

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM, EFIKASI DIRI, DAN MOTIVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
(Studi Pada Pedagang di Pasar Baledono Kabupaten Purworejo)**

Ade Budi Setiawan
Email: adebudi08@gmail.com
Esti Margiyanti Utami, S.E., M.Si.
Wijayanti, S.E., M.Sc.

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Purworejo**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) pengaruh nilai etika bisnis Islam terhadap keberhasilan usaha, (2) pengaruh efikasi diri terhadap keberhasilan usaha, serta (3) pengaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang di Pasar Baledono Kabupaten Purworejo yang menetap pada kios. Metode pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 139. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *Likert*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai etika bisnis Islam, efikasi diri dan motivasi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan hipotesis yang diajukan terbukti dan dapat diterima.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Efikasi Diri, Motivasi dan Keberhasilan Usaha.

A. Pendahuluan

Tingkat pengangguran yang tinggi merupakan fenomena empiris yang terjadi di Indonesia. Dari data Biro Pusat Statistik (BPS) pada bulan Februari 2019 menunjukkan bahwa tingkat pengangguran di Indonesia mencapai 5,01 % (www.bps.go.id). Salah satu solusi untuk menekan tingginya angka pengangguran yaitu dengan kegiatan wirausaha. Selain dapat menekan angka pengangguran, wirausaha juga dapat meningkatkan perekonomian suatu negara. Hal ini sesuai riset yang dilakukan di University of Pennsylvania berjudul *Best Countries for Entrepreneurships* mengatakan bahwa semakin banyak kesempatan wirausaha disuatu negara maka semakin baik pula iklim ekonomi di negara tersebut. Indonesia mempunyai peluang yang bagus untuk menekan jumlah pengangguran serta memajukan perekonomian melalui kegiatan wirausaha dengan melimpahnya sumberdaya manusia dan serta alam. Hal ini memberikan pelajaran berharga tentang perlunya setiap individu di Indonesia untuk mempunyai motivasi, keyakinan diri, kreativitas, pengetahuan, dan keahlian tentang Kewirausahaan.

Machfuds (2005: 9), menyatakan bahwa kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil resiko,

krerativitas, inovasi, serta meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik, dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Menurut Saiman (2014: 43) wirausaha adalah orang-orang yang memiliki sifat kewirausahaan dan umumnya memiliki keberanian dalam mengambil resiko terutama dalam menangani usaha atau perusahaannya dengan berpijak pada kemampuan dan atau kemauan sendiri. Sedangkan wirausahawan adalah seorang yang memutuskan untuk mulai berbisnis, sebagai pewaralaba, terwaralaba, memperluas sebuah perusahaan, membeli perusahaan yang sudah ada, atau meminjam uang untuk memproduksi suatu produk atau menawarkan suatu jasa baru, serta merupakan manajer dan penyangga resiko. Selanjutnya menurut Suryana (2009: 66) untuk menjadi wirausaha yang sukses, seseorang harus memiliki ide atau visi bisnis yang jelas serta kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko, baik waktu maupun uang. Agar usaha tersebut berhasil, selain harus bekerja keras sesuai dengan urgensinya, wirausaha harus mampu mengembangkan hubungan, baik dengan mitrausaha maupun pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan.

Noor (2013: 401) mengatakan bahwa keberhasilan usaha hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Suatu usaha dapat meraih keberhasilan usaha apabila jumlah penjualan meningkat, keuntungan atau profit bertambah, pertumbuhan dan perkembangan usaha berkembang cepat dan memuaskan (Kasmir, 2006:172). Selanjutnya menurut Suryana (2009: 67) keberhasilan usaha ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu kemauan dan kemampuan, tekad yang kuat dan kerja keras, serta mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan.

Menurut Hutagalung (2008: 2) keberhasilan usaha dapat diraih oleh wirausahawan yang memiliki sifat percaya diri (efikasi diri) dalam dirinya. Efikasi diri merupakan paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan (Wijandi, 1998; dalam Suryana dan Bayu, 2010: 165). Didalam kaitannya dengan keberhasilan usaha menurut Zimmerer dalam Suryana dan Bayu (2010: 165) Seseorang yang mempunyai kepercayaan diri cenderung mempunyai keyakinan akan kemampuannya untuk meraih keberhasilan.

Faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha yaitu adanya motivasi (Hutagalung, 2008; 9). Alma (2011: 89) mengatakan bahwa motivasi adalah sebuah kemauan untuk membuat sesuatu. Motivasi seseorang tergantung pada motifnya. Motif dengan kekuatan besarlah yang akan menentukan perilaku seseorang. Didalam kaitannya dengan keberhasilan usaha, Hutagalung dkk, (2008: 9) menyatakan bahwa motivasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha karena motivasi utama seorang untuk menjadi seorang *entrepreneur* adalah *be their own bosses*. Beberapa penelitian telah menguji hubungan antara motivasi usaha dengan keberhasilan usaha, salah satunya Gemina dan kawan-kawan (2016)

menyatakan bahwa motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha melalui kemampuan usaha. Selanjutnya berdasarkan teori prestasi yang dikemukakan oleh Mc Clelland (1976) mengatakan bahwa pada dasarnya motivasi seseorang ditentukan oleh tiga kebutuhan salah satunya kebutuhan akan keberhasilan (*need for achievement*) (Alma, 2011: 96).

Didalam kaitannya dengan meraih keberhasilan dalam menjalankan kegiatan usaha, Hamali (2013: 14) mengatakan bahwa suatu kegiatan haruslah dilakukan dengan etika atau norma-norma yang berlaku di masyarakat bisnis. Etika atau norma-norma ini digunakan agar para pengusaha atau pelaku usaha tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan dan usaha yang dijalankan memperoleh simpati dari berbagai pihak. Etika tersebut, pada akhirnya ikut membentuk pengusaha yang bersih dan dapat memajukan serta membesarkan usaha yang dijalankan dalam waktu yang relatif lama.

Beekun (2004: 3) mengatakan etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Selanjutnya Badroen (2006: 15) mengatakan bahwa etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus berkomitmen pada prinsip dan norma tersebut dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat, Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam susunan *adjective* tersebut ditambah dengan aspek halal-haram. Dalam prinsip-prinsip etika bisnis Islami menurut Arifin dan Aziz (2013: 16) etika bisnis menjamin bergulirnya kegiatan bisnis dalam jangka panjang, tidak terfokus pada keuntungan jangka pendek saja.

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap, dan perbuatan bathil lainnya. Tetapi didalam Islam diberi suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah, serta yang halal dan haram (Amalia, 2013: 117).

Wirausaha dengan berbagai jenis bisnisnya hidup ditengah-tengah masyarakat, termasuk di Kabupaten Purworejo dan antara lain yang ditempatkan atau bermukim di Pasar Baledono. Menurut data dari kantor Pasar Baledono per bulan April 2019 jumlah pedagang aktif di Pasar Baledono yaitu berjumlah 1535 pedagang yang didalamnya termasuk pedagang yang memiliki kios tetap dan pedagang yang tidak memakai kios. Dan masing-masing mereka memiliki cara dan pedoman tersendiri dalam meraih keberhasilan dalam usaha yang dijalankan. Berdasarkan pemaparan hal tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Etika Bisnis Islam, Efikasi Diri, dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada Pedagang Pasar Baledono Kabupaten Purworejo).”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Etika Bisnis Islam berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha pedagang Pasar Baledono Purworejo ?
2. Apakah Efikasi Diri berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha pedagang Pasar Baledono Purworejo ?
3. Apakah Motivasi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha pedagang Pasar Baledono Purworejo ?

C. Kajian Teori

1. Keberhasilan Usaha

Suryana dan Bayu (2013) mengatakan keberhasilan usaha merupakan sesuatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik dari sebelumnya. Noor (2013: 401) mengatakan bahwa keberhasilan usaha hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Suatu usaha dapat meraih keberhasilan usaha apabila jumlah penjualan meningkat, keuntungan atau profit bertambah, pertumbuhan dan perkembangan usaha berkembang cepat dan memuaskan (Kasmir, 2006: 172).

2. Etika Bisnis Islam

Menurut Beekun (2004: 3) etika didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Etika bisnis kadang kala merujuk pada etika manajemen atau etika organisasi, yang secara sederhana membatasi kerangka acuannya pada konsep sebuah organisasi. Badroen (2006: 15) mendefinisikan etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai 'daratan' atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam susunan *adjective* diatas ditambah dengan nilai halal-haram (Badroen, 2006: 70).

3. Efikasi Diri

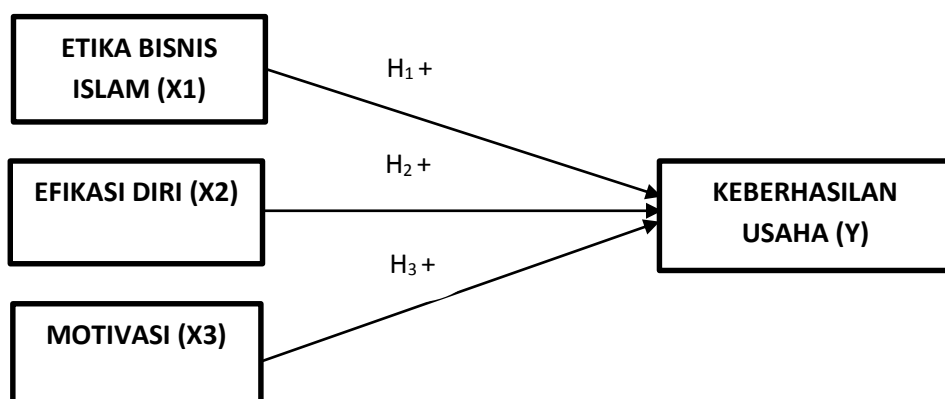
Menurut Bandura dalam Alwisol (2009: 287) efikasi adalah penilaian diri, apakah dapat melakukan tindakan yang baik maupun buruk, tepat atau salah, bisa atau tidak bisa mengerjakan sesuai dengan yang diisyaratkan. Efikasi berbeda dengan aspirasi (cita-cita) karena cita-cita menggambarkan sesuatu yang ideal yang seharusnya dapat dicapai, sedang efikasi menggambarkan penilaian kemampuan diri. Efikasi diri berhubungan dengan keyakinan bahwa diri memiliki kemampuan melakukan tindakan yang diharapkan.

Selanjutnya menurut Luthans (2005:338) efikasi diri mengacu pada keyakinan individu (atau konfidensi) mengenai kemampuannya untuk memobilisasi motivasi, sumberdaya kognitif, dan tindakan yang diperlukan agar berhasil melakukan tugas dalam konteks tertentu.

4. Motivasi

Suryana dan Bayu (2010: 98) mengatakan bahwa motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku kearah pencapaian suatu tujuan tertentu. Menurut Abu Ahmadi (2004) dalam Suryana dan Bayu (2010: 98), Motivasi merupakan dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motivasi merupakan hubungan sistematis antara suatu respon atau suatu himpunan respon dan keadaan dorongan tertentu.

D. Kerangka Pikir



Gambar 1

Kerangka Pikir

Keterangan :

—→ : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

E. HIPOTESIS

1. Hubungan Etika Bisnis Islam dengan Keberhasilan Usaha

Arifin dan Aziz (2013: 16) mengatakan bahwa didalam prinsip-prinsip etika bisnis Islami, etika bisnis menjamin bergulirnya kegiatan bisnis dalam jangka panjang, tidak terfokus pada keuntungan jangka pendek saja. Etika bisnis juga menjadi perekat dalam

transaksi bisnis, menjadi aturan yang menjamin keterlaksanaan transaksi yang adil dan saling menguntungkan pihak-pihak yang terlibat (Badroen: 2006). Hal tersebut selaras dengan pendapat Noor (2013: 401-409) bahwa yang mengindikasikan keberhasilan usaha salah satunya adalah keuntungan dan etika didalam usaha tersebut.

Pendapat diatas sesuai dan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Sampurno (2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam berdampak pada aspek-aspek parameter kemajuan bisnis yang dapat mengindikasikan pada keberhasilan usaha. Kemudian pendapat diatas juga didukung oleh Penelitian yang dilakukan oleh Anindya (2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha yang juga dapat mengindikasikan pada keberhasilan usaha.

H1 : Etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

2. Hubungan Efikasi Diri dengan Keberhasilan Usaha

Seorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan (Zimmerer, 2008; dalam Suryana dan Bayu, 2010: 165).

Keterkaitan antara efikasi diri dengan keberhasilan usaha didukung oleh penelitian le dan Visantia (2013). Hasil penelitian menyatakan bahwa efikasi diri dan motivasi secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

H2 : Efikasi diri berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

3. Hubungan Motivasi dengan Keberhasilan Usaha

Hutagalung dan Situmorang (2008:9) mengatakan bahwa motivasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha karena motivasi utama seseorang untuk menjadi seorang *entrepreneur* adalah *be their own bosses* yaitu seseorang ingin menjadi bos untuk dirinya sendiri.

Keterkaitan antara motivasi dan keberhasilan usaha didukung oleh penelitian Mei le dan Eni Visantika (2013). Hasil penelitian menyatakan bahwa efikasi diri dan motivasi secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

H3 : Motivasi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

F. Metode Penelitian

1. Definisi Operasional Variabel

Keberhasilan usaha menurut Noor hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya (Noor, 2013: 401). Indikator keberhasilan usaha menurut Noor (2013: 401-409) :

- a) Kemampuan mendapatkan laba (*Profitability*)
- b) Produktivitas dan efisiensi (*Productivity and Efficiency*)
- c) Daya saing (*Competitiveness*)
- d) Kompetensi dan etika usaha (*Competence and Ethics*)
- e) Terbangunnya citra baik atau amanah dari masyarakat luas (*Trust*)

Etika bisnis Islam menurut Badroen (2006: 15) didefinisikan sebagai seperangkat nilai tentang baik buruk, benar, dan salah, dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip moralitas ser takajian *adjective* tersebut ditambah dengan aspek halal-haram (Badroen, 2006: 70). Indikator etika bisnis Islam menurut Badroen (2006: 88) adalah sebagai berikut:

- a) Persatuan (*unity*)
- b) Keseimbangan (*equilibrium*)
- c) Kehendak Bebas (*free will*)
- d) Tanggung jawab (*responsibility*)
- e) Kebaikan/ihsan (*benelovence*)

Efikasi diri menurut Bandura dalam Alwisol (2009: 287) adalah penilaian diri, apakah dapat melakukan tindakan yang baik maupun buruk, tepat atau salah, bisa atau tidak bisa mengerjakan sesuai dengan yang diisyaratkan. Indikator efikasi diri menurut Bandura (1997: 42-43) :

- a) *Magnitude*
- b) *Sterngh*
- c) *Generality*

Motivasi menurut Suryana dan Bayu (2010: 98) merupakan proses psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Indikator motivasi menurut Suryana (2011: 52) adalah :

- a) Alasan Keuangan
- b) Alasan Sosial
- c) Alasan Pelayanan
- d) Alasan Pemenuhan Diri

2. Pengujian Instrumen Penelitian

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2009: 51). Uji validitas didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid. Dimana syarat minimal suatu instrument untuk dianggap valid adalah jika nilai $r_{hitung} >$

0,3 dan sebaliknya jika nilai $r_{hitung} < 0,3$ maka instrumen dianggap tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk penelitian (Arikunto, 2010:211). Hasil uji validitas instrumen menunjukkan bahwa variabel etika bisnis Islam (X1), efikasi diri (X2), motivasi (X3), dan keberhasilan usaha (Y) mempunyai nilai r_{hitung} lebih dari 0,3 dan bernilai positif. Sehingga butir pertanyaan dan pernyataan (instrumen) dalam kuesioner tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006: 192). Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, yang akan memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha (α)*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$ (Nunnally dalam Ghozali, 2006: 192). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa pengujian variabel etika bisnis Islam (X1), efikasi diri (X2), motivasi (X3), dan keberhasilan usaha (Y) menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7 yang berarti reliabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan dan pernyataan yang terdapat didalam kuesioner yang digunakan didalam penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten dan stabil apabila digunakan secara berulang kali dari waktu ke waktu.

G. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Standardized Coefficients Beta	pvalue	Keterangan
Etika Bisnis Islam (X1)	0.232	0.003	Positif dan signifikan
Efikasi Diri (X2)	0.159	0.040	Positif dan signifikan
Motivasi (X3)	0.353	0.000	Positif dan signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Persamaan regresi tersebut berarti:

- 1) $b_1 = 0,232$, artinya etika bisnis Islam (X_1) mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa Semakin tinggi etika bisnis Islam akan diikuti tinggi keberhasilan usaha.

- 2) $b_2 = 0,159$, artinya Efikasi diri (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa, Semakin tinggi efikasi diri akan diikuti tinggi keberhasilan usaha.
 - 3) $b_3 = 0,353$, artinya motivasi (X_3) mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa, Semakin tinggi motivasi akan diikuti tinggi keberhasilan usaha.
- b. Pengujian Hipotesis (Uji signifikansi Parsial)

Berdasarkan Tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa variabel etika bisnis Islam (x_1) mempunyai p_{value} $0,003 < 0,05$ dan koefisien regresi bernilai positif, maka etika bisnis Islam (x_1) berpengaruh positif

dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y). Variabel efikasi diri (x_2) mempunyai p_{value} $0,040 < 0,05$ dan koefisien regresi bernilai positif, maka efikasi diri (x_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y). Variabel motivasi (x_3) mempunyai p_{value} $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi bernilai positif, maka motivasi (x_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y).

2. Pembahasan

- a. H_1 : Etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Hasil pengujian dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel 8 menunjukkan bahwa variabel etika bisnis Islam memiliki nilai *Standardized Coefficients Beta* 0,232 dengan nilai signifikan sebesar 0,003. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima, yang menyatakan etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa etika bisnis Islam mempengaruhi keberhasilan usaha, sedangkan nilai signifikan menunjukkan bahwa etika bisnis Islam memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan usaha.

Terbuktinya hipotesis pertama pada penelitian ini dapat dilihat dari penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di pasar Baledono Purworejo yaitu memulai pekerjaan dengan membaca *bassmallah*, menjaga sholat lima waktu, berbicara jujur dan santun dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, bersikap baik kepada mitra kerja, dan percaya bahwa semua nikmat yang diperoleh dari kegiatan usaha ini merupakan titipan dari Allah SWT.

Hasil penelitian ini sesuai dan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Sampurno (2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam berdampak pada aspek-aspek parameter kemajuan bisnis yang dapat mengindikasikan

pada keberhasilan usaha. Kemudian juga didukung oleh Penelitian yang dilakukan oleh Anindya (2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh terhadap keuntungan usaha.

b. H₂: Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel 8 menunjukkan bahwa variabel Efikasi diri memiliki nilai *Standardized Coefficients Beta* 0,159 dengan nilai signifikan sebesar 0,040. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H₂) diterima, yang menyatakan Efikasi diri berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa Efikasi diri mempengaruhi keberhasilan usaha, sedangkan nilai signifikan menunjukkan bahwa Efikasi diri memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan usaha.

Terbuktinya hipotesis kedua pada penelitian ini dapat dilihat dari penerapan nilai Efikasi diri pada pedagang di pasar Baledono yaitu para pedagang yakin dapat mengembangkan usaha mereka, yakin dapat mengatasi situasi yang sulit didalam menjalankan usaha, yakin dengan kemampuan yang dimiliki dalam menjalankan usaha, dan tidak takut terhadap resiko kegagalan serta pantang menyerah dalam menghadapi tantangan didalam menjalankan usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dan memperkuat teori Zimmerer (dalam Suryana dan Bayu, 2010: 165) yang mengatakan bahwa seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan. Serta sesuai dan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Ie dan Visantia (2013). Hasil penelitian menyatakan bahwa efikasi diri dan motivasi secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

c. H₃: Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

Hasil pengujian dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel 8 menunjukkan bahwa variabel motivasi memiliki nilai *Standardized Coefficients Beta* 0,353 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H₃) diterima, yang menyatakan motivasi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa fathanah mempengaruhi keberhasilan usaha, sedangkan nilai signifikan menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan usaha.

Terbuktinya hipotesis ketiga pada penelitian ini dapat dilihat dari penerapan nilai motivasi pada pedagang di pasar Baledono yaitu para pedagang ingin memperoleh pendapatan dari usaha ini, para pedagang ingin memperoleh gengsi/status agar dapat

dikenal maupun dijadikan panutan oleh orang lain, para pedagang ingin menjadi pelaku dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat salah satunya dengan memenuhi kebutuhan permintaan pasar, dan yang terakhir para pedagang merasa dapat memenuhi apa yang dicita-citakan dengan menjadi pelaku usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dan memperkuat teori Hutagalung dan Situmorang (2008: 9) yang mengatakan bahwa motivasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Serta sesuai dan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Ie dan Visantia (2013). Hasil penelitian menyatakan bahwa efikasi diri dan motivasi secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

H. KESIMPULAN

1. Etika Bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pedagang di Pasar Baledono Kabupaten Purworejo.
2. Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pedagang di Pasar Baledono Kabupaten Purworejo.
3. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pedagang di Pasar Baledono Kabupaten Purworejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Kewirausahaan Edisi Revisi*. Alfabeta. Bandung.
- Alwisol. 2009. *Psikologi Kepribadian*. UMMPRESS. Malang.
- Amalia, Fitri . 2013. *Etika Bisnis Islam : Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usah Kecil*. FEB UIN Syarif Hidayatullah, 116-125.
- Anindya, Desy Astrid. Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Keuntungan Usaha. *At-Tawasuh. Vol II No 2. 2017*.
- Arifin, Djohar dan Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi VI* .Jakarta: Rineka Cipta.
- Badroen, Faisal. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Alfabeta. Bandung.
- Beekun, Rafik Issa. 2004. *Etika Bisnis Islami*.Pustaka Pelajar Offset. Yogyakarta.
- Gemina, D., Silaningsih, E., Yuningsih, E. 2016. Pengaruh motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Kemampuan Usaha Sebagai Variabel Medisi Pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi, 15, 297-323*.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Ketiga*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamali, Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Kencana. Jakarta.
- Hutagalung, R.B., Situmorang, S.H., Ramadini, F. 2008. *Kewirausahaan* .Medan: USU Press.
- Ie, Mei dan Visantia, Eni. 2013. Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pemilik Toko Pakaian Di Pusat Grosir Metro Tanah Abang, Jakarta. *Jurnal Manajemen Vol.13, 1-14*.
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Noor, H.F. 2013. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta (ID) : Raja Grafindo Persada.
- Saimun, Leonardus. 2014. *Kewirausahaan : Teori Praktik Dan Kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sampurno, W.M .2016. Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga. *Jurnal Of Islamic Economics Lariba 1, 13-18*.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2009. *Kewirausahaan : Pedoman, praktis, kiat dan proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Suryana, Yuyus dan Bayu, Kartib. 2010. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Prenada Media Group.

Situs Website :

<https://m.liputan6.com/bisnis/read/2891202/5-negara-dengan-jumlah-wirausaha-terbanyak>

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/05/06/1564/februari-2019-tingkat-pengangguran-terbuka--tpt-sebesar-5-01-persen.html>