

Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Wisata Kuliner di Wanayasa Kuliner Fair

Muhamad Tedy R. Putra¹, Arief Mulyawan Thoriq², Hamdan Ardiansyah³

^{1,2,3}Ekonomi Syariah, STAI DR KHEZ Muttaqien, Indonesia

Insanwaras27@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima Agustus 2023

Direvisi September 2023

Disetujui September 2023

Diterbitkan September 2023

ABSTRACT

In practice, there are several Wanayasa Culinary Fair traders who do not apply good Islamic business ethics. This can have an impact on the success of the trader's business at the Wanayasa culinary fair. Because with good Islamic business ethics can provide opportunities for greater business success. This study aims to determine the correlational relationship between Islamic business ethics variables and business success variables. This study used a quantitative correlation method with a saturated sampling technique with a total population of 50 traders. The analysis technique used in this research is statistical analysis technique. Based on the results of data analysis, showed the results of a simple linear regression test with a significant value of 0.003. This value interprets that there is a significant relationship between Islamic business ethics variables and business success variables. The direction of influence shown is a positive direction of influence, which means that the higher the Islamic business ethics, the higher the success of the trader's business. The contribution made by Islamic business ethics to business success is 17.3%. This contribution shows that Islamic business ethics has an effect of 17.3% on the success of traders' businesses at the Wanayasa Culinary Fair.

Keywords: Business Success; Islamic Business Ethics; Traders.

ABSTRAK

Dalam praktiknya, terdapat beberapa pedagang Wanayasa Kuliner Fair yang tidak menerapkan etika bisnis Islam yang baik. Hal tersebut dapat berdampak pada keberhasilan usaha pedagang di wanayasa kuliner fair. Karena dengan etika bisnis islam yang baik dapat memberikan peluang pada keberhasilan usaha yang lebih besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan korelasional antara variabel etika bisnis islam terhadap variabel keberhasilan usaha. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasi dengan teknik sampling jenuh dengan jumlah populasi sebanyak 50 pedagang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah tektik analisis statistik. Berdasarkan hasil analisis data, disimpulkan bahwa hasil uji regresi linear sederhana dengan nilai signifikan sebesar 0,003. Nilai tersebut menafsirkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel etika bisnis islam dengan variabel keberhasilan usaha. Arah pengaruh yang ditunjukkan adalah arah pengaruh yang positif, yang berarti semakin tinggi etika bisnis islam akan semakin tinggi pula keberhasilan usaha pedagang. Kontribusi yang diberikan etika bisnis islam terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 17,3%. Kontribusi tersebut menunjukkan bahwa etika bisnis islam berpengaruh sebesar 17,3% terhadap keberhasilan usaha pedagang di Wanayasa Kuliner Fair.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam; Keberhasilan Usaha; Pedagang.

PENDAHULUAN

Islam mengajarkan berbagai pedoman dalam menjalani aktivitas kehidupan mulai dari hal terkecil sekalipun. Terutama dalam berbisnis, Islam selalu memberikan solusi untuk menyelamatkan manusia agar selalu memperhatikan etika dalam bisnisnya. Suatu bisnis harus dijalankan berdasar pada etika serta norma-norma yang berlaku dalam masyarakat bisnis. Dalam aktivitas bisnis yang sesuai dengan etika bisnis yang berlaku dalam Islam terdapat lima aksioma yang harus dipatuhi pelaku bisnis. Aksioma-aksioma tersebut terdiri dari konsep kesatuan (*Unity*), keseimbangan (*Equilibrium*), kebebasan (*Free Will*), tanggung jawab (*Responsibility*), dan kebajikan atau ihsan [1].

Dengan penerapan konsep tauhid, pelaku usaha akan memiliki kepercayaan terhadap keesaan Allah SWT. Sehingga pelaku usaha tersebut akan selalu merasa bahwa setiap aktivitas yang dilakukannya tak luput dari perhatian Allah SWT. Pada akhirnya ia akan melakukan bisnis yang bersih, jujur dan taat pada aturan sehingga dapat mencerminkan bisnis yang amanah dan dapat dipercaya [2]. Begitu pula dengan menerapkan konsep keseimbangan, pelaku usaha akan menciptakan iklim bisnis yang damai dalam artian saling *Ridha*, tidak ada paksaan, tidak ada kecurangan khususnya dalam takaran dan timbangan. Sehingga tidak ada pihak manapun yang dirugikan, dengan menerapkan konsep keseimbangan akan memberikan efek yang baik pada bisnis yang dijalankan oleh pelaku usaha [2].

Seorang pelaku usaha perlu menerapkan konsep kebebasan dalam transaksi jual-beli. Namun kebebasan dalam Islam masih dibatasi dengan aturan tentang boleh atau tidaknya sebuah aktivitas dilakukan. Dalam artian kebebasan mutlak hanya milik Allah SWT sedangkan kebebasan manusia masih terbatas. Kebebasan dalam bertindak dan mengambil keputusan berkaitan dengan konsep tanggung jawab. Setiap manusia harus senantiasa bertanggung jawab atas segala tindakan serta keputusan yang diambilnya. Kemudian dari setiap konsep mulai dari konsep kesatuan, keseimbangan, kebebasan, dan tanggung jawab, diakhir dihiasi dengan konsep kebajikan. Sehingga sebuah bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha akan memiliki iklim bisnis yang Islami serta dapat memberikan manfaat yang baik pada orang disekitarnya [3].

Berbisnis merupakan salah satu ikhtiar manusia dalam mencukupi kebutuhan hidupnya. Dan apabila dilakukan secara benar dan sungguh-sungguh, menjalankan bisnis dapat menjadi sebuah jalan untuk mencapai kebahagiaan baik di dunia ataupun di akhirat. Perjalanan sebuah bisnis memiliki ragam yang berbeda dengan tantangan dan kendalanya masing-masing. Keberhasilan usaha pun tergantung dari banyak hal, diantaranya adalah bekerja keras, berkata dan berbuat jujur, memiliki jiwa kepemimpinan, melakukan sistematisa bisnis yang tertata, bersabar dalam menjalankan bisnisnya, senantiasa berdo'a dan tidak mudah putus asa serta selalu bersandar kepada Allah SWT dalam setiap jalan yang dilaluinya [4].

Dalam mencapai keberhasilan usahanya, pelaku usaha memiliki kriteria dan patokan masing-masing untuk mengukur apakah usahanya telah berhasil atau belum berhasil. Namun secara umum keberhasilan usaha dapat diketahui dengan indikator keberhasilan usaha yang diungkapkan oleh Dwi Riyanti. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil jika terdapat peningkatan akumulasi modal atau peningkatan modal, jumlah produksi semakin tinggi, jumlah pelanggan semakin

banyak, perluasan dalam usaha, perluasan daerah pemasaran, perbaikan sarana fisik, dan pendapatan usaha meningkat [5].

Pada hakikatnya keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari sebuah bisnis dalam mencapai tujuannya. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut diperlukan adanya kemauan, kemampuan, pengetahuan dan kecerdasan dalam mengolah bisnisnya. Selain itu, diperlukan adanya nilai-nilai yang menjadi dasar dalam keyakinannya. Nilai-nilai tersebut berupa etika dalam menjalankan bisnis agar teratur, tertata, dan memiliki umur usaha yang panjang. Suatu bisnis akan berhasil jika pemiliknya memiliki kecerdasan dalam pengelolaannya [6].

Terdapat beberapa penelitian terdahulu tentang etika bisnis islam yang mana salah satunya adalah penelitian yang berjudul "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM". Penelitian tersebut memberikan simpulan bahwa etika bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam suatu kegiatan bisnis. Serta peran tersebut dapat berjalan dengan baik apabila menjadikan etika bisnis sebagai salah satu prinsip dalam suatu kegiatan usaha [7]. Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa erat kaitan antara etika bisnis islam dalam meningkatkan UMKM. Yang mana ukuran tersebut melalui salah satu sisi yang dapat mendorong peningkatan UMKM yakni sebuah keberhasilan usaha. Dengan kata lain penelitian ini adalah sebuah bentuk pembuktian dari beberapa penelitian terdahulu yang membahas seputar etika bisnis islam dalam meningkatkan UMKM. Dengan objek penelitiannya ialah pelaku UMKM di Wanayasa Kuliner Fair. Karena pada dasarnya tantangan utama dari pelaku bisnis terutama bisnis kecil adalah kepercayaan pelanggan. Kepercayaan pelanggan akan timbul jika pelaku usaha menjalankan bisnisnya dengan jujur serta menerapkan konsep etika bisnis yang baik pula [8].

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam praktik bisnis, bagaimana tingkat keberhasilan usaha yang dicapai para pedagang serta bagaimana hubungan antara etika bisnis Islam dengan keberhasilan usaha para pedagang di Wisata Kuliner Wanayasa Kuliner Fair.

METODE

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan pengolahan data berupa angka yang menggunakan analisa statistik [9]. Data yang digunakan merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian [10]. Objek yang menjadi sumber data untuk penelitian adalah para pedagang di Wanayasa Kuliner Fair dengan keseluruhan populasi berjumlah 50 pedagang. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh atau sensus sampling. Dengan menjadikan keseluruhan populasi sebagai sampel penelitian. Dengan tujuan agar penelitian sangat representatif maka penelitian menggunakan sampling jenuh [11].

Kemudian data dikumpulkan dengan instrument penelitian berupa kuesioner yang disebar kepada responden penelitian. Skala yang digunakan adalah skala *Likert* dengan interval 1 sampai 5. Skor 1 dengan keterangan "sangat tidak setuju" dengan skor teratas yaitu skor 5 untuk keterangan "sangat setuju". Selanjutnya setelah data berhasil dikumpulkan kemudian dilakukan analisa data

mulai dari uji validitas serta uji reliabilitas untuk mengukur setiap item pernyataan pada kuesioner. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dapat memberikan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur dapat digunakan di tempat yang lain pada waktu yang berbeda tetapi dalam gejala atau permasalahan yang sama [12].

Kemudian Langkah yang dilakukan untuk pengambilan kesimpulan dilakukan Analisa statistik. Analisa statistik yang pertama dilakukan setelah uji validitas dan uji reliabilitas adalah uji asumsi klasik [13]. Dalam uji asumsi klasik terdapat berbagai pengujian, namun dalam penelitian ini hanya menggunakan uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Terakhir dilakukan uji statistik untuk penarikan kesimpulan yang terdiri dari uji regresi linear sederhana, uji korelasi, dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui kontribusi pengaruh dari etika bisnis islam terhadap keberhasilan usaha pedagang Wanayasa Kuliner Fair [14].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu syarat dalam pengujian statistik. Hasil dari uji normalitas data akan menentukan uji statistik yang akan digunakan selanjutnya. Jika data berdistribusi normal dalam artian memenuhi syarat yakni $p > 0,05$, maka uji statistik yang akan digunakan selanjutnya adalah uji statistik parametrik. Sebaliknya, jika data tidak berdistribusi normal dalam artian tidak memenuhi syarat yakni $p < 0,05$, maka pengujian selanjutnya adalah uji statistik non parametrik. Berikut adalah hasil uji normalitas data pada variabel etika bisnis Islam dan variabel keberhasilan usaha.

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.49158345
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.050
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
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.		

Pada tabel diatas terdapat hasil daripada uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-smirnov* menggunakan SPSS. Pada tabel tersebut menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai tersebut merupakan nilai probabilitas atau p , yang

mana berdasarkan syarat data yang berdistribusi normal adalah $p > 0,05$. Hasil pengujian menggunakan SPSS menunjukkan nilai $p = 0,200 > 0,05$, maka dapat menyimpulkan bahwa H_0 diterima. Maka dari itu, disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan uji selanjutnya yang dilakukan adalah uji statistik parametrik.

Uji Linearitas

Untuk mengetahui pola linear dari variabel yang di uji, maka dilakukan uji linearitas data. Variabel yang berpola linear dapat diketahui dari nilai signifikansi variabel tersebut dengan syarat nilai Sig. $< 0,05$. Dari data yang berpola linear, selanjutnya dapat dilakukan uji regresi linear. Berikut ini hasil dari uji linearitas data variabel menggunakan SPSS 25.

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas Data

			ANOVA Table				
			Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Keberhasilan Usaha * Etika Bisnis Islam	Between Groups	(Combined)	468.950	16	29.309	1.330	.237
		Linearity	207.458	1	207.458	9.416	.004
		Deviation from Linearity	261.492	15	17.433	.791	.678
		Within Groups	727.050	33	22.032		
		Total	1196.000	49			

Berdasarkan hasil uji linearitas data menggunakan SPSS pada tabel 2, menunjukkan hasil uji linearitas dengan nilai Sig. pada *Linearity* sebesar 0,004. Ada dua pendapat yang menyatakan syarat dalam uji linearitas, pendapat pertama melihat pada nilai Sig. pada *Linearity* dengan syarat nilai Sig. $< 0,05$. Sedangkan pendapat kedua linearitas dapat diukur dengan syarat nilai Sig. $> 0,05$ dengan melihat nilai Sig. pada *Deviation From Linearity*. Dengan demikian terlihat pada tabel diatas menunjukkan nilai Sig. pada *Linearity* = 0,004 $< 0,05$, artinya data dinyatakan berpola linear. Selain itu nilai Sig. pada *Deviation From Linearity* = 0,678 $> 0,05$, artinya data tersebut berpola linear. Dari hasil uji linearitas data memberikan kesimpulan bahwa data berpola linear, maka data tersebut dapat diuji menggunakan uji regresi linear.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui penyimpangan data pada uji asumsi klasik perlu dilakukan uji heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas juga dilakukan untuk mengetahui keakuratan data. Jika data memiliki nilai Sig. $< 0,05$ maka data tersebut mengalami heteroskedastisitas. Data yang mengalami heteroskedastisitas adalah data yang kurang akurat, sedangkan data yang akurat adalah data yang homoskedastisitas. Berikut ini merupakan tabel hasil dari uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS 25.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.289	1	10.289	1.572	.216
	Residual	314.148	48	6.545		^b
	Total	324.438	49			

a. Dependent Variable: Abs_Res
 b. Predictors: (Constant), Etika Bisnis Islam

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS mendapatkan nilai Sig. sebesar 0,216. Nilai tersebut menunjukkan bahwa data Sig. 0,216 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada data variabel etika bisnis islam dan variabel keberhasilan usaha tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan itu, selanjutnya dapat dilakukan uji statistik karena data tersebut akurat.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi adalah salah satu uji statistik data untuk mengetahui sebesar apa nilai signifikansi variabel etika bisnis islam terhadap variabel keberhasilan usaha. Pengujian ini juga bertujuan untuk mengetahui persamaan suatu model regresi yang diuji. Dari persamaan tersebut akan didapatkan nilai variabel etika bisnis islam yang dapat menaksir nilai dari variabel keberhasilan usaha. Syarat pengambilan keputusan dari uji regresi linear sederhana adalah Ketika nilai Sig. < 0,05. Hasil uji regresi linear sederhana dapat dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.768	9.233		2.899	.006
	Etika Bisnis Islam	.447	.141	.416	3.174	.003

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Hasil perhitungan menggunakan SPSS pada tabel diatas menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,003. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai 0,003 < 0,05, maka berarti bahwa variabel etika bisnis islam (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha (Y). pada tabel tersebut terlihat nilai koefisien untuk variabel etika bisnis islam sebesar 0,447 dan nilai konstanta sebesar 26,768 atau dibulatkan menjadi 26,78. Dengan nilai tersebut, kemudian dilakukan persamaan berikut:

$$Y = 26,78 + 0,447X$$

Pada persamaan tersebut koefisien pada variabel etika bisnis islam bernilai positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika variabel etika bisnis islam mengalami

Analisis Korelasi Sederhana

Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui hubungan timbal balik antara dua variabel atau lebih. Dalam uji ini juga dapat diketahui hubungan antara variabel-variabel yang bernilai positif ataupun negatif. Syarat pada uji korelasi adalah nilai Sig. < 0,05. Nilai tersebut dapat diketahui dari tabel hasil uji korelasi SPSS berikut ini:

Tabel 5. Hasil Korelasi Sederhana

		Correlations	
		Etika Bisnis Islam	Keberhasila n Usaha
Etika Bisnis Islam	Pearson Correlation	1	.416**
	Sig. (2-tailed)		.003
	N	50	50
Keberhasilan Usaha	Pearson Correlation	.416**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel diatas menunjukkan hasil uji korelasi etika bisnis islam terhadap keberhasilan usaha. Dari tabel tersebut terlihat nilai Sig. yang didapat sebesar 0,003, artinya terdapat korelasi pada variabel etika bisnis islam terhadap keberhasilan usaha yang dinyatakan dengan nilai Sig. 0,003 < 0,05.

Adapun pada *Person Correlation* menunjukkan nilai positif sebesar 0,416. Nilai tersebut menunjukkan arah korelasi positif pada variabel etika bisnis islam terhadap keberhasilan usaha. Yang berarti bahwa semakin tinggi atau naik etika bisnis islam, maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) merupakan nilai besaran kontribusi atau seberapa jauh nilai dari variabel etika bisnis islam (X) berkontribusi terhadap keberhasilan usaha (Y). Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

		Model Summary		
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.416 ^a	.173	.156	4.538

a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis Islam

Berdasarkan pada hasil uji koefisien determinasi diatas, nilai koefisien determinasi terdapat pada kolom *R-Square* sebesar 0,173. Maka didapatkan persentase koefisien determinasi dari persamaan berikut:

$$KD = 0,173 \times 100\% = 17,3\%$$

Berdasarkan persentase tersebut menunjukkan bahwa variabel etika bisnis islam berkontribusi dalam mempengaruhi keberhasilan usaha sebesar 17,3%.

Sedangkan sisanya sebesar 82,7% merupakan kontribusi dari variabel atau faktor selain etika bisnis islam, yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Adapun hasil dari analisis data serta informasi yang didapatkan selama proses penelitian dilakukan maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari Analisa data pada variabel etika bisnis islam (X) menunjukkan bahwa para pedagang Wanayasa Kuliner Fair (WKF) dalam aktivitas bisnisnya telah menerapkan etika bisnis yang baik. Namun ditemukan pula sebagian pedagang yang tidak menerapkan prinsip etika bisnis islam dalam usahanya. Hal itu diketahui dari jawaban para pedagang yang dicantumkan pada kuesioner yang disebar oleh peneliti. Adapun terkait permasalahan tentang ketidak puasan pelanggan pada sebagian produk pedagang WKF, keluhan pelanggan tidak disampaikan kepada pedagang melainkan hanya menilai dan membicarakannya dengan sesama pelanggan lain yang sama-sama berkunjung ke WKF.
2. Hasil Analisa data pada variabel keberhasilan usaha (Y) menunjukkan bahwa para pedagang telah mencapai keberhasilan usahanya. Berdasarkan informasi yang didapatkan peneliti dari ketua penyelenggara WKF, beliau menuturkan bahwa mayoritas pedagang berjualan dirumahnya masing-masing. Dan juga salah satu tujuan utama dari digelarnya WKF adalah untuk mewadahi para pedagang yang berjualan tetapi tidak memiliki toko.
3. Kemudian hasil pengujian statistik memberikan kesimpulan bahwa variabel (X) yaitu Etika Bisnis Islam memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel (Y) yaitu keberhasilan usaha. Hal tersebut terbukti dari hasil uji t hitung sebesar 2,899 sedangkan t tabel memiliki nilai 2,021 yang nilainya lebih kecil dibandingkan nilai pada t hitung. Dengan demikian dapat diartikan bahwa etika bisnis islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha pedagang WKF. Maka dari itu terbukti bahwa H_0 ditolak, sedangkan H_1 diterima.

Dalam penelitian ini ditemukan pula bahwa sumbangan kontribusi yang diberikan variabel etika bisnis islam terhadap keberhasilan usaha pedagang WKF sebesar 17,3%. Hal itu diketahui dari hasil uji koefisien determinasi yang dilakukan dalam penelitian ini. Disisi lain kontribusi variabel lain yang tidak diteliti memberikan sumbangan sebesar 82,7%.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. I. Beekun, *Islamic Business Ethics*. International Institute of Islamic Thought, 1996. Diakses: 8 Mei 2023. [Daring]. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=kiVcCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- [2] J. Erly, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ummul Qura*, vol. 7, no. 1, 2016.
- [3] R. Akmal, A. Musa, dan A. Ibrahim, "Pengaruh religiusitas terhadap perilaku etika bisnis islam pedagang pasar tradisional di kota banda aceh," *Journal of Sharia Economics*, vol. 1, no. 1, hlm. 1-21, 2020.
- [4] H. Rimiayati dan M. Munawaroh, "Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Pengusaha

-
- UMKM Muslim Di Kota Yogyakarta),” *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 7, no. 2, hlm. 130–157, 2016.
- [5] B. P. D. Riyanti, *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grasindo, 2003.
- [6] S. Widjajani, R. Baraba, dan R. Handayani, “Peran karakteristik wirausahawan dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha di masa pandemi,” *Jurnal Manajemen Maranatha*, vol. 21, no. 1, hlm. 25–34, 2021.
- [7] N. M. Silviah dan N. D. Lestari, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM,” *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, vol. 10, no. 1, hlm. 96–112, 2022.
- [8] N. Rahmawati, A. M. Ramdan, dan A. Samsudin, “Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi,” *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, vol. 1, no. 1, hlm. 109–119, 2019.
- [9] N. Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish, 2019. [Daring]. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=A6fRDwAAQBAJ>
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [11] R. Ramadhani dan N. Sri Bina, *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS*. Prenada Media, 2021. [Daring]. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=0WFHEAAAQBAJ>
- [12] Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara, 2021. [Daring]. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=wY8fEAAAQBAJ>
- [13] S. Riyanto dan A. A. Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish, 2020. [Daring]. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ>
- [14] Sudaryono, *Statistik I: Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Penerbit Andi, 2021. [Daring]. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=sn4-EAAAQBAJ>
-