

Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Kreativitas Bisnis Serta Pengaruhnya Terhadap Keuntungan Pengusaha Konfeksi (Studi Sentra Industri Konfeksi Desa Tritunggal Babat Lamongan)

Ahmad Munir Hamid, Istna Farihah

Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan
munirhamid@unisda.ac.id, istnafariyah2@gmail.com

Received: 30th June 2023

Revised: 26th July

Accepted: 30th July 2023

Abstract

This study aims to determine the effect of Islamic business ethics and creativity on the profits of confectionery entrepreneurs simultaneously. This research uses quantitative methods. The research population was 157 confectionery entrepreneurs in Tritunggal, Babat, Lamongan village. The research sample was determined by the slovin formula so that 113 respondents were obtained. The sampling technique uses simple random sampling. The data collection technique used a questionnaire with 28 security items which were measured using a Likert scale of 1 to 5 and had been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis to answer the hypothesis. The results showed that the partial test of the Islamic business ethics variable had a significant effect on entrepreneur profits with $t_{count} 3,228 > t_{table} 1,659$ and a significant value of $0.002 < 0.05$. The creativity variable has a significant effect on business profits, showing $t_{count} 5,421 > t_{table} 1,659$ with a significant value of $0.000 < 0.05$. Then, the simultaneous test of the variables of Islamic business ethics and creativity has a significant effect on the profits of the confectionery entrepreneur, showing $F_{count} 62,081 > F_{table} 3,08$ with a significant value of $0.000 < 0.05$. The R Square result of 53,0% shows the influence of Islamic business ethics and creativity on businessmen's profits. Meanwhile, 47,0% is influenced by other variables outside the research

Keywords: *Islamic Business Ethics, Business Creativity, Entrepreneur*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam dan kreativitas terhadap keuntungan pengusaha konfeksi secara simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 157 pengusaha konfeksi di desa Tritunggal, Babat, Lamongan. Sampel penelitian ditentukan oleh rumus slovin sehingga diperoleh 113 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan 28 item pernyataan yang diukur menggunakan skala likert 1 sampai 5 dan telah diuji validitas dan realibilitas. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda untuk menjawab hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan dari uji parsial variabel etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap keuntungan pengusaha dengan $t_{hitung} 3,228 > t_{tabel} 1,659$ dan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Dari variabel kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keuntungan pengusaha menunjukkan $t_{hitung} 5,421 > t_{tabel} 1,659$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Kemudian, Uji simultan variabel etika bisnis Islam dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keuntungan pengusaha konfeksi menunjukkan $F_{hitung} 62,081 > F_{tabel} 3,08$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil R Square sebesar 53,0% menunjukkan pengaruh etika bisnis Islam dan kreativitas terhadap keuntungan pengusaha. Sedangkan 47,0% dipengaruhi variabel lainnya di luar penelitian.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Kreativitas Bisnis, Entrepreneur*

Pendahuluan

Bisnis adalah kegiatan usaha yang dilakukan manusia untuk mencari nafkah yang penerapannya tidak melupakan etika. Etika dalam bisnis Islam merupakan suatu konsep yang terkadang dilupakan oleh pelaku bisnis muslim. Sebab dalam menjalankan bisnis, etika merupakan perwujudan dari nilai-nilai moral yang tertanam dalam diri seseorang.¹ Kemudian, bisnis merupakan suatu usaha yang dijalankan oleh manusia dengan harapan mendapatkan keuntungan. Dengan keuntungan, setiap bisnis yang dilakukan memiliki tujuan yang mulia yaitu meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan ekonomi secara umum.²

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan salah satu pihak yang melakukan usaha bisnis. Salah satu usaha UMKM yang banyak dijalankan oleh masyarakat adalah konfeksi. Industri konfeksi adalah usaha yang memproduksi kain atau pakaian sendiri dan dikerjakan di rumah. Jenis industri yang diproduksi yaitu baju, celana, jilbab, batik-batik, bordir, sulaman dan lain-lainya. Dengan membangun sebuah kewirausahaan desa diharapkan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.³ Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan jumlah usaha konfeksi di Lamongan sebanyak 526 atau 2.951%.⁴ Di Kecamatan Babat tepatnya di desa Tritunggal yang menjadi sentra industri konfeksi kini ada 157 *home* industri yang memiliki omzet ratusan juta dan sedikitnya bisa menghasilkan keuntungan 5 juta perbulan.

Dalam etika bisnis Islam mengutamakan kemaslahatan semua pihak yang terlibat, dari produsen hingga konsumen harus ada keterbukaan dalam hal perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Dengan permasalahan dalam usaha konfeksi yaitu model baju tidak sesuai dengan keinginan pelanggan, jahitan tidak rapih, keterlambatan waktu yang telah ditentukan sejak awal. Maka, ada pihak yang akan dirugikan yaitu konsumen dan sebaliknya produsen juga akan mengalami kerugian apabila terjadi keterlambatan pembayaran, sehingga akan menyebabkan kemacetan dalam hal pemutaran modal untuk alokasi produksi selanjutnya.

Minat pelanggan dipengaruhi oleh produk yang dimiliki oleh konfeksi, dan penetapan harga yang dapat meningkatkan keinginan pelanggan untuk memberikan loyalitasnya pada konfeksi tersebut. Keberhasilan bisnis ditentukan oleh kualitas barang yang dibuat dan layanan yang diberikan kepada konsumen terutama dalam hal etika dan kreativitas karena itulah yang dapat menambah nilai.

¹ Iwan Aprianto, dkk., *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 4.

² Iwan Aprianto, *Op. Cit*, 5.

³ Putri Eka Wardani, dkk., *Sistem Sosial, Solidaritas dan Pemberdayaan Masyarakat*, (Kudus: Guepedia, 2021), 17.

⁴ Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lamongan, dalam <https://lamongankab.go.id/disperindag> diakses tanggal 17 maret 2023.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan membahas tentang penerapan etika bisnis Islam dan kreativitas bisnis serta pengaruhnya terhadap keuntungan pengusaha di bidang konfeksi.

Tinjauan Pustaka Etika Bisnis Islam

Secara etimologi, etika berasal dari kata “*ethos*” dalam bahasa Yunani artinya adat atau watak kesusilaan.⁵ Secara umum, etika didefinisikan sebagai upaya sistematis untuk memahami pengalaman individu dan masyarakat yang secara sedemikian rupa sehingga menetapkan aturan-aturan yang harus menjadi pedoman tingkah laku manusia, nilai-nilai dan sifat-sifat yang harus dikembangkan dalam kehidupan.⁶

Menurut istilah bahasa Inggris, kata bisnis yaitu *business* bermakna kesibukan.⁷ Jadi, bisnis yaitu seseorang yang melakukan aktivitas dan dapat memberikan keuntungan.⁸ Sedangkan, bisnis dalam bahasa Arab yaitu al-tijarah yang berawal dari kata *tajara*, *tajran* wa *tija-ratan* bermakna berniaga atau berdagang.⁹ Jadi, bisnis syariah yaitu bisnis yang dalam pelaksanaannya memperhatikan segala bentuk larangan yang diharamkan dalam syariat Islam dan menjalankannya sesuai prinsip syariah dengan mengharapkan keridloan dan keberkahan kepada Allah SWT.¹⁰

Berdasarkan beberapa definisi di atas, etika bisnis Islam adalah penerapan akhlak atau perilaku dalam menjalankan kegiatan bisnis untuk mencari keuntungan, tapi tidak keluar dari akhlak atau perilaku dan moral ajaran Islam dalam menjalankan kegiatan bisnis.¹¹

Ada beberapa prinsip dalam etika bisnis Islam yang harus selalu dipegang oleh setiap pelaku bisnis, yaitu:

1. Prinsip kesatuan/tauhid/keesaan, yang merupakan dijadikan sebagai pondasi utama dalam setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan aktivitas kehidupannya.¹²

⁵ Munawir Nasir, *Etika dan Komunikasi dalam Bisnis: Tinjauan Al-Qur'an, Filsafat dan Teoritis*, (Makasar: CV. Social Politic Genius (SIGn), 2020), 27.

⁶ *Idem.*, 30.

⁷ Chintya Ones Charli, dkk. *Pengantar Bisnis*, (Solok: CV. Mitra Cendekia Media, 2023), 1.

⁸ *Idem.*, 2.

⁹ Muhammad Iqbal Fasa, *Eksistensi Bisnis Islami di Era Revolusi Industri 4.0*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020), 121.

¹⁰ Eny Latifah, *Pengantar Bisnis Islam*, (Grobongan: CV. Sarnu Untung, 2020), 2.

¹¹ Iwan Aprianto, *Op.Cit*, 7.

¹² Muh. Arafah, *Op.Cit*, 16.

2. Prinsip keseimbangan, bisnis harus dilakukan secara adil dan proposional, mengedepankan keharmonisan dan keselarasan agar tidak ada dampak negatif terhadap berbagai kepentingan.¹³
3. Kehendak bebas, yang mengarahkan pada kerja sama, meskipun ada persaingan dalam usaha, namun persaingan dalam berbuat kebaikan dan menepati kontrak kerja sama bisnis atau kontrak kerja dengan pekerja dengan baik.¹⁴
4. Tanggung jawab, setiap kebebasan yang terjadi tanpa ada batasan, tentu membutuhkan adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk mencapai keadilan, kebenaran dan kehendak bebas. Sehingga perlu pertanggungjawaban atas tindakannya.
5. Kebenaran atau kebajikan, dalam etika bisnis Islam dapat menjaga terhadap kemungkinan terjadinya kerugian dari salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian.¹⁵

Berdasarkan uraian di atas terkait pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap keuntungan pengusaha konfeksi di desa Tritunggal, Babat, Lamongan, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

h_1 : Etika bisnis Islam diduga terdapat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keuntungan pengusaha di desa Tritunggal.

Kreativitas

Kata “kreatif” berarti menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lain atau menghubungkan hal-hal yang sebelumnya tidak berhubungan, namun tidak semua pengusaha adalah wirausahawan. Kreativitas merupakan suatu kemampuan untuk merancang, membuat, membentuk atau melakukan sesuatu dengan cara yang baru atau berbeda.

Semakin dewasa seseorang, kreativitas seakan-akan telah dikotak-kotakkan dan hal ini menyebabkan hambatan bagi seseorang untuk berpikir kreatif. Hambatan tersebut dapat disebabkan oleh banyak hal dan faktor, seperti hambatan yang dibuat oleh diri sendiri. Hal ini disebabkan adanya pengaruh budaya dan pendidikan. Hambatan lainnya yaitu tidak berusaha untuk tidak menerima keadaan, hambatan lainnya yaitu hambatan yang paling banyak ditemukan adanya rasa takut dianggap aneh atau bodoh. Hambatan tersebut hendaknya dihilangkan karena kreativitas dalam berwirausaha ini sangat dibutuhkan dan jangan sampai

¹³ Muh. Arafah, *Op.Cit*, 17.

¹⁴ Muh. Arafah, *Op.Cit*, 19.

¹⁵ Muh. Arafah, *Op.Cit*, 22.

hambatan tersebut menjadi sebuah permasalahan yang dapat membuat ide kreatif menjadi tidak berkembang.¹⁶

Indikator yang digunakan dalam kreativitas, yaitu keterbukaan terhadap pengalaman, terbuka terhadap fenomena yang belum jelas, kepercayaan terhadap diri sendiri, memiliki ide-ide yang luas, dan ketersediaan untuk mengambil resiko yang diperhitungkan (Yusriati, 2014: 3).¹⁷ Penjelasan sebagai berikut:

1. Keterbukaan terhadap pengalaman, akan lebih siap untuk menghadapi segala tantangan, peluang dan perubahan sosial yang sedang terjadi.¹⁸
2. Terbuka terhadap fenomena yang belum jelas, keberhasilan seorang wirausaha terletak pada kesediaan untuk mengetahui kebutuhan orang dengan melakukan pengamatan dan memperhatikan orang di lingkungan tempat ia berada dan berusaha untuk memenuhinya.¹⁹
3. Kepercayaan terhadap diri sendiri, dalam praktiknya sikap dan kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan untuk memulai, melakukan dan menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan yang dihadapi.²⁰
4. Memiliki ide-ide yang luas, yang berasal dari wirausahawan mampu menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan riil di pasar. Ide-ide tersebut dapat menciptakan nilai potensial di pasar, sekaligus menjadi peluang usaha.²¹
5. Ketersediaan untuk mengambil risiko yang diperhitungkan, sehingga wirausahawan dalam menjalankan bisnis dapat memanfaatkan peluang yang dengan pengalamannya, pengetahuan dan latar belakang.²²

Berdasarkan uraian di atas terkait pengaruh penerapan kreativitas terhadap keuntungan pengusaha konfeksi di desa Tritunggal, Babat, Lamongan, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

h_2 : Kreativitas diduga terdapat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keuntungan pengusaha di desa Tritunggal.

¹⁶ *Idem.*, 15.

¹⁷ Devi Faradiska dan Rinda Asytuti, "Penerapan Etika Bisnis Islam, Religiusitas, dan Kreativitas Terhadap Keuntungan Pengusaha Konfeksi dalam Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam *SERAMBI*, Vol. 1, No. 3 desember (Jakarta: Imperium, 2019), 85.

¹⁸ Muhammad Anwar H.M, *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2014), 21.

¹⁹ Acai Sudirman, dkk. *Kewirausahaan*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), 48.

²⁰ Tutang dan Ari Qura'nia, *Kewirausahaan dan Etika Profesi: Kiat Sukses Menjadi Seorang Pengusaha*, Kewirausahaan, (Jakarta: Datakom Litas Buana (DATAKOM), 2021), 27.

²¹ Alexander Thian, *Entrepreneurship For Start-Up Business*, (Yogyakarta: Andi, 2022), 86.

²² *Idem.*, 9.

Keuntungan Pengusaha

Penetapan harga merupakan pemasangan nilai yang ditetapkan untuk suatu barang yang akan dijual secara adil dan tidak menjerumuskan pembeli. Dalam hal ini, harga harus ditentukan sesuai dengan tuntunan ajaran Islam, harus sesuai dengan harga umum.²³ Secara adil, harga harus mencerminkan manfaat, yaitu bagi penjual memperoleh keuntungan yang normal dan bagi pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang telah dibayarkannya.

Keuntungan yaitu perbedaan antara penghasilan yang diterima untuk seorang pengusaha atas penjualan barang dan jasa, serta biaya yang telah dikeluarkan dalam memproduksi barang dan jasa tersebut. Tidak ada standarisasi keuntungan tertentu yang mengikat bagi para pedagang dalam melakukan transaksi jual beli. Hal ini dibiarkan sesuai dengan kondisi dunia usaha secara umum, kondisi komoditi barang dagangan serta kondisi pedagang, namun kode etik tetap harus diperhatikan sesuai yang disyariatkan dalam Islam.²⁴

Dasar-dasar pengukuran keuntungan dalam Islam adalah sebagai berikut:

1. *Taqlib* dan *Mukhatarah* (interaksi dan risiko), keuntungan merupakan hasil dari perputaran modal melalui transaksi jual dan beli. Sehingga, akan menimbulkan risiko pengurangan modal dalam suatu putaran dan penambahan pada putaran lain.
2. *al-Muqabalah*, merupakan membandingkan pendapatan dengan biaya yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan.
3. Keuntungan modal pokok, merupakan laba yang tidak tercapai, kecuali setelah seutuhnya modal pokok dari kemampuan ekonomi yang sebagai alat penukar barang yang dimiliki dari sejak awal aktivitas ekonomi.
4. Keuntungan dari produksi, yaitu memproduksi dan menjual pergantian barang menjadi uang, pergantian uang menjadi dan seterusnya, sehingga barang belum terjual pada akhir tahun yang mencangkup pertambahan dengan menunjukkan perbedaan dari harga pertama dan nilai harga yang sedang berlaku.
5. Perhitungan nilai barang diakhir tahun, tujuan untuk penghitungan atau menyiapkan neraca keuangan berdasarkan pada nilai penjualan yang berlaku pada akhir tahun itu, dan dilengkapi daftar biaya pembelian dan pendistribuan.²⁵

²³ Jamin, "Analisis Hukum Islam Terhadap Keuntungan dalam Jual Beli (Telaah Kritis Sirkulasi Ekonomi dalam Transaksi Penjualan)", dalam Jurnal Ilmu Ekonomi Islam LABATILA, Vol. 2, No. 1 Juni (Kebumen: LABATILA, 2018), 99.

²⁴ *Idem.*, 100.

²⁵ Isnaini Harahap, dk., *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Media, 2017), 104.

Indikator yang dapat mempengaruhi keuntungan meliputi tingkat kedatangan pelanggan, pertumbuhan laba bersih, waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha.²⁶ Penjelasannya sebagai berikut:

- a. Tingkat kedatangan pelanggan, sebab kualitas pelayanan dan citra baik yang dimiliki oleh konsumen terhadap toko dapat menyebabkan penilaian konsumen tentang keberadaan toko tersebut.²⁷
- b. Pertumbuhan laba bersih, yang dihitung dari hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan.²⁸
- c. Waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha, semakin lama masa perputaran dan semakin tinggi tingkat risiko, semakin tinggi standar keuntungan yang diharapkan oleh pedagang atau pengusaha.²⁹
- d. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dengan adanya suatu bisnis tentunya membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat, baik masyarakat yang terlibat langsung maupun masyarakat yang tinggal di lokasi usaha. Sehingga memberikan penghasilan bagi masyarakat yang bekerja dalam bisnis tersebut.³⁰

Berdasarkan uraian di atas terkait pengaruh penerapan etika bisnis Islam dan kreativitas terhadap keuntungan pengusaha konfeksi di desa Tritunggal, Babat, Lamongan, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

h_3 : Etika bisnis Islam dan kreativitas diduga terdapat berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keuntungan pengusaha di desa Tritunggal.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu jenis penelitian yang terencana, sistematis dan terstruktur dengan jelas, dari awal sampai pembuatan desain penelitiannya.³¹ Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggunaan kuesioner atau angket dan observasi pada

²⁶ Devi Faradiska dan Rinda Asytuti, *Op.Cit.*, 86.

²⁷ Astrid Puspaningrum, *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Kajian Perilaku Pelanggan Hypermart* (Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021), 7.

²⁸ Windari Novika dan Tutik Siswanti, "Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur- Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2017-2019)" dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi JIMA*, Vol. 2, No. 21 Januari (Jakarta: JIMA, 2022), 47.

²⁹ Jamin, *Op.Cit.*, 110.

³⁰ Iwan Aprianto, dkk. *Op.Cit.*, 107.

³¹ Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 17.

lokasi penelitian. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear berganda dan uji hipotesis.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%, maka dikatakan valid maupun sebaliknya. Dalam penelitian ini dilakukan uji signifikansi untuk membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n - 2, nilai df = 113 - 2 = 111 dengan nilai signifikan 0,05 maka nilai yang dihasilkan $r_{tabel} = 0,1848$ dibulatkan menjadi 0,185. Hasil analisis dari uji validitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

a. Variabel Etika Bisnis Islam

Tabel 1. Uji Validitas Etika Bisnis Islam (X1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,659	0,185	Valid
X1.2	0,428	0,185	Valid
X1.3	0,638	0,185	Valid
X1.4	0,578	0,185	Valid
X1.5	0,708	0,185	Valid
X1.6	0,703	0,185	Valid
X1.7	0,589	0,185	Valid
X1.8	0,725	0,185	Valid
X1.9	0,362	0,185	Valid
X1.10	0,345	0,185	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Berdasarkan pada tabel 1. di atas dapat disimpulkan bahwa 10 butir pernyataan dalam variabel etika bisnis Islam (X_1) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sebesar 0,185, maka semua pernyataan merupakan valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini dan dapat dipergunakan pada tahap selanjutnya.

b. Variabel Kreativitas

Tabel 2. Uji Validitas Kreativitas (X2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,620	0,185	Valid
X2.2	0,579	0,185	Valid
X2.3	0,714	0,185	Valid
X2.4	0,706	0,185	Valid
X2.5	0,651	0,185	Valid
X2.6	0,673	0,185	Valid
X2.7	0,733	0,185	Valid

X2.8	0,429	0,185	Valid
X2.9	0,478	0,185	Valid
X2.10	0,576	0,185	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Berdasarkan pada tabel 2. di atas dapat disimpulkan bahwa 10 butir pernyataan dalam variabel kreativitas (X_2) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sebesar 0,185, maka semua pernyataan merupakan valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini dan dapat dipergunakan pada tahap selanjutnya.

c. Variabel Keuntungan Pengusaha

Tabel Uji 3. Validitas Keuntungan Pengusaha (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,638	0,185	Valid
Y.2	0,648	0,185	Valid
Y.3	0,670	0,185	Valid
Y.4	0,572	0,185	Valid
Y.5	0,538	0,185	Valid
Y.6	0,573	0,185	Valid
Y.7	0,403	0,185	Valid
Y.8	0,406	0,185	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Berdasarkan pada tabel 3. di atas dapat disimpulkan bahwa 8 butir pernyataan dalam variabel keuntungan pengusaha (Y) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sebesar 0,185, maka semua pernyataan merupakan valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini dan dapat dipergunakan pada tahap selanjutnya

Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk menguji suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan tersebut tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu atau konsisten. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,6. Hasil analisis dari uji realibilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Reabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Etika bisnis Islam	0,775	Realibel
2	Kreativitas	0,822	Realibel
3	Keuntungan pengusaha	0,689	Realibel

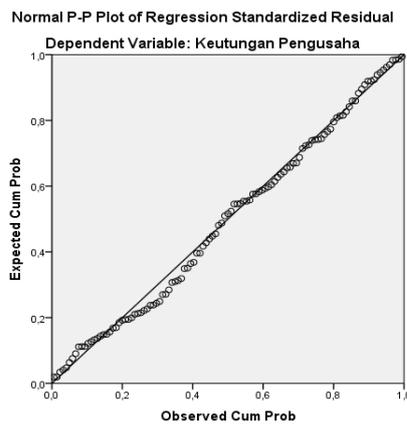
Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Berdasarkan pada tabel 4. di atas dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* etika bisnis Islam (X_1), kreativitas (X_2) dan keuntungan pengusaha (Y) > 0,6 maka dapat dikatakan reliabel, sehingga dapat dipergunakan pada tahap selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dalam penelitian ini untuk mengukur normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan 2 metode yaitu mengamati grafik *normal probability plot* dikatakan normal jika data plotting (titik-titik) mengikuti garis diagonal dan mengamati uji *Kolmogorof-Smirnov* dengan nilai signifikan $> 0,05$ sehingga dapat dikatakan data berdistribusi normal dan sebaliknya.



Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Gambar 1. Uji Normalitas dengan Grafik Normal P-P Plot

Hasil dari grafik *normal P-P Plot*, terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, sehingga dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 5. Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		113
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,96897341
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,062
	Negative	-,039
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Berdasarkan pada tabel 5. menunjukkan bahwa *Kolmogorov Smirnov* dengan nilai signifikan (*asympt. Sig. (2-tailed)*) yaitu sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga dapat menunjukkan berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk munguji ada atau tidaknya model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel independen dan variabel dependen. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen yaitu apabila nilai *tolreance* $> 0,1$ atau *VIF (Variance Inflation Factor)* < 10 .

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Etika Bisnis Islam	,517	1,936
	Kreativitas	,517	1,936

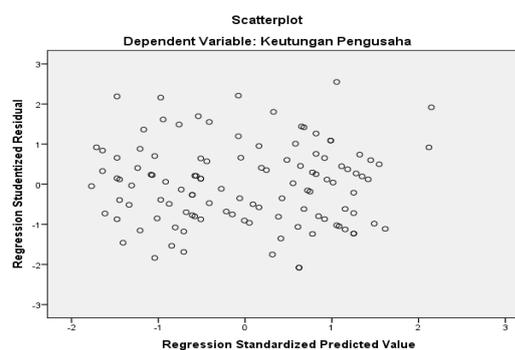
a. Dependent Variable: Keuntungan Pengusaha

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Berdasarkan pada tabel 6. menunjukkan bahwa nilai *tolerance* sebesar 0,517 dan nilai *VIF* sebesar 1,936, sehingga nilai *tolerance* $0,517 > 0,1$ dan nilai *VIF* $1,936 < 10$, maka dapat disimpulkan tidak mengalami gejala multikolinieritas

Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual antara satu pengamat ke pengamatan lain. Model regresi yang baik yaitu jika tidak terjadi gangguan heteroskedastitas.



Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Gambar 2. Uji Heteroskedastitas

Berdasarkan pada gambar 2. di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastitas

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh 2 variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 7. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,051	2,060		4,393	,000
	Etika Bisnis Islam	,205	,064	,294	3,228	,002
	Kreativitas	,351	,065	,493	5,421	,000

a. Dependent Variable: Keuntungan Pengusaha

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Berdasarkan pada tabel 7. di atas pada *unstandardized coefficients* (B) dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y = 9,051 + 0,205 + 0,351$$

Dari persamaan model regresi linear berganda di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (*a*) memiliki nilai positif sebesar 9,051 yang menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel etika bisnis Islam (X_1), kreativitas (X_2) sehingga keuntungan pengusaha (Y) sebesar 9,051.
- Koefisien regresi linear untuk variabel etika bisnis Islam (X_1) yaitu sebesar 0,205. Jika variabel etika bisnis Islam (X_1) dinaikkan sebesar satu satuan, sehingga variabel keuntungan pengusaha (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,205.
- Koefisien regresi linear untuk variabel kreativitas (X_2) yaitu sebesar 0,351. Jika variabel kreativitas (X_2) dinaikkan sebesar satu satuan, sehingga variabel keuntungan pengusaha (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,351.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X_1 , X_2) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial (sendiri-sendiri). Uji parsial (uji t) dilakukan dengan cara membandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $< 0,05$ atau 5%, maka menunjukkan H_1 dan H_2 diterima.

Tabel 8. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,051	2,060		4,393	,000
	Etika Bisnis Islam	,205	,064	,294	3,228	,002
	Kreativitas	,351	,065	,493	5,421	,000

a. Dependent Variable: Keuntungan Pengusaha

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Selanjutnya menentukan nilai t_{tabel} dari rumus *degree of freedom* (df) yaitu $df = n - k$ dimana n adalah banyaknya sampel dan k adalah banyaknya variabel yang diteliti. Jadi nilai t_{tabel} diperoleh dari $df = n - k = 113 - 3 = 110$ nilai t_{tabel} 1.65882 dibulatkan menjadi 1,659.

- Variabel etika bisnis Islam (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} 3,228 > t_{tabel} 1,659 dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$, sehingga hipotesis (h_1) yang menyatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keuntungan pengusaha (Y) konfeksi di desa Tritunggal diterima.
- Variabel kreativitas (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} 5,421 > t_{tabel} 1,659 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis (h_2) yang menyatakan bahwa penerapan kreativitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keuntungan pengusaha (Y) konfeksi di desa Tritunggal diterima.

Uji Simultan (Uji f)

Uji simultan (uji f) dilakukan untuk mengetahui variabel independen (X_1, X_2) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen (Y). Jika, taraf signifikansi < 0,05 atau 5% atau jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka bisa dikatakan signifikan atau diterima.

Tabel 9. Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	490,111	2	245,055	62,081	,000 ^b
	Residual	434,208	110	3,947		
	Total	924,319	112			

a. Dependent Variable: Keuntungan Pengusaha
b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Etika Bisnis Islam

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Dalam tabel 9. terdapat *degree of freedom* (df) jadi $df = n - k$ dimana n adalah banyaknya sampel dan k adalah banyaknya variabel, maka $df = n - k = 113 - 3 = 110$, jadi nilai dari F_{tabel} adalah 3,08. Berdasarkan pada tabel dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} 62,081 > F_{tabel} 3,08 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis yang menyatakan

etika bisnis Islam (X_1) dan kreativitas (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap keuntungan pengusaha (Y) diterima atau H_3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini merupakan hasil uji *R Square* :

Tabel 10. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,728 ^a	,530	,522	1,987
a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Etika Bisnis Islam				
b. Dependent Variable: Keuntungan Pengusaha				

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Berdasarkan pada tabel 10. di atas dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,530 maka pengaruh yang diberikan oleh etika bisnis Islam dan kreativitas (variabel independent) terhadap keuntungan pengusaha (variabel dependent) adalah sebesar 0,530 atau 53,0%, sedangkan sisanya 0,470 atau 47,0% yang dipengaruhi variabel lainnya diluar penelitian.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diuraikan untuk menguji penerapan etika bisnis Islam dan kreativitas terhadap keuntungan pengusaha konfeksi di desa Tritunggal, Babat, Lamongan. Menunjukkan bahwa dari uji parsial variabel etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keuntungan pengusaha dengan $t_{hitung} 3,228 > t_{tabel} 1,659$ dan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Dari variabel kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan pengusaha menunjukkan $t_{hitung} 5,421 > t_{tabel} 1,659$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Kemudian, Uji simultan variabel etika bisnis Islam dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keuntungan pengusaha konfeksi menunjukkan $F_{hitung} 62,081 > F_{tabel} 3,08$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Diharapkan para pengusaha konfeksi di desa Tritunggal menerapkan etika bisnis Islam. Karena hal ini dapat mendorong konsumen untuk menggunakan jasa konfeksi kembali, sehingga dapat menambah keuntungan pada usaha konfeksi tersebut. Diharapkan para pengusaha konfeksi di desa Tritunggal menerapkan dan meningkatkan kemampuan kreativitas, dengan melakukan inovasi dalam hal desain produk. Sehingga, dapat menarik konsumen dan usaha konfeksi bisa terus berkembang. Bagi peneliti lain, penulis menyarankan untuk

menambahkan variabel independen selain etika bisnis Islam dan kreativitas yang mempengaruhi variabel dependen keuntungan usaha.

Daftar Rujukan

- Aprianto, Iwan dkk. 2020. *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Charli, Chintya Ones dkk. 2023. *Pengantar Bisnis*. Solok: CV. Mitra Cendekia Media.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lamongan, dalam <https://lamongankab.go.id/disperindag> diakses tanggal 17 maret 2023.
- Faradiska, Devi dan Rinda Asytuti. 2019. "Penerapan Etika Bisnis Islam, Religiusitas, dan Kreativitas Terhadap Keuntungan Pengusaha Konfeksi" dalam Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam *SERAMBI*, Vol. 1, No. 3 desember. Jakarta: Imperium.
- Fasa, Muhammad Iqbal. 2020. *Eksistensi Bisnis Islami di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Harahap, Isnaini dkk. 2017. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media.
- H.M, Muhammad Anwar. 2014. *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- Jamin. 2018. "Analisis Hukum Islam Terhadap Keuntungan dalam Jual Beli (Telaah Kritis Sirkulasi Ekonomi dalam Transaksi Penjualan)", dalam Jurnal Ilmu Ekonomi Islam *LABATILA*, Vol. 2, No. 1 Juni. Kebumen: LABATILA.
- Latifah, Eny. 2020. *Pengantar Bisnis Islam*. Grobongan: CV. Sarnu Untung.
- Nasir, Munawir. 2020. *Etika dan Komunikasi dalam Bisnis: Tinjauan Al-Qur'an, Filsafat dan Teoritis*. Makasar: CV. Social Politic Genius (SIGn).
- Novika, Windari dan Tutik Siswanti. 2022. "Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur- Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2017-2019)" dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi JIMA, Vol. 2, No. 21 Januari. Jakarta: JIMA.
- Puspaningrum, Astrid. 2021. *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Kajian Perilaku Pelanggan Hypermart*. Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Siyoto, Sandu dan Muhammad Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudirman, Acai dkk. 2022. *Kewirausahaan*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Thian, Alexander. 2022. *Entrepreneurship For Start-Up Business*. Yogyakarta: Andi.

Tutang dan Ari Qura'nia. 2021. *Kewirausahaan dan Etika Profesi: Kiat Sukses Menjadi Seorang Pengusaha*, Kewirausahaan. Jakarta: Datakom Litas Buana (DATAKOM).

Wardani, Putri Eka dkk. 2021. *Sistem Sosial, Solidaritas dan Pemberdayaan Masyarakat*. Kudus: Guepedia.