SWT didunia dan di akhirat. Adapun yang menjadi permasalahan bagi perekonomian Islam yaitu banyaknya praktek perekonomian pada sebagian masyarakat Islam yang jauh bahkan tidak sesuai dengan nilai-nilai dalam Islam. Seperti melakukan penipuan dan kecurangan dalam berdagang/berbisnis padahal hal tersebut jelas diharamkan dalam syariat Islam. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat penelitian tentang “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kreativitas Terhadap Keuntungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Boyolali.” Menurut Anggraeni (2017) sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengutamakan halal dan haram merupakan pengertian dari etika bisnis dalam Islam. Perilaku yang sesuai dengan perintah Allah dan juga menjauhi larangannya disebut dengan perilaku etis. Dalam Harahap (2011) etika bisnis Islam memiliki aksioma-aksioma dasar atau indikator-indikator yang dikembangkan oleh para sarjana Muslim.

Dalam Hendro (2011) kreativitas memiliki pengertian sendiri yakni kemampuan mengelola, memberdayakan dan menggunakan pengetahuan apapun yang dimiliki seperti informasi, pengalaman, dan ketrampilan lain untuk mengatasi kesulitan. Sejalan dengan itu menurut Suryana (2017) inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk melahirkan sesuatu yang baru dan atau berbeda dengan yang lainnya atau yang pernah ada sebelumnya melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang. Oleh karena itu wirausahawan erat kaitannya dengan kreativitas. Menurut Tamama (2019) dalam bahasa arab al-ribh artinya pertambahan atau pertumbuhan dalam perdagangan atau disebut juga dengan keuntungan.

2. METODE PENELITIAN

Populasi adalah jumlah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Menurut Sugiyono (2017) jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut disebut dengan sampel. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling* yaitu cara pengambilan sampel secara acak dari anggota populasi tanpa memperdulikan tingkatan. Teknik ini memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Ferdinand (2014) yang menyebutkan besarnya sample yang umumnya digunakan pada penelitian *multivariate* (penggunaan analisis regresi multivariate) adalah sebanyak 25 kali dari jumlah variabel independent yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini variabel independent berjumlah 2 yaitu variabel Etika Bisnis Islam dan kreativitas. Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden (25 x 2 variabel independent) yang dirasa cukup mewakili banyanya populasi usaha UMKM di Kabupaten Boyolali. Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan data lapangan sebagai data primer utama, yaitu kuisioner yang diperoleh dari penyebaran pernyataan pada responden yaitu seluruh pengusaha UMKM di Kabupaten Boyolali. Sumber data sekunder berasal dari berbagai referensi baik dari jurnal, buku, maupun artikel. Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan: dokumentasi, observasi, wawancara, Kuisioner yaitu teknik pengumpulan data yang berupa serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden yang harus dijawab.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,639	6,180		1,721	,092		
EBI_1	,275	,128	,314	2,140	,038	,678	1,476
Kre_X2	,430	,196	,322	2,197	,033	,678	1,476

a. Dependent Variable: Keu_Y

Sumber: Hasil olah SPSS 23.

Tabel 2. Hasil Uji t

Variabel	B constant	t _{hitung}	t _{tabel}	P _{value}	Simpulan
Etika Bisnis Islam	0,275	2,140	2,01174	0,038	Signifikan
Kreativitas	0,430	2,197	2,01174	0,033	Signifikan

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Variabel etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap keuntungan UMKM.

Nilai signifikansi sebesar $0,038 < 0,05$, sehingga dapat diartikan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap keuntungan UMKM. Berdasarkan penjelasan diatas berarti bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap keuntungan UMKM sehingga hipotesis pertama diterima. Selain itu juga dapat dilihat dari t_{hitung} dan t_{tabel}, dari hasil olah data diperoleh hasil t_{hitung} = 2,140 dan t_{tabel} = 2,01174. Maka

2,140 > 2,01174 sehingga H1 diterima, artinya etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan UMKM.

b. Variabel kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keuntungan UMKM.

Nilai signifikansi sebesar $0,033 < 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keuntungan UMKM. Selain itu juga dapat dilihat dari t-hitung dan t-tabel, dari hasil olah data diperoleh hasil t-hitung = 2,197 dan t-tabel = 2,01174. Maka $2,197 > 2,01174$ sehingga H2 diterima, artinya kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan UMKM.

Tabel 3. Hasil Uji F

Model Penelitian	F _{hitung}	F _{tabel}	P _{value}	Keterangan
Keuntungan	10,887	3,195056	0,000	Signifikan

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Dari hasil output diatas diketahui bahwa $0,00 < 0,05$. Artinya ada pengaruh etika bisnis Islam dan kreativitas secara simultan terhadap keuntungan UMKM. Hal ini dapat diketahui juga melalui F_{hitung} dan F_{tabel}, berdasarkan hasil olah data diperoleh hasil F_{hitung} = 10,887 dan F_{tabel} = 3,195056 maka $10,887 > 3,195056$. Sehingga H3 diterima, artinya etika bisnis Islam dan kreativitas secara simultan berpengaruh terhadap keuntungan UMKM. Dengan begitu maka hipotesis ketiga diterima.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Squere	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,563 ^a	0,317	0,288	4,157

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Jika dilihat dari nilai Adjusted R-square menunjukkan 0,288. Artinya variabel etika bisnis Islam dan kreativitas memiliki proporsi pengaruh terhadap keuntungan UMKM sebesar 28,8% sedangkan sisanya 71,2% ($100\% - 28,5\%$) dipengaruhi variabel lain yang tidak ada didalam model regresi linier.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh etika bisnis Islam terhadap keuntungan UMKM

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai mengenai benar dan salah, baik dan buruk dalam bidang perbisnisan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip moralitas, Al-Qur'an dan juga hadist sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW itulah yang dimaksud dengan etika bisnis Islam. Dari hasil persamaan regresi berganda diperoleh nilai koefisiensi regresi dengan arah positif sebesar 0,275. Hasil estimasi variabel etika bisnis Islam sebesar nilai $t = 2,140$ dengan probabilitas sebesar 0,275. Nilai signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap keuntungan UMKM.

Berdasarkan penjelasan diatas berarti bahwa etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan UMKM. Artinya jika para pengusaha UMKM kabupaten Boyolali menerapkan nilai-nilai etika, moral/akhlak didalam menjalankan kegiatan ekonominya yang berpendoman pada Al-Qur'an dan juga hadist sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW atau yang sering disebut dengan etika bisnis Islam seperti jujur, adil dan bertanggungjawab yang meliputi jujur dalam takaran dan timbangan, menjual barang yang halal, menjual barang yang bermutu baik, tidak menyembunyikan kecacatan suatu barang, tidak main sumpah, bermurah hati, tidak menyaingi sesama pelaku usaha, mencatat utang piutang dan tidak mengambil riba, selain itu pengusaha juga harus menerapkan prinsip kemurahan hati yang diterapkan dalam bentuk perilaku tentang kesopanan dan kesantunan, mempermudah urusan orang lain, pemaaf, merespon saran dari pelanggan mengenai barang yang bermasalah. Selain itu pengusaha juga harus menjaga integritas seperti dalam hal melayani pembeli, pengiriman barang tepat waktu dan kualitas barang yang dikirim sesuai dengan yang ditawarkan dan apabila terjadi gangguan pada usaha yang menyebabkan terganggunya layanan kepada konsumen pengusaha akan memberitahukannya kepada pelanggan dengan begitu maka akan meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan para pelanggan/konsumen sehingga mereka akan kembali untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan sehingga terjadilah transaksi kembali, barang/jasa akan terjual kembali dan secara tidak langsung dengan terjadinya transaksi tersebut akan menambah pendapatan usaha, dengan meningkatnya pendapatan maka keuntungan juga akan meningkat. Dengan menerapkan etika bisnis Islam tidak hanya akan mendapatkan

keuntungan material saja namun juga akan mendapatkan keridhoan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Faisal Yusuf Saputra (2016) dengan judul “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha Laundry di Kecamatan Tembalang” dengan hasil penelitian variabel etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan usaha. Dimana semakin meningkatnya etika bisnis Islam maka keuntungan usaha juga semakin meningkat.

3.2.2. Pengaruh kreativitas terhadap keuntungan UMKM

Suatu kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara baru dalam pemecahan masalah, menemukan peluang atau membuat atau menciptakan sesuatu yang baru sehingga bermanfaat dan dapat memenuhi kebutuhan hidup diri sendiri dan orang lain disebut dengan Kreativitas. Dalam Hendro (2011) kreativitas memiliki pengertian sendiri yakni kemampuan mengelola, memberdayakan dan menggunakan serta memanfaatkan seluruh pengetahuan yang dimiliki baik berupa pengalaman, informasi, dan ketrampilan lain untuk mengatasi kesulitan. Dari hasil persamaan regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,430. Hasil estimasi variabel kreativitas sebesar nilai $t = 2,197$ dengan probabilitas sebesar 0,430. Nilai signifikansi sebesar 0,033 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keuntungan UMKM. Artinya semakin tinggi kreativitas maka akan menaikkan keuntungan UMKM.

Salah satu keunggulan dalam persaingan bisnis adalah sebuah keunikan atau kreativitas pengusaha itu sendiri. Kreativitas adalah hal penting yang harus diusahakan oleh setiap pengusaha atau pembisnis apabila menginginkan produknya mampu bersaing dipasaran. Seorang pengusaha yang kreatif akan cenderung mengambil risiko, berinovasi, dan proaktif. Pengusaha selalu menerapkan keterbukaan terhadap pengalaman baru, mampu menghadapi resiko apabila konsumen tidak suka dengan produk yang dibuat dan selalu mengembangkan ide-ide kreatif untuk usahanya sehingga mampu menciptakan produk-produk yang bervariasi dan model terbaru. Menurut Romdhoni, A.H, Prastiwi, I.E, dan Suryanto (2021) konsumen dalam lingkungan bisnis mempunyai peran yang penting karena konsumenlah yang menggunakan hasil produksi dari suatu usaha. Pengusaha juga dituntut dapat menciptakan kenyamanan dan kepuasan konsumen seperti pelayanan yang prima atau produk yang unik dan menarik. Maka dari itu pengusaha dituntut untuk memiliki ide-ide kreatif dalam usahanya. Seperti menciptakan sebuah keunikan atau yang lain dari yang lainnya dan dengan mengikuti trend pada zamannya untuk menarik konsumen agar terus bertambah jumlah pelanggan disetiap harinya. Dengan meningkatnya jumlah pelanggan juga akan meningkatkan pendapatan atau keuntungan usaha. Hal ini juga didukung oleh pernyataan kuesioner dimana dengan adanya ide-ide kreatif untuk mengembangkan usaha agar keuntungan semakin meningkat dimana 58% responden menjawab setuju dan 28% responden menyatakan sangat setuju. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Devi Faradiska dan Rinda Asytuti (2019) berjudul “penerapan etika bisnis Islam, religiusitas dan kreativitas terhadap keuntungan usaha konfeksi”. Dengan hasil variabel kreativitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan pengusaha.

4. KESIMPULAN

- a. Variabel etika bisnis Islam berpengaruh positif signifikan terhadap keuntungan UMKM di Kabupaten Boyolali. Dari pengujian variabel didapat bahwa hasil H_1 diterima, dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,140 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,01174 dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05 (5%).
- b. Variabel kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap keuntungan UMKM di Kabupaten Boyolali. Dari pengujian variabel didapat bahwa hasil H_2 diterima, dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,197 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,01174 dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,033 lebih kecil dari 0,05 (5%).
- c. Variabel etika bisnis Islam dan kreativitas secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keuntungan UMKM di Kabupaten Boyolali. Hal ini dibuktikan melalui uji F dengan program SPSS 23. Dari hasil uji F diketahui bahwa $0,00 < 0,05$ berdasarkan hasil olah data diperoleh hasil $F_{hitung} = 10,887$ dan $F_{tabel} = 3,195056$ maka $10,887 > 3,195056$ sehingga H_3 diterima.

5. REFERENSI

- Anggraini, G. (2017). Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam. *Jurnal Of Multidisciplinary Studies*. 1 (2), 223-225.
- Dewi, S.R, Andari, & Masitoh, M.R. (2019). Peran Pelatihan dan Workshop Bagi Peningkatan Motivasi , Inovasi dan Kreativitas, Pada UMKM Kerajinan Tangan Dari Manik-Manik. Kaibon Abhinaaya: *Jurnal Pengabdian masyarakat*, 1 (2), 59-65.
- Faradiska, D dan Asytuti, R. (2019). Penerapan Etika Bisnis Islam, Religiusitas, dan Kreativitas Terhadap Keuntungan Pengusaha Konveksi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 1 (3), 81-90.
- Ferdinand, A. (2014). Structural Equation Modelling (Ed. Ke-5). Semarang: UNDIP.
- Harahap, S.S. (2011). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. Jakarta: Salemba Empat.
- Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*. Jakarta: Grafindo Usada.
- Kalsum, S.U. (2020). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Pada Usaha Mikro dan Usaha Kecil di Kecamatan Watang Sawitto Kabupaten Pinrang. *Skripsi*. UIN Alaudin Makasar.
- Rahmini, Y. (2017). Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah canos ekonomos*, 6 (1), 51.
- Romdhoni, A.H, Pratiwi, I.E, Suryanto. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Syariah Hotel Solo. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. ITB AAS Indonesia. 480.
- Saputra, F.Y. (2016). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha Laundry di Kecamatan Tembalang. *Skripsi*. UIN Walisongo Semarang.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2017). Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Tamama, N.N. (2019). Hermeneutika Laba Dalam Perspektif Islam. *Skripsi*. Sumenep: Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Wiraraja.
- Yusriati. C. (2014). Pengaruh Pinjaman Modal Kerja dan Profitabilitas Sumber Daya Manusia Terhadap Laba Usaha Kecil Menengah Kota Banda Aceh. *Jurnal Akuntansi*, 1 (1).