

---

# Peran etika bisnis Islam terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pangan di Kota Bogor

Salahuddin El Ayyubi<sup>1</sup>, Sausan Anggi Anggraini<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup> Institut Pertanian Bogor, Jalan Raya Darmaga Kampus IPB, Dramaga, Bogor, 16680, Jawa Barat, Indonesia

## ABSTRACT

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a very important role for developing and increasing Indonesia economy. MSMEs contribution on the Gross Domestic Product (GDP) up to 60.64% and supply manpower up to 97%. However, this potency still accompanied by violations that occurred mainly in the food sector. One of the reason is there are a lot of bussiness activity is not in accordance with proper bussiness ethics. This study analyzes the role of Islamic business ethics on the MSMEs performance. Descriptive analysis method is used to analyze the entrepreneur perception on Islamic Bussiness Ethics, while role of Islamic business ethics on the performance of MSMEs is analyzed with Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Primary data were collected through online questionnaires and deep interviews to food SMEs muslim businessmen in Bogor City. Results show that the Islamic bussiness ethics has a positive effect on the MSMEs performance.*

## ABSTRAK

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia adalah sebesar 60,64% dan menyerap tenaga kerja sebanyak 97%. Namun potensi tersebut masih diiringi pelanggaran-pelanggaran yang terjadi terutama di bidang pangan. Salah satu penyebabnya adalah masih banyak kegiatan usaha yang dijalankan belum sesuai dengan etika bisnis yang seharusnya. Penelitian ini menganalisis peran etika bisnis Islam terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk menganalisis persepsi pebisnis terhadap etika bisnis Islam, sedangkan untuk menganalisis peran etika bisnis Islam terhadap kinerja UMKM menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner online dan wawancara langsung kepada pebisnis UMKM pangan di Kota Bogor yang beragama Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.*

### Keywords:

*Bussiness ethics, Performance, PLS-SEM, dan MSMEs.*

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui penyerapan tenaga kerja yang cukup banyak yaitu 96,99% dan berkontribusi besar terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 60,34% dengan jumlah UMKM sebanyak 57.895.721 (Kementerian Koperasi dan UMKM 2013).

JBB  
6, 2

183

Received 6 September 2016  
Revised 20 October 2016  
Accepted 28 November 2016

**JEL Classification:**  
L25

**DOI:**  
10.14414/jbb.v6i2.1299

**Journal of  
Business and Banking**

ISSN 2088-7841

Volume 6 Number 2  
November 2016 – April  
2017

pp. 183– 194

© STIE Perbanas Press  
2016

Pada 2015, UMKM Kota Bogor meningkat menjadi 15.458 unit dibandingkan pada 2011 yang hanya berjumlah 10.832 unit (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor 2015).

Sebanyak 28% dari total UMKM yang ada di Kota Bogor bergerak dalam usaha makanan dan minuman yang siap dikonsumsi. Posisi tersebut menduduki peringkat kedua terbesar setelah jenis usaha perdagangan, yaitu sebesar 35% dari total UMKM yang ada di Kota Bogor (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor 2015).

Namun demikian, pelanggaran terutama di bidang pangan masih sering terjadi. Uji Pangan Jajanan Anak Sekolah (PJAS) pada tahun 2013 mendapati bahwa 4 dari 7 sampel yang diuji tidak memenuhi syarat pangan sehat karena mengandung bahan berbahaya yang dilarang (Infodatin Kemenkes 2015). Demikian pula ditemukan ayam mati kemarin (tiren), sejumlah telur busuk yang selama ini dijual kepada tukang bakso di Kota Bogor (Liputan6 2014).

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor juga melakukan inspeksi mendadak pada Maret 2015 dan menemukan ayam tiren, tahu berformalin, telur ayam bekas yang gagal menetas, hingga pedagang yang menjual bahan pengawet berbahaya seperti, boraks, piper, dan bleng yang dijual bebas di pasar itu (Pojoksatu 2015). Selain itu, petugas juga menemukan ayam tiren di Bogor yang seharusnya untuk pakan lele, namun dijual ke konsumen dikarenakan harga yang sedang melonjak pada Agustus 2015 (JawaPos 2015).

Produk pangan tersebut tentu sangat berbahaya jika dikonsumsi oleh konsumen. Konsumen dapat menderita keracunan dalam jangka pendek dan bahkan kematian dalam jangka panjang.

Hal ini merupakan bentuk kejahatan yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Sementara itu, mayoritas penduduk Kota Bogor beragama Islam yaitu sebanyak 881.721 orang atau 92,78% dari total penduduknya (BPS 2010). Seharusnya banyak penduduk Kota Bogor yang menerapkan nilai etika Islam dalam menjalankan segala aktivitasnya termasuk dalam berbisnis.

Nandram (2009) melalui working paper series-nya tentang nilai spiritual di dalam diri pelaku bisnis menyatakan bahwa pelaku bisnis yang menanamkan nilai spiritual lebih kreatif dan memiliki intuisi yang berperan besar dalam proses pengambilan keputusan pada bisnisnya.

Penelitian Yenti (2011) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif antara pemahaman nilai-nilai syariah dengan perilaku bisnis pedagang Minang pada pasar Aur Kuning. Hal ini menunjukkan jika terjadi peningkatan pemahaman nilai-nilai syariah, akan memberikan penambahan perubahan perilaku ke arah yang positif. Sebaliknya, ketika pemahaman nilai-nilai syariah bernilai nol, maka perilaku akan menjadi negatif.

Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi bisnis UMKM pangan terhadap penerapan etika bisnis Islam dan menganalisis peran etika bisnis Islam terhadap kinerja UMKM pangan di Kota Bogor.

## **2. RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS**

Etika dalam Islam dapat didefinisikan sebagai serangkaian prinsip mor-

---

al yang membedakan yang benar dan yang salah. Dalam Al-Quran terdapat hal yang berhubungan langsung dengan istilah etika yaitu *khuluq* yang artinya budi pekerti atau kebiasaan (Beekun 1996).

Keberkahan dapat diperoleh melalui aktifitas bisnis jika dilakukan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti: jujur dalam menakar dan menimbang, menjual barang yang halal dan baik, tidak menyembunyikan cacat barang, tidak menyaingi penjual lain, mengeluarkan zakat bila telah mencapai *nisab* dan *haul* nya, membayar upah sebelum kering keringat karyawan, bisnis yang dilakukan tanpa paksaan, mencatat semua aktivitas keuangan dalam berbisnis, aktivitas bisnis terbebas dari *riba'*, tidak melalaikan dari ibadah (Ayyubi dan Lubis 2015).

Bisnis bukan hanya menyangkut perolehan mencari profit tetapi juga bersentuhan dengan aspek sosial dan psikologi individu, maka dibutuhkan sebetuk etika bisnis yang kuat agar perilaku praktisi bisnis tidak merugikan pihak lain (Fauzia 2013). Menurut Rivai et al (2012) etika dalam Islam adalah akhlak seorang muslim dalam melakukan segala macam kegiatan termasuk dalam berbisnis. Bisnis Islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis yang dibatasi cara perolehan dan pendayaan hartanya pada ketentuan syariat berpegang pada Al-Quran dan Al-Hadits. Hal ini menandakan bahwa pebisnis sebaiknya tidak hanya mencari keuntungan yang besar, tetapi juga mencari keberkahan yang *diridhoi* Allah SWT.

Kaplan dan Norton (1996) merumuskan ukuran untuk mengukur kinerja perusahaan ke dalam empat perspektif yaitu: (1) perspektif finansial yaitu menggambarkan tujuan keuangan yang perlu dicapai UMKM sebagai visi utamanya; (2) perspektif pelanggan yaitu menggambarkan sasaran pasar yang perlu dicapai UMKM agar mendorong tercapainya tujuan keuangan; (3) perspektif bisnis internal yaitu menggambarkan strategi pengelolaan bisnis yang perlu diterapkan UMKM untuk memperoleh sasaran pelanggan dan keuangan; dan (4) perspektif pertumbuhan dan pembelajaran yaitu menggambarkan strategi perbaikan sistem, personel, lingkungan UMKM yang perlu ditetapkan untuk mencapai sasaran pengelolaan bisnis yang baik, pelanggan, dan keuangan.

Islam sangat mengutamakan kegiatan berbisnis yang beretika. Firman Allah SWT: *"Dan kepada penduduk Madyan, kami (utus) Syuaib, saudara mereka sendiri. Dia berkata, Wahai kaumku! Sembahlah Allah. Tidak ada tuhan bagimu selain Dia. Sesungguhnya telah datang padamu bukti nyata dari Tuhanmu. Sempurnakanlah takaran dan timbangan, dan jangan kamu merugikan orang sedikitpun. Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu orang yang beriman"*(Q.S. Al-A'raf: 85). Ayat tersebut menunjukkan bahwa perintah untuk menyempurnakan takaran dan timbangan disetarakan dengan perintah menyembah Allah SWT.

Berdasarkan ayat di atas, hendaknya para pebisnis menjalankan usahanya sesuai dengan aturan dan etika Islam agar kinerja usahanya dapat meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian Puspitasari (2014) menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan dinilai efektif dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Sebaliknya, banyak kasus-kasus pelanggaran yang dilakukan pebis-

nis yang pada akhirnya justru membuat bisnisnya menjadi bangkrut. Persaingan dunia usaha sangat ketat, sehingga etika bisnis tidak dapat ditawarkan lagi. Seorang konsumen yang tidak puas, dapat berdampak pada menyebarnya keluhan itu ke masyarakat lainnya. Baik dan buruknya sebuah dunia usaha dapat tersebar dengan cepat di era informasi yang serba cepat dan canggih. Memperlakukan karyawan, konsumen, pemasok, pemodal, dan masyarakat umum dengan etis, adil, dan jujur merupakan satu-satunya cara agar suatu bisnis dapat bertahan (Arijanto 2011).

Penelitian Rafiki dan Wahab (2013) yang mengkaji kinerja 370 perusahaan kecil sebagai dampak dari penerapan nilai-nilai Islam dalam usahanya menggunakan metode Multiple Regression Analysis. Terdapat 10 variabel independen dalam penelitian ini, yaitu: pengalaman bisnis, motivasi Islami, pendidikan Islami, training bisnis Islami, strategi produk halal, strategi asosiasi Islam, strategi keuangan islami, umur usaha, ukuran usaha, dan kepemilikan usaha. Variabel dependennya adalah kinerja perusahaan yang dijelaskan oleh pertumbuhan penjualan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja usaha.

Penelitian yang dilakukan Sulistyio (2011) yang mengkaji pengaruh nilai-nilai religiusitas terhadap kinerja 202 orang karyawan Pemerintah Kota Semarang menggunakan metode PLS-SEM. Aspek religiusitas yang diteliti adalah keyakinan dan praktek religi yang dilakukan karyawan. Adapun aspek kinerja yang diteliti adalah kebutuhan berprestasi, kebutuhan kekuasaan, kebutuhan afiliasi, etos kerja Islam, dan kapabilitas inovasi. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa religiusitas sangat penting dalam meningkatkan outcomes organisasi, khususnya kapabilitas inovasi.

Kinerja UMKM direfleksikan kedalam empat yaitu 1) perspektif finansial, 2) perspektif pelanggan, 3) perspektif bisnis internal, 4) perspektif pertumbuhan dan pembelajaran. Keempat perspektif tersebut digambarkan oleh beberapa indikator yang merefleksikannya. Etika bisnis Islam direfleksikan pada sepuluh yaitu jujur dalam menakar dan menimbang, menjual barang yang halal dan baik, tidak menyembunyikan cacat barang, tidak menjelekkan usaha lain, membayar zakat mal, membayar upah tepat waktu, tidak ada paksaan dalam berbisnis, mencatat transaksi keuangan, terbebas dari riba, dan mengutamakan ibadah di atas perniagaan. Dengan demikian variabel laten dalam penelitian ini terbagi menjadi lima yaitu perspektif finansial, pelanggan, bisnis internal, pertumbuhan dan pembelajaran, dan etika bisnis Islam.

Karakteristik pebisnis, karakteristik UMKM dan persepsi pebisnis terhadap penerapan etika bisnis Islam dianalisis menggunakan analisis statistika deskriptif, sedangkan peran etika bisnis Islam terhadap kinerja UMKM akan dianalisis dengan menggunakan alat analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS).

Berdasarkan teori dan hasil-hasil empirik yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: (H1): Etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap kinerja perspektif pertumbuhan dan pembelajaran, (H2): Etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap kinerja perspektif bisnis internal, (H3): Etika bisnis Islam berpen-

---

garuh positif terhadap kinerja perspektif pelanggan, (H4): Etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap kinerja perspektif finansial, (H5): Kinerja perspektif pertumbuhan dan pembelajaran berpengaruh positif terhadap kinerja perspektif bisnis internal, (H6): Kinerja perspektif pertumbuhan dan pembelajaran berpengaruh positif terhadap kinerja perspektif pelanggan, (H7): Kinerja perspektif pertumbuhan dan pembelajaran berpengaruh positif terhadap kinerja perspektif finansial, (H8): Kinerja perspektif bisnis internal berpengaruh positif terhadap kinerja perspektif pelanggan, (H9): Kinerja perspektif bisnis internal berpengaruh positif terhadap kinerja perspektif finansial, (H10): Kinerja perspektif pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja perspektif finansial.

### 3. METODE PENELITIAN

#### Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

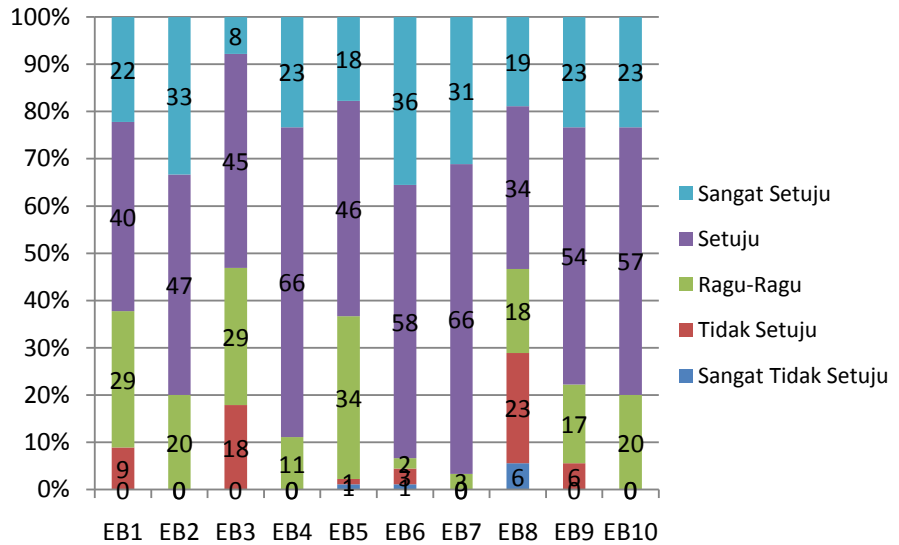
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pengisian kuesioner secara online dan wawancara langsung yang berpedoman dengan kuesioner kepada pebisnis UMKM pangan di Kota Bogor. Kuesioner terdiri atas 30 pertanyaan indikator dan menggunakan skala likert dengan 5 tingkatan jawaban. Peneliti memilih sampel dengan pertimbangan pebisnis UMKM yang bergerak di bidang pangan, beragama Islam dan berada di Kota Bogor. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 90 responden. Sebanyak 20 responden diperoleh melalui kuesioner online, dan 70 responden diperoleh melalui wawancara langsung.

#### Metode Pengolahan dan Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis karakteristik responden dan persepsi pebisnis terhadap etika bisnis Islam. PLS-SEM digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan Microsoft Excel 2010 dan SPSS 24. Analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0.

Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub-model, yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau sering disebut outer model dan model struktural (*structural model*) atau sering disebut inner model. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel indikator merepresentasi variabel laten untuk diukur. Sedangkan model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel (Ghozali dan Latan 2015).

Uji yang dilakukan pada model pengukuran atau *outer model* yaitu: (1) *Convergen validity* dengan melihat korelasi antara score item dengan score latennya. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai korelasi di atas 0,70. Namun untuk *exploratory research* 0,5-0,6 masih dapat diterima; (2) *Discriminant validity* dengan melihat cross loading antara indikator dengan latennya dengan cara membandingkan nilai korelasi antar variabel laten dengan indikatornya yang harus lebih tinggi daripada korelasi antara suatu indikator dengan variabel laten yang lain; (3) *Composite reliability* yang mana variabel laten dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* di atas 0,7 untuk *confirmatory reasearch* dan di atas



Gambar 1  
Persepsi Responden terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam

0,60 untuk *exploratory research*; (4) *Cronbach's Alpha* yang dilakukan untuk memperkuat uji reliabilitas model. Variabel laten dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* diatas 0,7 untuk *confirmatory reasearch* dan diatas 0,60 untuk *exploratory research*.

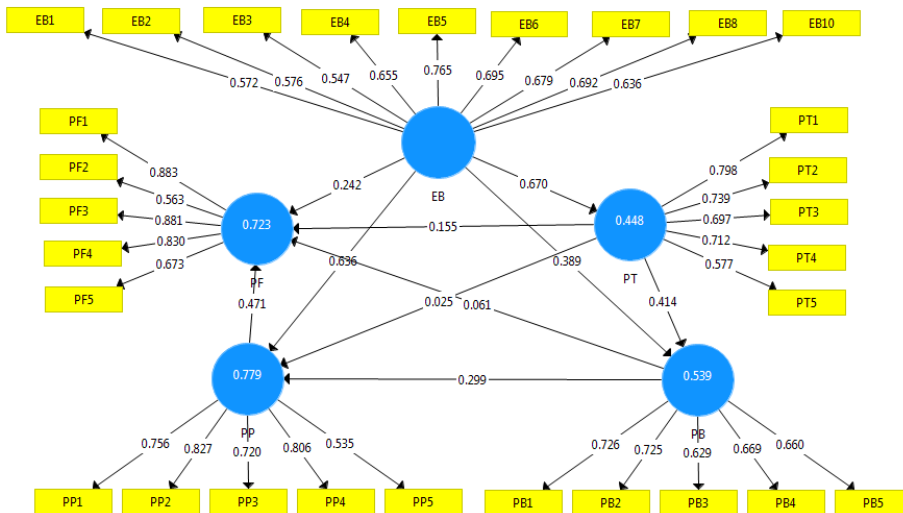
Uji yang dilakukan pada model struktural atau *inner model* yaitu: *Pertama*; *R square* ( $R^2$ ). Nilai *R square* merupakan uji *goodness of fit*. Nilai *R square* 0,67 (kuat), 0,33 (moderat) dan 0,19 (lemah). *Kedua*, *Path Coefficients*. Digunakan untuk melihat hubungan antar variabel laten dengan cara melihat nilai koefisien parameter dengan nilai signifikansi t-statistik melalui hasil *bootstrapping*.

#### 4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

##### Persepsi Pebisnis terhadap Etika Bisnis Islam

Penerapan etika bisnis Islam pebisnis dapat dilihat dari 10 indikator, antara lain: jujur dalam menakar dan menimbang (EB1), menjual barang yang halal dan baik (EB2), tidak menyembunyikan cacat barang (EB3), tidak menjelekkan usaha lain (EB4), membayar zakat mal (EB5), membayar upah tepat waktu (EB6), tidak ada paksaan dalam berbisnis (EB7), mencatat semua aktivitas keuangan (EB8), aktivitas bisnis terbebas dari riba (EB9), mengutamakan ibadah daripada berbisnis (EB10).

Berdasarkan Gambar 1 diketahui bahwa penerapan etika bisnis Islam secara keseluruhan sudah cukup baik. Indikator yang memiliki skor tertinggi adalah EB7 yaitu tidak ada paksaan dalam berbisnis dengan 31% menjawab sangat setuju, 66% menjawab setuju, dan 3% menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pebisnis tidak suka memaksa konsumen dalam bertransaksi dan sebaliknya. Indikator EB6 (membayar upah tepat waktu) dan EB2 (menjual barang yang halal dan baik) juga memiliki perolehan skor yang tinggi. Indikator EB8 (mencatat transaksi keuangan) memiliki skor terendah diantara indikator etika bisnis Islam lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat UMKM yang tidak mencatat transaksi keuangan dalam bisnisnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, hal yang menyebabkan pebisnis



Gambar 1  
Model Akhir Penelitian

Sumber: Data Primer 2016 (diolah).

tidak melakukan pencatatan transaksi keuangan antara lain: usaha dijalankan sendiri atau bersama keluarga sehingga masalah keuangan diselesaikan atas dasar kepercayaan, tidak memiliki waktu untuk mencatat, keuangan bisnis tercampur dengan keuangan pribadi, dan tidak memiliki pengetahuan tentang tata cara pencatatan keuangan.

Indikator EB3 (tidak menyembunyikan cacat barang) juga memiliki skor yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat pebisnis UMKM yang tidak menjelaskan kekurangan dari produk yang dijualnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, hal yang menyebabkan pebisnis tidak menyembunyikan cacat barang adalah pebisnis merasa tidak perlu menjelaskan jika pembeli tidak bertanya tentang kekurangan produk yang dijual, selain itu sebagian pebisnis yang menjadi responden menjual produk yang secara umum telah dikenal baik oleh pembeli sehingga tidak perlu dijelaskan kekurangan dan kelebihan.

Indikator EB1 (jujur dalam menakar dan menimbang) juga memiliki skor yang rendah. Masih terdapat delapan orang atau 9% dari total responden memberikan pernyataan tidak setuju. Berdasarkan wawancara, hal ini disebabkan oleh tidak ada takaran yang tepat dalam menyajikan produk seperti produk makanan yang langsung disajikan, sehingga ukuran hanya diperkirakan saja jumlahnya tidak diukur secara tepat.

### Peran Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja UMKM

Pada penelitian ini terdapat 5 variabel laten, yaitu etika bisnis Islam (EB), perspektif finansial (PF), perspektif pelanggan (PP), perspektif bisnis internal (PB), dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran (PT). Masing-masing variabel laten memiliki beberapa variabel indikator (lihat Gambar 2).

Nilai dari *loading factor* menggambarkan besar pengaruh indikator ke variabel latennya. Indikator yang paling berpengaruh terhadap variabel etika bisnis Islam (EB) adalah membayar zakat mal (EB5) dengan nilai *loading factor* sebesar 0,765. Seperti firman Allah SWT: “Dan dialah

Tabel 1  
Hasil Analisis Inner Model

No.	Parameter	Rule of Thumb	Hasil Estimasi
1	R <sup>2</sup>	0,67 = kuat 0,33 = moderat 0,19 = lemah	PF = 0,723 PP = 0,779 PB = 0,539 PT = 0,448
2	Path Coefficients	Signifikan jika T-statistik > T-tabel  T-tabel untuk alpha 5% = 1,96	Nilai T-statistik EB → PF = 1,839 EB → PP = 8,582 EB → PB = 3,050 EB → PT = 10,711 PP → PF = 4,030 PB → PF = 0,595 PB → PP = 3,610 PT → PF = 1,768 PT → PP = 0,323 PT → PB = 3,404  Nilai Koefisien EB → PF = 0,242 EB → PP = 0,636 EB → PB = 0,389 EB → PT = 0,670 PP → PF = 0,471 PB → PF = 0,061 PB → PP = 0,299 PT → PF = 0,155 PT → PP = 0,025 PT → PB = 0,414

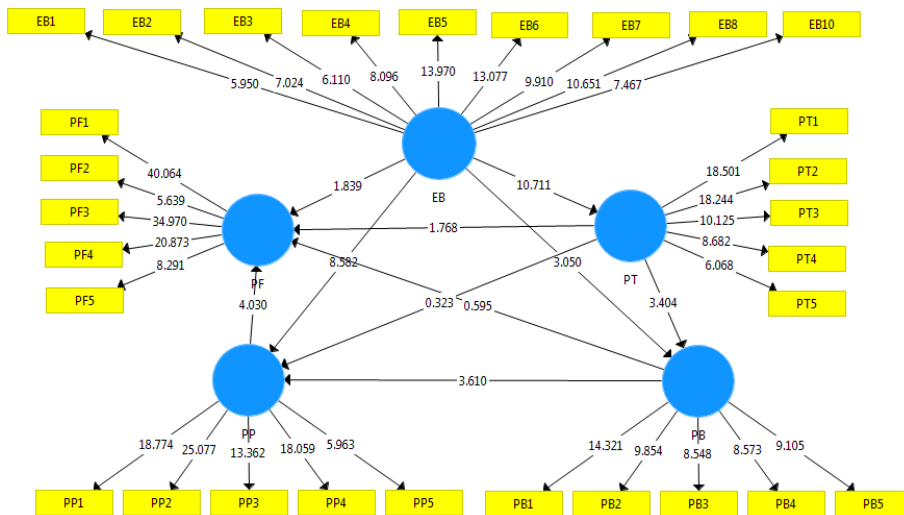
Sumber: Data Primer 2016 (diolah).

yang menjadikan kebun-kebun yang berjunjung dan tidak berjunjung, pohon korma, tanaman-tanaman yang bermacam-macam, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada faqir miskin), dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai yang berlebih-lebihan” (Q.S. Al-An'am: 141)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebagai seorang pebisnis yang memperoleh rezeki atas nikmat Allah SWT diperintahkan untuk tunaikan haknya di hari memetik hasilnya yaitu dengan membayar zakat atau sedekah ke fakir miskin. Membayar zakat merupakan kewajiban atas hasil usaha dan mempunyai kedudukan penting dalam Islam dengan banyaknya ayat yang menyandingkan perintah zakat dengan perintah shalat. Membayar zakat juga akan berdampak kepada perekonomian masyarakat. Zakat yang diterima akan meningkatkan pendapatan mustahik yang kemudian daya beli yang dimiliki juga meningkat. Ketika daya beli masyarakat meningkat, maka akan menguntungkan bagi para pebisnis karena produknya dapat terjual.

Nilai *loading factor* terbesar pada variabel kinerja perspektif finansial adalah indikator peningkatan jumlah keuntungan (PF1) yaitu sebesar 0,883. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah keuntungan paling berpengaruh untuk menentukan kemajuan finansial sebuah usaha.





Gambar 1  
Hasil Bootstrapping

Sumber: Data Primer 2016 (diolah).

Hal ini sesuai firman Allah SWT: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan banyak-banyaklah mengingat Allah supaya kamu beruntung” (Q.S. Al-Jumua: 10). Ayat ini menunjukkan bahwa manusia tidak hanya diperintahkan untuk beribadah, tetapi juga harus berusaha untuk memperoleh rezeki. Ayat tersebut juga menjelaskan bahwa sebelum bertebaran di muka bumi dalam mencari karunia Allah SWT hendaknya melaksanakan sholat terlebih dahulu. Hal tersebut dikarenakan sholat dapat mencegah perbuatan keji, sehingga dengan melaksanakan sholat sebelum berbisnis maka akan mencegah pelanggaran-pelanggaran etika yang menyimpang dari ajaran Islam.

Selanjutnya untuk variabel kinerja perspektif pelanggan, indikator yang paling berpengaruh yaitu peningkatan jumlah pelanggan (PP2) dengan nilai *loading factor* sebesar 0,827. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pelanggan memiliki andil yang cukup penting untuk meningkatkan kinerja suatu bisnis. Jumlah pelanggan dapat meningkat jika pelanggan merasa dilayani dengan baik, sebagaimana firman Allah SWT: “Maka disebabkan rahmat Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.” (Q.S. Ali-Imran: 159). Ayat tersebut dapat diartikan bahwa dalam bisnis, dianjurkan untuk bersikap santun agar jumlah pelanggan terus meningkat dan tidak menjauh.

Indikator yang memiliki nilai *loading factor* terbesar pada variabel kinerja perspektif bisnis internal adalah inovasi produk yang dijual (PB1) yaitu sebesar 0,726. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja suatu bisnis. Menurut Manurung (2010) inovasi mampu berperan sebagai mediasi antara orientasi strategi kinerja, kecocokan antara orientasi strategi dengan inovasi akan berdampak langsung kepada pencapaian kinerja bisnis. Rasulullah SAW bersabda: “Barang siapa melakukan hal baru yang baik maka ia mendapat pahalanya dan mendapat pula pahala orang lain yang mengerjakan

hal baru yang baik itu” (HR. Muslim). Hadits tersebut juga menunjukkan bahwa inovasi dianjurkan dalam Islam. Namun inovasi yang dilakukan harus inovasi yang baik dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Nilai *loading factor* terbesar untuk variabel kinerja perspektif pertumbuhan dan pembelajaran adalah melakukan pengelolaan SDM (PT1) yaitu sebesar 0,798. Hal ini menunjukkan bahwa melakukan pengelolaan SDM yang dilakukan oleh responden memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap peningkatan kinerja pertumbuhan dan pembelajaran. Seperti firman Allah SWT: “Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh”(Q.S. Al-Shaff: 4). Ayat tersebut menunjukkan bahwa Allah menyukai organisasi yang dikelola dengan baik. Organisasi yang memiliki pengelolaan baik, akan berdiri kokoh. Dalam sebuah usaha juga perlu diterapkan pengelolaan organisasi seperti pengelolaan SDM agar dapat berdiri kokoh dan memberikan dampak yang baik bagi kemajuan bisnis tersebut.

#### **Analisis Inner Model**

Parameter yang digunakan untuk analisis inner model yaitu  $R^2$  dan hasil estimasi path coefficients (T-value dan nilai koefisien). Parameter  $R^2$  digunakan untuk melihat pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Tabel 1 menunjukkan hasil  $R^2$  untuk variabel PP adalah 0,779. Hal ini menunjukkan bahwa variabel etika bisnis Islam dapat menjelaskan variabel kinerja perspektif pelanggan sebesar 77,9%, sedangkan 22,1% lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Hasil uji inner model diperoleh melalui metode bootstrapping. Nilai t-statistik yang diperoleh digunakan untuk mengukur signifikansi model penelitian. Dapat dilihat pada Gambar 3 bahwa semua indikator memiliki nilai di atas 1,96 yang artinya memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel latennya.

Besarnya pengaruh antar variabel laten dapat dilihat dari nilai koefisien tiap jalur. Nilai koefisien yang didapat menunjukkan bahwa jalur variabel EB dengan variabel PT memiliki nilai koefisien tertinggi yaitu 0,67. Hal ini menunjukkan bahwa ketika terjadi peningkatan etika bisnis Islam akan meningkatkan kinerja perspektif pertumbuhan dan pembelajaran sebesar 67%. Variabel EB juga berpengaruh positif terhadap PP dan PB masing-masing dengan nilai koefisien 0,636 dan 0,389. Variabel PT berpengaruh positif terhadap variabel PB sebesar 41,4 %. Variabel PB berpengaruh positif terhadap PP sebesar 29,9% dan PP berpengaruh positif terhadap PF sebesar 47,1%.

Hasil analisis menunjukkan bahwa etika bisnis Islam tidak berpengaruh langsung terhadap peningkatan kinerja perspektif keuangan. Namun, etika bisnis Islam mempengaruhi kinerja perspektif pelanggan, bisnis internal, dan pertumbuhan dan pembelajaran yang memiliki pengaruh terhadap kinerja perspektif finansial. Hal ini menunjukkan bahwa pembentukan kinerja finansial yang baik tidak dapat diperoleh secara instant, tetapi harus melalui proses. Proses yang dilakukan yaitu dimulai dengan penerapan etika bisnis Islam, pembentukan kinerja pertumbu-

---

han dan pembelajaran, kinerja bisnis internal, kinerja pelanggan, dan kemudian baru akan tercapai kinerja finansial.

JBB  
6, 2

## 5. SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN, DAN KETERBATASAN

Penerapan etika bisnis Islam UMKM pangan di Kota Bogor sudah baik dan secara keseluruhan menunjukkan kinerja bisnis yang baik. Berdasarkan hasil penelitian, indikator yang memiliki skor tertinggi untuk variabel etika bisnis Islam yaitu indikator tidak ada paksaan dalam berbisnis. Indikator dalam setiap variabel perspektif kinerja UMKM yang memiliki skor tertinggi antara lain: peningkatan aset yang dimiliki UMKM, hubungan baik dengan pelanggan, kegiatan operasional berjalan dengan baik, dan melakukan pengelolaan SDM.

Etika bisnis Islam mempengaruhi kinerja perspektif pelanggan, bisnis internal, dan pertumbuhan dan pembelajaran masing-masing sebesar 63,6%, 38,9%, dan 67%. Variabel pertumbuhan dan pembelajaran berpengaruh positif terhadap variabel bisnis internal sebesar 41,4 %, sedangkan variabel bisnis internal berpengaruh positif terhadap variabel pelanggan sebesar 29,9% dan variabel pelanggan berpengaruh positif terhadap variabel finansial sebesar 47,1%. Etika bisnis Islam tidak berpengaruh langsung terhadap peningkatan kinerja perspektif finansial. Namun demikian, etika bisnis Islam dapat mempengaruhi terbentuknya ketiga kinerja lainnya yang akan memengaruhi kinerja finansial.

Berdasarkan hasil penelitian, etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian hal ini dapat dijadikan masukan kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor dalam pengembangan atau peningkatan kinerja UMKM. Selanjutnya bagi pebisnis juga disarankan untuk dapat menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam aktivitas usahanya agar dapat meningkatkan kinerja usaha, mengurangi pelanggaran yang terjadi dan menumbuhkan keberkahan karena bebas dari hal-hal yang bertentangan dengan hukum Islam.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan sepuluh variabel indikator yang merefleksikan etika bisnis Islam. Bagi peneliti selanjutnya disarankan bisa menyempurnakan penelitian ini dengan lebih memperluas variabel yang merefleksikan etika bisnis Islam. Selain itu, masih terdapat banyak metode pengukuran kinerja selain menggunakan balanced scorecard, sehingga dapat dilakukan penelitian dengan metode pengukuran kinerja yang lain.

## DAFTAR RUJUKAN

- Arijanto A 2011, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ayyubi SE & Lubis D 2015, *Filosofi Ekonomi Syariah*, Bogor: IPB Press.
- [BPS] Badan Pusat Statistik, 2010, *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut*, <<http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321&wid=0>>, diunduh 29 Maret 2016.
- Beekun IR 1996, *Islamic Business Ethics*, Hendorn, International Institute of Islamic Thought.
- [DEPAG] Departemen Agama Republik Indonesia, 1995, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Yayasan Penterjemah Al-Qur'an, Semarang.
- [Dinas Koperasi dan UMKM], 2015, *Laporan Penyelenggaraan Pemerintah*

- han Daerah Kota Bogor, Bogor.
- Fauzia IY, 2013, *Etika Bisnis dalam Islam*, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Ghozali I & Latan H 2015, *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- JawaPos, 2015, *Gawat Ayam Tiren Pakan Lele Beredardi Bogor*, <<http://www.jawapos.com/read/2015/08/20/1256/gawat-ayam-tiren-pakan-lele-beredar-di-bogor>>, diunduh 30 Desember 2015.
- Kaplan RS & Norton DP 1996, *The Balanced Scorecard: Translating Strategi Into Action*, Cambridge: Harvard Bussiness School Press.
- [Kementrian Kesehatan], 2015, *Situasi Pangan Jajanan Anak Sekolah*, <<http://www.depkes.go.id/folder/view/01/structure-publikasi-pusdatin-info-datin.html>>, diunduh 8 Desember 2015.
- [Kementrian Koperasi dan UKM], 2013, *Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar Tahun 2012-2013*, <<http://kemenkop.go.id>>, diunduh 29 September 2015.
- Liputan6, 2014, *Ditemukan Ayam Tiren di Bogor*, <<http://m.liputan6.com/newa/read/2067897/ditemukan-ayam-tiren-di-bogor>>, diunduh 30 September 2015.
- Manurung L 2010, *Strategi dan Inovasi Model Bisnis Meningkatkan Kinerja Usaha*, Jakarta: PT Elexmedia Media Komputindo.
- Nandram SS 2009, *Business Spirituality The Inner Sense of Entrepreneurs, Nyenrode Research and Innovation Institue Working Paper Series*, <<http://www.nyenrode.nl>>, diunduh 29 September 2015.
- Pojoksatu, 2015, *Gila Boraks Dijual Bebas di Pasar Bogor*, <<http://pojoksatu.id/pojok-news/2015/03/21/gila-boraks-dijual-bebas-di-pasar-bogor/>>, diunduh 7 Oktober 2015.
- Puspitasari LL 2014, 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Persepsi Karyawan (Studi Kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)', Skripsi, Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Rafiki A & Wahab KA 2013, *Influences of Islamic Practices on Small Firm Performance: A Study in North Sumatera, Indonesia, EJBM Special Issues: Islamic Business and Management*, <<http://iiste.org/journals/index.php/EJBM/article/view/5425>>, diunduh 9 Desember 2015.
- Rivai V, Arfa FA & Nuruddin A 2012, *Islamic Business and Economic Ethics*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sulistyo H 2011, 'Peran Nilai-Nilai Religiusitas terhadap Kinerja Karyawan dalam Organisasi, Metode Riset Bisnis dan Manajemen', <<https://www.online.fe.trisakti.ac.id>>, diunduh 12 September 2015.
- Yenti E 2011, 'Pengaruh Pemahaman Nilai-Nilai Syariah terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Minang di Pasar Aur Kuning Bukittinggi', Tesis, Padang: Universitas Andalas.

**Koresponden Penulis**

Salahuddin El Ayyubi dapat dikontak pada e-mail: 22djibran@gmail.com.

Sausan Anggi Anggraini dapat dikontak pada e-mail: sausananggraini@gmail.com.