

Pengaruh Etika Bisnis dan Lingkungan Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis Pedagang Muslim Pasar Rahmat Kota Samarinda

Adinda Rahmadita¹, Zainal Ilmi², Maryam Nadir³

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda

Abstrak

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis terhadap kinerja bisnis pedagang muslim Pasar Rahmat Kota Samarinda dan untuk mengetahui pengaruh lingkungan bisnis terhadap kinerja bisnis pedagang muslim Pasar Rahmat Kota Samarinda. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu pengolahan data SPSS 25. Pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan jumlah sample dalam penelitian ini terdiri dari 48 responden yang merupakan pedagang muslim yang sesuai dengan kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel etika bisnis (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis pedagang muslim Pasar Rahmat Kota Samarinda; Variabel lingkungan bisnis (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis pedagang muslim Pasar Rahmat Kota Samarinda.

Kata kunci: Etika bisnis; lingkungan bisnis; Kinerja bisnis

Abstract

The purpose of this study aims to determine the effect of business ethics on the business performance of Muslim traders in Pasar Rahmat, Samarinda City and to determine the effect of the business environment on the business performance of Muslim traders in Pasar Rahmat, Samarinda City. The methodology used in this study is multiple linear regression using data processing tools SPSS 25. Data collection using a questionnaire with a sample size in this study consisted of 48 respondents who are Muslim traders who fit the criteria. The results showed that the business ethics variable (X1) had a significant effect on the business performance of Muslim traders in Pasar Rahmat, Samarinda City; The business environment variable (X1) has a significant effect on the business performance of Muslim traders in Pasar Rahmat, Samarinda City.

Keywords: Business ethics; Business environment; Business performance

Copyright © 2022 Adinda Rahmadita, Zainal Ilmi, Maryam Nadir

✉ Corresponding Author

Email Address: rahmaditadinda21@gmail.com

DOI: -

PENDAHULUAN

Berdagang atau jual beli merupakan salah satu pekerjaan bisnis. Berdagang juga dilakukan Rasulullah SAW sejak beliau masih kecil. Aktivitas berdagang dalam konsep islam tidak semata-mata hanya mencari keuntungan saja, akan tetapi juga mencari keuntungan non materi yang bermanfaat untuk kemaslahatan. Berdagang atau jual beli merupakan salah satu pekerjaan bisnis. Berdagang juga dilakukan Rasulullah SAW sejak beliau masih kecil. Aktivitas berdagang dalam konsep islam tidak semata-mata hanya mencari keuntungan saja, akan tetapi juga mencari keuntungan non materi yang bermanfaat untuk kemaslahatan.

Terdapat beberapa hadits dalam masalah berdagang yang menyebutkan keutamaannya dan juga menyebutkan bagaimana adab-adabnya sebagaimana disebutkan dalam sebuah hadits yang dikeluarkan oleh Al-Ashbahani (2018;243) diriwayatkan. Dari Mu'az bin Jabal, bahwa Rasulullah saw bersabda, "Sesungguhnya sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan yang apabila mereka berbicara tidak berdusta, jika berjanji tidak menyalahi, jika dipercaya tidak khianat, jika membeli tidak mencela produk, jika menjual tidak memuji-muji barang dagangan, jika berhutang tidak melambatkan pembayaran, jika memiliki piutang tidak mempersulit" (H.R.Baihaqi dan dikeluarkan oleh As-Ashbahani).

Dalam kegiatan bisnis atau berdagang banyak dijumpai pelaku yang melakukan bisnis bersikap tidak bermoral yang berimbas merugikan orang lain. Dengan tujuan untuk memenangkan persaingan dan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Banyak pelaku bisnis yang mempresepsikan bisnis adalah bisnis, dikarenakan itulah kegiatan bisnis dianggap netral. Dengan demikian, pelaku bisnis bebas berlaku semaunya. Untuk mendapatkan keuntungan yang besar, mempromosikan secara berlebihan, menjatuhkan pedagang lain dan berlaku curang.

Etika bisnis islam adalah etika yang mencontoh atau mempraktekkan apa yang dilakukan nabi Muhammad SAW saat beliau berniaga. Yang kita contoh adalah bagaimana perilaku beliau yang berkaitan dengan berjalannya suatu usaha atau bisnis berdasarkan prinsip-prinsip atau moralitas Islam. Dalam etika bisnis 4 islam ada beberapa indikator-indikator namun penulis hanya memakai indikator-indikator yang berkaitan dengan kinerja. Kemungkinan gagal dalam bisnis adalah ancaman yang selalu ada bagi pengusaha, tidak ada jaminan kesuksesan. Tak seorangpun yang ingin gagal, tetapi selalu ada kemungkinan bagi orang yang memulai suatu bisnis selain kesuksesan seseorang dapat mengalami kegagalan. Untuk menilai kesuksesan atau kegagalan seseorang dapat ditelusuri dari kinerja mereka. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kinerja diantaranya faktor lingkungan bisnis eksternal seperti pelanggan, pemasok, pesaing dan kebijakan pemerintah. Lingkungan bisnis eksternal merupakan lingkungan yang berada di luar organisasi, namun perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan bisnis.

Pasar Rahmat Kota Samarinda adalah salah satu pasar yang memiliki pedagang muslim terbesar. Dari 387 pedagang Pasar Rahmat maka 298 pedagang yang beragama Islam. Pasar yang berada di tengah kota, tepatnya di Jalan Lambung Mangkurat ini merupakan pasar yang banyak dikunjungi. Karna menjual berbagai macam keperluan. Misalnya sayur-sayuran, sembako, lauk-pauk, hingga pakaian. Banyaknya pedagang muslim di Pasar Rahmat dapat dilihat bagaimana etika para pedagang tersebut dalam beretika kepada pelanggan, tentunya sangat berbeda-beda. Dengan beretika yang baik atau sesuai dengan ajaran nabi Muhammad SAW apakah sudah mencapai kinerja atau pencapaian sesuai yang diinginkan. Dan juga lingkungan pasar yang sangat berbagai macam jenis dan perubahan-perubahan lingkungan yang terjadi. Dengan memahami kondisi atau lingkungan pasar apakah dapat membantu atau berpengaruh terhadap kinerja bisnis para pedagang.

Etika bisnis islam dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang standar moralitas islam dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas disini berarti : aspek baik dan buruk, terpuji atau tercela, benar atau salah, wajar atau tidak wajar, pantas atau tidak pantas dari perilaku manusia. Dan dalam kajian etika bisnis islam ditambah dengan halal atau haram. Adapun prinsip-prinsip dasar etika bisnis Rasulullah SAW menurut Masyarakat Ekonomi Syariah (2011:92) adalah : 1. Kejujuran / Transparansi 2. Amanah / Tanggung Jawab 3. Murah Hati 4. Adil 5. Menepati janji 6. Tidak melupakan akhirat 7. Taqwa / kepribadian spiritual 8. Shiddiq / baik hati dan simpatik. Dari delapan prinsip-prinsip dasar etika bisnis

Islam diatas, penulis hanya menggunakan tiga prinsip untuk dijadikan indikator penelitian, karena tiga indikator ini dirasa tepat dan sesuai terhadap Kinerja (Y) yang akan diteliti, yaitu kejujuran, Amanah dan murah hati.

Menurut Margaretta (2012), lingkungan internal perusahaan merupakan kekuatan-kekuatan yang ada dalam organisasi itu sendiri dan memiliki sifat yang dapat dikontrol oleh manajemen. Dan menurut Qardhawi (1997) mengemukakan bahwa agama Islam memandang bekerja adalah bagian dari ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsistenterhadap peraturan Allah SWT, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, masyarakat bisa melaksanakan kekhalfahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang lebih besar.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang diperoleh berupa angka-angka seperti kuesioner.

Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Data primer yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari pedagang muslim yang berjualan sembako yang ada di Pasar Rahmat Kota Samarinda. Untuk mendapatkan data tersebut maka peneliti memberikan kuisisioner yang langsung di isi oleh pedagang muslim sembako yang aktif berjualan di Pasar Rahmat tersebut.
2. Data sekunder yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah data-data yang bersumber dari pengelola yaitu UPTD Dinas Pasar Rahmat Kota Samarinda seperti jumlah pedagang Pasar Rahmat.

Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data yang penulis gunakan penelitian kuantitatif ada 2 macam metode pengumpulan data menurut Sugiyono (2014:187), yaitu interview dan kuesioner

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2009), regresi linier berganda adalah alat analisis statistik yang digunakan untuk mengukur hubungan antar variabel. Menurut Sugiyono (2009) analisis regresi dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan: Y = Variabel terikat (Kinerja Bisnis) a = Konstanta X1 = Variabel bebas (Etika Bisnis Islam) X2 = Variabel bebas (Lingkungan Bisnis Eksternal) b1, b2, = Koefisien regresi yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel dependen yang di dasarkan pada hubungan nilai variabel independen. e = Kesalahan residu (error)

Menurut Umar (2010), Koefisien korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Nilai korelasi (r) berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau - 1 berarti hubungan antara 2 variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik. Menurut Ghazali (2009), Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu.

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Pengujian ini digunakan untuk menentukan apakah dua sampel tidak berhubungan, memiliki rata-rata yang berbeda. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara rata-rata dua sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Untuk mengetahui jenis mengenai data-data responden yang menjadi sample dalam penelitian ini, berikut ini :

1. Responden Menurut Usia
2. Responden Menurut pendapatan

Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini berdasarkan pernyataan dalam kuesioner menggunakan instrumen penelitian dengan mengkorelasikan skor setiap pernyataan dengan skor total. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item soal tidak valid. Sedangkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item soal valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dan tetap konsisten jika dilakukan dua kali atau lebih pada kelompok yang sama. Pengujian reabilitas dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*.

Metode Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan Regresi linear berganda didalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstan (Y) sebesar 4,357, artinya jika variabel independent etika bisnis islam dan lingkungan bisnis eksternal pada nol, maka variabel dependen Kinerja Bisnis Pedagang Sembako Pasar Rahmat Samarinda (Y) konstan pada taraf 4,357. 47
2. Pengaruh etika bisnis islam terhadap kinerja bisnis pedagang sembako Pasar Rahmat Samarinda. Dari perhitungan linier Berganda didapat nilai coefficients (b) = 0,515 yang menyatakan bahwa setiap ada satu peningkatan etika bisnis islam (X1) maka kinerja bisnis pedagang sembako Pasar Rahmat Samarinda (Y) juga akan meningkat sebesar 51,5% dengan anggapan konstan sebesar 4,357.
3. Pengaruh lingkungan bisnis eksternal terhadap kinerja bisnis pedagang sembako Pasar Rahmat Samarinda. Dari perhitungan linier Berganda didapat nilai coefficients (b) = 0,326 yang menyatakan bahwa setiap ada satu peningkatan lingkungan bisnis eksternal (X2) maka kinerja bisnis pedagang sembako Pasar Rahmat Samarinda (Y) juga akan meningkat sebesar 32,6% dengan anggapan konstan sebesar 4,357.

2. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi

Uji koefisien korelasi adalah uji untuk melihat hubungan antara variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan tabel diatas hasil nilai Koefisien Korelasi (R) sebesar 0,687. Hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel etika bisnis islam (X1), dan lingkungan bisnis eksternal (X2) terhadap variabel kinerja bisnis pedagang sembako Pasar Rahmat Samarinda (Y) dengan tingkat hubungan kuat. Dan hasil koefisien determinasi 0,472 berarti 47,2% faktor kinerja bisnis pedagang sembako Pasar Rahmat Samarinda dapat dijelaskan oleh etika bisnis islam dan lingkungan bisnis eksternal. Sedangkan 52,8% (100% - 47,2%) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Uji Hipotesis

1. Uji F (Uji Simultan)

F hitung $>$ F tabel ($20,094 > 3,20$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya antara variabel independen etika bisnis islam (X1), dan lingkungan bisnis eksternal (X2) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen kinerja bisnis pedagang sembako Pasar Rahmat Samarinda (Y).

2. Uji T (Uji Parsial)

1) Etika Bisnis Islam

Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai t hitung $3,141 >$ t tabel $1,67722$ dengan tingkat signifikan $= 0,003$ lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel etika bisnis islam (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kinerja bisnis pedagang sembako Pasar Rahmat Samarinda (Y).

2) Lingkungan Bisnis Eksternal

Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai t hitung $2,366 >$ t tabel $1,67722$ dengan signifikan $= 0,022$ lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan bisnis eksternal (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kinerja bisnis pedagang sembako Pasar Rahmat Samarinda (Y).

Pembahasan Hasil Analisis

1. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Bisnis Pedagang Sembako Pasar Rahmat Samarinda

Etika bisnis islam dalam penelitian ini diukur melalui tiga indikator dan indikator tertinggi dengan indikator keramahan pedagang sembako pasar rahmat dalam melayani pembeli merupakan hal yang paling penting karena menurut pedagang mereka sudah melayani pembeli dengan sebaik mungkin. Dan indikator 51 terendah yaitu indikator berdasarkan kejujuran timbangan, responden merasa menimbang kadang masih suka menggunakan perasaan.

Dari hasil analisis yang diperoleh terhadap variabel etika bisnis islam (X1) dapat disimpulkan bahwa variabel etika bisnis islam yang terdiri dari adanya kejujuran timbangan, penyampaian kondisi barang, dan keramahan dalam pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja bisnis pedagang sembako Pasar Rahmat Samarinda. Hal ini sejalan dengan Penelitian dari saudara Bagus Mohamad Ramadhan (2015) yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel etos kerja islami terhadap variabel kinerja bisnis.

2. Pengaruh Lingkungan Bisnis Eksternal Terhadap Kinerja Bisnis Pedagang Sembako Pasar Rahmat Samarinda

Lingkungan bisnis eksternal dalam penelitian ini diukur melalui empat indikator dan indikator tertinggi dengan indikator kompetitor pedagang sembako pasar rahmat, menurut responden disini mereka tidak hanya bersaing harga namun pelayanan, serta kuantitas barang dagangan yang tentu akan mempengaruhi kinerja bisnis. Dan indikator terendah yaitu indikator pelanggan.

Dari hasil analisis yang diperoleh terhadap variabel lingkungan bisnis eksternal (X2) dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan bisnis eksternal yang terdiri dari adanya pelanggan, pemasok, kompetitor, dan dinas pasar berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja bisnis pedagang sembako Pasar Rahmat Samarinda. Hal ini sejalan dengan Penelitian dari saudara Bagus Mohamad Ramadhan (2015) yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel lingkungan bisnis eksternal terhadap variabel kinerja bisnis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data serta perhitungan mengenai adanya etika bisnis islam dan lingkungan bisnis eksternal terhadap kinerja bisnis pedagang sembako di Pasar Rahmat Samarinda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Etika Bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis pedagang muslim Pasar Rahmat Kota Samarinda. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan perdagangan di Pasar Rahmat Samarinda telah menerapkan nilai-nilai kejujuran, amanah dan ramah sesuai dengan etika bisnis islam.
2. Lingkungan bisnis eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis pedagang muslim Pasar Rahmat Kota Samarinda. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan, pemasok, pesaing dan pemerintah memiliki peranan penting dalam mempengaruhi aktivitas bisnis pedagang Pasar Rahmat Samarinda.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian etika bisnis islam mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis pedagang muslim Pasar Rahmat Kota 53 Samarinda. Hal ini berarti bahwa pedagang harus selalu berusaha mempertahankan kejujuran, amanah dan ramah dalam jual beli.
2. Berdasarkan hasil penelitian lingkungan bisnis eksternal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis pedagang muslim Pasar Rahmat Kota Samarinda. Hal ini berarti bahwa pedagang harus selalu berusaha untuk memperluas jaringan serta membangun hubungan yang baik dalam menjalankan mengembangkan usahanya.
3. Pasar Rahmat secara keseluruhan sudah baik namun baik dari etika yang di ataupun dari lingkungan bisnis eksternal, di harapkan pedagang Pasar Rahmat mampu terus mempertahankan serta meningkatkan untuk kemajuan Pasar Rahmat serta citra pedagang yang baik. Melalui cara ini maka dapat diharapkan konsumen atau pelanggan akan memberikan penilaian terbaik atas kinerja pedagang Pasar Rahmat Kota Samarinda.
4. Untuk akademik penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memperkaya khasanah kajian ekonomi Islam. Dan untuk memperoleh hasil studi yang lebih baik, maka perlu dilakukan uji lagi tentang kinerja bisnis pedagang muslim di Pasar Rahmat Samarinda dengan menambahkan variabel bebas yang lebih banyak misalnya variabel adil, tepat janji, tidak melupakan akhirat, takwa, jujur dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS . Semarang : UNDIP.
- Husein, Umar. 2010. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Margaretha S. & Edwin Japariato. 2012. Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembeli Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. Jurnal Manajemen Pemasaran
- Qardhawi, Yusuf. 1997. Norma dan Etika Ekonomi Islam, Jakarta : Gema Insani Press
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.