

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN ETIKA BISNIS ISLAM
TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM
(Studi Kasus pada UMKM di Kabupaten Kendal)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Chofifah Wafiyah

NIM: 31401700045

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
SEMARANG
2021**

SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN ETIKA BISNIS ISLAM
TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM**

(Studi Kasus pada UMKM di Kabupaten Kendal)

Disusun Oleh :

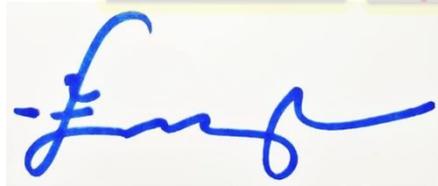
Chofifah Wafiyah

NIM : 31401700045

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dihadapan
sidang panitia ujian Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 21 Agustus 2021

Pembimbing



Digitally signed by Sri Dewi
Wahyundaru,S.E.,M.Si.,Ak.,C.A.,ACPACC.,CRP.
DN: cn=Sri Dewi
Wahyundaru,S.E.,M.Si.,Ak.,C.A.,ACPACC.,CRP.,
o=Unissula, ou=Fakultas Ekonomi,
email=sridewi@unissula.ac.id, c=ID Date:
2021.08.21 16:14:41 +07'00'

Sri Dewi Wahyundaru,S.E.,M.Si.,Ak.,C.A.,ASEAN CPA.
NIK. 211492003

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN ETIKA BISNIS ISLAM
TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM
(Studi Kasus pada UMKM di Kabupaten Kendal)**

**Disusun Oleh:
Chofifah Wafiyah
NIM: 31401700045**

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 25 Agustus 2021

Susunan Dewan Penguji

Penguji I



Dr. Zaenal Alim Adiwijaya, SE, M.Si, Ak., CA
NIK. 211492005

Penguji II



Dr. H. Kiryanto, S.E., M.Si., Ak., CA
NIK. 211492004

Pembimbing



Sri Dewi Wahyundaru, S.E., M.Si., Ak., C.A., ASEAN CPA., CRP
NIK. 211492003

Digitally signed by Sri Dewi
Wahyundaru, S.E., M.Si., Ak., C.A., ACPAC
C., CRP. DN: cn=Sri Dewi
Wahyundaru, S.E., M.Si., Ak., C.A., ACPAC
C., CRP., o=Unissula, ou=Fakultas
Ekonomi,
email=sridewi@unissula.ac.id, c=ID
Date: 2021.08.27 14:02:01 +07'00'

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. Dra. Winarsih, S.E., M.Si., CSRS., CSRA.
NIK. 211415029

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Chofifah Wafiyah
NIM : 31401700045
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM (Studi Kasus pada UMKM di Kabupaten Kendal)” merupakan karya sendiri dan tidak ada unsur *plagiarism* dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam proposal penelitian ini.

Semarang, 29 Desember 2021

Yang memberi pernyataan,



Chofifah Wafiyah
NIM 31401700045

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Chofifah Wafiyah

NIM : 31401700045

Alamat : Dukuh Sari Rt.005/Rw.003, Ngampel Kulon, Ngampel, Kendal

No.Hp/Email : 089653359852 / chofifahwafi@std.unissula.ac.id

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul

“Pengaruh Literasi Keuangan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM”

(Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Kendal)

Saya menyetujuinya menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/*Plagiarisme* dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang 29 Desember 2021

Yang memberi pernyataan,



Chofifah Wafiyah
NIM 31401700045

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chofifah Wafiyah

NIM : 31401700045

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi – Universitas Islam Sultan Agung

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul:

“Pengaruh Literasi Keuangan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM” (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Kendal)

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan publikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 29 Desember 2021

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a 5000 Rupiah Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA' and '5000'. The signature is written in a cursive style.

Chofifah Wafiyah
NIM 31401700045

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Jangan berhenti jika kita lelah, namun berhentilah ketika kita sampai ditujuan, tidak ada keinginan yang bisa diperoleh dengan mudah tanpa adanya perjuangan, hari ini berjuang hari esok raihlah kemenangan”

“Setiap do’a dan usaha tidak ada yang sia-sia, yakinlah semua akan indah pada waktunya, selalu ada pelangi yang datang dengan sejuta harapan”

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Kepada diri saya sendiri, terima kasih sudah berjuang sampai di tahap ini

Kedua orang tua saya yang telah mendidik dan yang selalu mendoakan saya dari kecil hingga sekarang dan saudara-saudara saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya

Sahabat-sahabat saya yang sudah menemani saya selama masa perkuliahan dan sudah memberikan dukungan, energi dan semangat positif agar saya bisa segera dapat menyelesaikan skripsi saya dan lulus ditahun ini

ABSTRACT

Chofifah Wafiyah

chofifahwafi@std.unissula.ac.id

Sri Dewi Wahyundaru

sridewi@unissula.ac.id

UMKM sales, and has a major contribution to the economy in Indonesia and is directly proven by the impact of its existence. This study aims to analyze the influence of financial literacy and Islamic business ethics on UMKM business performance. Financial literacy plays an important role in improving business performance. A good level of financial knowledge and the right decision making will improve business performance. In addition to financial literacy, Islamic business ethics also plays an important role in improving business performance, because the key to success in business lies in the ethics applied in business, business ethics is the most important thing in building the gait of a business to improve its business performance.

This type of research uses a quantitative approach, the type of data used is primary data. The population in this study are UMKM in Kendal Regency. This research uses Proportional Random Sampling technique. The data analysis technique in this study uses Partial Least Square (PLS) using SmartPLS 3.0 software. Outer model assessment analysis, validity test and reliability test. Analysis of the assessment of the inner model (structural model) with the coefficient of determination (R²) and hypothesis testing.

The results of data processing, validity and reliability tests showed valid results with composite reliability values above 0.70 and AVE (Average Variance Extracted) values above 0.50. The coefficient of determination test (R²) has an effect of 37.5%. Hypothesis testing shows that financial literacy has a significant effect on UMKM business performance and business ethics significantly affects UMKM business performance.

Keywords: Financial Literacy, Islamic Business Ethics, UMKM Business Performance

ABSTRAK

Chofifah Wafiyah

chofifahwafi@std.unissula.ac.id

Sri Dewi Wahyundaru

sridewi@unissula.ac.id

UMKM merupakan sebuah usaha ekonomi produktif yang memiliki jumlah kekayaan dan penjualan tahunan tertentu, serta memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian di Indonesia dan terbukti secara langsung dampak keberadaannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM. Literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Tingkat pengetahuan keuangan yang baik serta pengambilan keputusan yang tepat akan meningkatkan kinerja usaha. Selain literasi keuangan etika bisnis islam juga berperan penting dalam meningkatkan kinerja bisnis, karena Kunci sukses dalam berbisnis terletak pada etika yang diterapkan dalam berbisnis, etika bisnis termasuk hal yang paling penting dalam membangun kiprah sebuah usaha untuk meningkatkan kinerja usahanya.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis data yang digunakan yaitu data primer. Populasi dalam penelitian adalah pelaku UMKM di Kabupaten Kendal. Penelitian ini menggunakan teknik *Proportional Random Sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0*. Analisis penilaian *outer model*, uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis penilaian *inner model* (model struktural) dengan koefisien determiniasi (R^2) dan uji hipotesis.

Hasil pengolahan data, uji validitas dan uji reliabilitas menunjukkan hasil valid dengan nilai *composite reliability* diatas 0,70 dan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) diatas 0,50. Uji koefisien determinasi (R^2) memiliki pengaruh sebesar 37,5%. Uji hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM dan etika bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Etika Bisnis Islam, Kinerja Bisnis UMKM

INTISARI

Saat ini Dunia termasuk Indonesia sedang diuji dengan adanya pandemi covid-19. Pandemi covid-19 tersebut telah membawa dampak buruk bagi aktivitas perekonomian, akibatnya menimbulkan penurunan yang sangat drastis pada kegiatan produksi, rantai pasokan dan konsumsi yang semakin menyusut dan juga memberikan dampak negatif terhadap lini bisnis khususnya bisnis UMKM. Tantangan UMKM terjadi saat pandemi Covid-19 yaitu persaingan yang harus dihadapi dengan menghasilkan berbagai inovasi dan layanan agar dapat bertahan di pasar lokal maupun internasional (Lili Marlinah, 2020). Peranan penting UMKM di Indonesia dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dapat dilihat dari berbagai jumlah usaha baik usaha mikro, usaha kecil maupun usaha menengah yang setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Kinerja UMKM di Indonesia secara umum masih relatif lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya, terutama dalam hal produktivitas, kontribusi ekspor, partisipasi produksi global dan regional, serta kontribusi terhadap nilai tambah. Hal ini disebabkan karena minimnya informasi mengenai pengetahuan serta pemahaman UMKM terhadap keberadaan lembaga keuangan atau yang biasa dikenal dengan literasi keuangan (Djuwita & Yusuf, 2018). Seorang pebisnis harus memiliki kemampuan dalam merencanakan, melaksanakan serta mengawasi pelaksanaan pengelolaan keuangan dalam setiap bisninsya, dan pelaku bisnis juga harus mampu mengambil keputusan secara

efektif dan efisien agar bisnis yang dimilikinya menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Kemampuan dalam mengelola keuangan bagi pelaku usaha memang sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja usahanya. Selain literasi keuangan yang berperan penting bagi setiap pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja usahanya, nilai-nilai bisnis islam juga perlu diterapkan oleh pebisnis khususnya para pelaku UMKM. Dalam ekonomi islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat, artinya jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat, maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat (Anindya, 2017).

Penelitian ini menguji tentang pengaruh literasi keuangan dan etika bisnis islam terhadap kinerja bisnis UMKM. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Kendal. Dalam penelitian ini peneliti mengambil beberapa sampel responden pelaku UMKM di Kabupaten Kendal dengan mengambil sampel sebanyak 100 UMKM di Kabupaten Kendal. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Proportional Random Sampling*, Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dilakukan melalui survei dengan menggunakan kuisioner yang disebar kepada responden atau pelaku UMKM di Kendal Jawa Tengah. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dilakukan melalui survei dengan menggunakan kuisioner yang disebar kepada responden atau pelaku UMKM di Kendal Jawa Tengah dengan didukung

adanya pertanyaan dalam kuisioner yang menggunakan skala likert 5 point. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis yang didapatkan bahwa terdapat dua hipotesis yang diterima. Hipotesis yang diterima tersebut yaitu Pengaruh Literasi Keuangan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM dan pengaruh etika bisnis islam terhadap kinerja bisnis UMKM.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam tak lupa peneliti junjungkan kepada Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wassalam yang telah memberi syafaat terus menerus kepada semua islam. Penyusunan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM”** disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S-1) pada program studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Proses penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu padakesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam sultan Agung.
2. Ibu Dr. Dra. Winarsih, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
3. Ibu Sri Dewi Wahyundaru, S.E., M.Si., Ak., CA., ASEAN CPA., CRP. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan saran dan kritik untuk peneliti dalam menyusun skripsi ini yang dilakukannya dengan sabar dan ikhlas yang sangat memberikan banyak manfaat bagi peneliti.
4. Ibu Dr. Hj. Indri Kartika, SE., M.Si, Akt., CA, dan Bapak Dr. Edy Suprianto S.E., M.Si, Akt., CA, selaku Dosen Penguji yang telah menguji, membimbing, mengarahkan, memberikan saran dan kritik untuk peneliti dalam menyusun skripsi ini yang dilakukannya dengan sabar dan ikhlas yang sangat memberikan banyak manfaat bagi peneliti.
5. Bapak Sutapa, S.E., M.Si., Ak., CA, selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan memberikan dukungan moral kepada peneliti.

6. Seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah memberikan bantuan dan jasanya selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
7. Seluruh Responden para pelaku UMKM di Kabupaten Kendal, yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam penelitian ini.
8. Orang tua saya yang saya hormati dan cintai. Mereka yang selalu mendoakan saya setiap waktu, memberikan motivasi, saran, arahan yang tentu sangat berguna untukku. Terima kasih atas semua kasih sayang dan arahan yang telah engkau berikan agar saya dapat menjadi pribadi yang lebih baik. Semoga Allah Subhanahu Wata'ala selalu melindungi dan merahmati engkau wahai orang tuaku.
9. Seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan, motivasi, saran dan kritik kepada peneliti. Terima kasih atas semuanya.
10. Semua sahabat dari Kelas E1 2017 terima kasih telah memberikan semangat dan bantuannya.
11. Sahabat-sahabat lain saya, Afrida, Ahla, Aisyah, Anisa, Aprilia, Azhaar, Shoraya terima kasih atas supportnya sehingga peneliti bisa menyelesaikan semua ini.
12. Teman – teman seperjuanganku, S1 akuntansi 2017 yang selalu mendukungku, mendoakanku, memberikan motivasi yang terbaik untukku.

Semoga Allah Subhanahu Wata'ala mlimpahkan berkah, rahmat dan hidayah-Nya bagi Bapak, Ibu dan Teman-teman semua yang telah membantu peneliti dalam segala hal. Dalam hal ini, peneliti juga menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna karena itu saran dan kritik masih diperlukan dalam penyempurnaan Skripsi ini.

Kendal, 21 Agustus 2021



Chofifah Wafiyah

NIM. 31401700045

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK.....	ix
INTISARI.....	x
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8

1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
2.1 <i>Grand Theory</i>	10
2.1.1 <i>Syariah Enterprise Theory</i>	10
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i>	12
2.2 Variabel – Variabel Penelitian.....	13
2.2.1 Literasi keuangan	13
2.2.2 Etika Bisnis Islam.....	16
2.2.3 Kinerja Bisnis	17
2.2.4 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	31
2.3 Penelitian Terdahulu	33
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis.....	39
2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Bisnis UMKM	39
2.4.2 Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM.....	40
2.5 Kerangka Penelitian	40
BAB III	43
METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Populasi dan Sampel	43

3.2.1	Populasi	43
3.2.2	Sampel	44
3.3	Sumber dan Jenis Data.....	45
3.4	Metode pengumpulan data	45
3.5	Variabel dan Definisi Operasional Penelitian.....	45
3.5.1	Literasi Keuangan	45
3.5.2	Etika Bisnis Islam.....	46
3.5.3	Kinerja Bisnis	46
3.6	Indikator Pengukuran Variabel.....	47
3.7	Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	47
3.7.2	Analisis PLS (<i>Partial Least Square</i>)	48
3.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
3.7.4	Uji Hipotesis	50
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	54
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	55
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	55
4.2	Deskripsi Variabel	56
4.2.1	Literasi Keuangan	57

4.2.2 Etika Bisnis Islam.....	62
4.2.3 Kinerja Bisnis UMKM	66
4.3 Analisis Penilaian	69
4.3.1 Outer Model (Measurement Model)	69
4.3.2 Discriminant Validity	71
4.3.3 Uji Realiabilitas dan Average Variance Extracted (AVE)	72
4.3.4 Analisis Penilaian Inner Model (Struktural Model)	72
4.3.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.4 Uji Hipotesis.....	73
4.5 Pembahasan.....	74
4.5.1 Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM	74
4.5.2 Etika Bisnis Islam berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM.....	74
BAB V.....	63
PENUTUP.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
5.3 Implikasi	64
5.3.1 Implikasi Teoritis	64
5.3.2 Implikasi Praktis	65
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Indikator Pengukuran Variabel.....	47
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner.....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	54
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	55
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	56
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Literasi Keuangan.....	58
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Etika Bisnis Islam.....	62
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kinerja Bisnis UMKM ...	66
Tabel 4. 9 Outer Loading	69
Tabel 4. 10 Uji Discriminant Validity.....	71
Tabel 4. 11 Composite Reliability dan Average Variance Extracted	72
Tabel 4. 12 Koefisien Determinasi (R^2).....	73
Tabel 4. 13 Koefisien Pengaruh Antar Variabel / Path Coefficients	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	41
Gambar 4. 1 Model Struktural	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2. Rekapitulasi Karakteristik Responden.....	79
Lampiran 3. Tabulasi Variabel Penelitian.....	82
Lampiran 4. Outer Loadings (Measurement Model)	89
Lampiran 5. Uji Discriminant Validity	90
Lampiran 6. Composite Reliability dan Average Variance Extracted.....	91
Lampiran 7. Koefisien Determinasi (R ²).....	92
Lampiran 8. Koefisien Pengaruh Antar Variabel / Path Coefficients.....	93



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini Dunia termasuk Indonesia sedang diuji dengan adanya pandemi covid-19. Pandemi covid-19 tersebut telah membawa dampak buruk bagi aktivitas perekonomian, akibatnya menimbulkan penurunan yang sangat drastis pada kegiatan produksi, rantai pasokan dan konsumsi yang semakin menyusut dan juga memberikan dampak negatif terhadap lini bisnis khususnya bisnis UMKM. Dampak negatif pandemi Covid-19 ini yakni menghambat pertumbuhan bisnis UMKM ketika pergerakan bisnis UMKM ini membutuhkan ruang promosi, namun terhambat dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Tantangan UMKM terjadi saat pandemi Covid-19 yaitu persaingan yang harus dihadapi dengan menghasilkan berbagai inovasi dan layanan agar dapat bertahan di pasar lokal maupun internasional (Lili Marlinah, 2020).

Sebagai bentuk usaha, sebagian besar pelaku bisnis UMKM daerah sebenarnya mampu bersaing di pasar lokal maupun global, karena UMKM merupakan kekuatan terbesar untuk memperkuat daya saing di daerah (Octavia et al., 2017). Saat ini, potensi industri kreatif memiliki peluang yang tinggi dan banyak industri kreatif di Indonesia yang potensinya masih dapat digali dan ditingkatkan lagi, sehingga perekonomian di kota maupun di desa menjadi rata dan berdaya serap tinggi,

dengan meningkatkan kemakmuran ekonomi di daerah tersebut, maka peluang lapangan pekerjaan juga akan meningkat dan pada akhirnya kemiskinan di setiap daerah bisa teratasi (Lili Marlinah, 2020).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ini telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, tercatat banyak UMKM di Indonesia yang tetap bertahan dari guncangan krisis, ketika krisis datang dan mengakibatkan perlambatan bagi pertumbuhan ekonomi, namun justru UMKM menjadi penyelamat perekonomian Indonesia dan seiring berjalannya waktu jumlah UMKM mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan bertahan hingga saat ini (Ghassani, 2015). Peranan penting UMKM di Indonesia dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dapat dilihat dari berbagai jumlah usaha baik usaha mikro, usaha kecil maupun usaha menengah yang setiap tahunnya mengalami peningkatan, selain itu usaha kecil dan menengah yang inovatif berperan sangat penting terhadap perekonomian Indonesia karena mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan mewujudkan stabilitas nasional (Rashin & Ghina, 2018).

Besarnya peranan UMKM dalam mendorong pertumbuhan perekonomian berbanding lurus dengan jumlahnya yang terus mengalami peningkatan (Prakoso, 2020). Jumlah UMKM di Indonesia sampai saat ini mencapai 57 Juta UMKM, yang terbagi atas usaha mikro, kecil dan menengah. UMKM berkontribusi sekitar 53% dari total produk bruto Indonesia dan kontribusi terhadap ekspor sebesar

20,52%. UMKM menyerap tenaga kerja yang tidak sedikit, usaha mikro menyerap tenaga kerja sekitar 77 Juta lebih tenaga kerja, usaha kecil sekitar 10 Juta tenaga kerja dan usaha menengah hampir 5 Juta tenaga kerja. Hal ini tentu saja merupakan perkembangan yang baik, karena dengan adanya hal tersebut UMKM dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia (Idawati & Pratama, 2020). Untuk UMKM kabupaten kendal sendiri yaitu memiliki pelaku UMKM yang berjumlah sekitar 32.000 pelaku UMKM, sehingga sangat potensial dalam meningkatkan perekonomian daerah. Akan tetapi, permasalahan yang sering terjadi pada UMKM daerah yaitu terkendala dalam pemasaran produk, karena minimnya jaringan pemasaran.

Selama ini, UMKM dapat membantu pertumbuhan ekonomi diantaranya yaitu kedudukan dalam aktivitas ekonomi di berbagai sektor, menjadi penyedia lapangan kerja terbesar, mampu menjadi aktor dalam mengembangkan kegiatan perekonomian daerah serta pemberdayaan masyarakat dan sebagai pencipta pasar baru dan sumber inovasi. Peralnya, perkembangan UMKM hingga detik ini masih belum dapat berkembang secara signifikan. Faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM sendiri yaitu ada dua faktor. Pertama, faktor internal, yaitu lemah pada segi permodalan, produksi, pemasaran, dan sumber daya manusia. Kedua, faktor eksternal berupa masalah yang muncul berdasarkan pihak pengembang dan Pembina UMKM (Arodi, 2017).

Kinerja UMKM di Indonesia secara umum masih relatif lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya, terutama dalam hal produktivitas, kontribusi ekspor, partisipasi produksi global dan regional, serta

kontribusi terhadap nilai tambah. Salah satu penyebab rendahnya kinerja UMKM yaitu kurangnya akses permodalan. Hal ini disebabkan karena minimnya informasi mengenai pengetahuan serta pemahaman UMKM terhadap keberadaan lembaga keuangan atau yang biasa dikenal dengan literasi keuangan (Djuwita & Yusuf, 2018). Banyak dari pelaku UMKM yang kurang memperhatikan pengelolaan keuangannya serta kurang memperhatikan efek jangka panjangnya seperti, investasi, tabungan dan mengasuransi tempat usahanya, karena sebagian pelaku UMKM di Indonesia sering menggabungkan antara uang usahanya dengan uang pribadi, sehingga usaha yang dijalannya juga tidak dapat berkembang dengan baik (Prakoso, 2020).

Seorang pebisnis harus memiliki kemampuan dalam merencanakan, melaksanakan serta mengawasi pelaksanaan pengelolaan keuangan dalam setiap bisninsya, dan pelaku bisnis juga harus mampu mengambil keputusan secara efektif dan efisien agar bisnis yang dimilikinya menghasilkan keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, untuk mengambil keputusan keuangan secara efektif dan efisien seorang pelaku bisnis harus memiliki pengetahuan yang baik mengenai pengelolaan keuangan, kemampuan inilah yang biasa dikenal dengan literasi keuangan (Latifiana, 2017). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa misi penting dari program literasi keuangan adalah untuk melakukan edukasi dibidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas, supaya rendahnya pengetahuan tentang industri keuangan dapat diatasi dan masyarakat tidak mudah tertipu pada produk-produk investasi

yang menawarkan keuntungan tinggi dalam jangka pendek tanpa mempertimbangkan resikonya.

Lembaga Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2016) juga menyatakan bahwa literasi keuangan diperlukan untuk perkembangan industri jasa keuangan yang semakin kompleks. Tanpa adanya pemahaman mengenai konsep dasar keuangan oleh masyarakat Indonesia, maka masyarakat tersebut tidak akan memiliki pengetahuan yang cukup untuk mengambil suatu keputusan terkait pengelolaan keuangan. Karena, dengan memahami dasar pengetahuan keuangan yang baik, maka akan memiliki kemampuan mengambil keputusan keuangan yang lebih baik mengenai beberapa hal seperti tabungan, investasi, pinjaman dan lain sebagainya jika dibandingkan dengan masyarakat yang tidak memiliki bekal yang cukup mengenai dasar pengetahuan keuangan (Kasendah & Wijayangka, 2019). Kemampuan dalam mengelola keuangan bagi pelaku usaha memang sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja usahanya. Kinerja dalam perspektif islam merupakan salah satu sarana hidup dan aktivitas yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial (syafrizal, 2019). Aribawa (2016) mengatakan bahwa kinerja UMKM dianalisis dengan pendekatan yang didasarkan pada tiga asumsi, yaitu : 1) Pengukuran kinerja UMKM sulit dilakukan secara kuantitatif, disebabkan minimnya sumber daya (pemahaman keuangan dan tenaga kerja). 2) Pengukuran kinerja dengan melihat indikator keuangan yang kompleks, sehingga hal ini secara tidak lengkap memperlihatkan kondisi aktual yang terjadi di bisnis tersebut. 3) Pengukuran kinerja yang kerap dipakai relatif hanya sesuai bila

digunakan untuk perusahaan besar yang terstruktur dalam manajemen perusahaannya.

Selain literasi keuangan yang berperan penting bagi setiap pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja usahanya, nilai-nilai bisnis islam juga perlu diterapkan oleh pebisnis khususnya para pelaku UMKM karena dalam menerapkan etika bisnis islam dalam usahanya, maka dapat mendorong usahanya agar mencapai keberhasilan dan senantiasa mendapatkan berkah dari Allah Subhanahu Wata'ala. Dalam ekonomi islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat, artinya jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat, maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat (Anindya, 2017).

Penelitian ini mengacu pada penelitian Aribawa (2016) yang menunjukkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Untuk variabel etika bisnis islam mengacu pada penelitian (Ayyubi & Anggraini, 2016) yang menunjukkan bahwa Etika bisnis islam berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Penelitian yang dilakukan Sanistasya et al (2019) dan M. Sari, (2019) dalam pengukuran literasi keuangan menggunakan indikator *behavior, skills, knowledge* dan *attitude*. Penelitian yang dilakukan Wulandari (2019) dalam pengukuran literasi keuangan menggunakan indikator pengetahuan, perilaku dan sikap. Penelitian yang dilakukan oleh Aribawa (2016) dan Yanti (2019) dalam

pengukuran literasi keuangan menggunakan indikator tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi. Untuk pengukuran etika bisnis islam penelitian yang dilakukan Faradiska & Asytuti (2019) menggunakan indikator sabar, menjual barang yang halal dan baik, tidak menggunakan sumpah dan menetapkan harga dengan transparan. Penelitian yang dilakukan Ayyubi & Anggraini (2016) menggunakan indikator jujur, menjual barang yang halal dan baik dan tidak ada paksaan dalam berbisnis.

Pengukuran kinerja bisnis UMKM penelitian yang dilakukan Asyhari et al (2018) menggunakan indikator pertumbuhan laba, pertumbuhan pelanggan, pertumbuhan pangsa pasar dan pertumbuhan penjualan. Penelitian yang dilakukan Aribawa (2016) menggunakan indikator pertumbuhan penjualan, antisipasi produk, dan proses strategi. Penelitian yang dilakukan oleh Yanti (2019) menggunakan indikator pertumbuhan usaha, total pendapatan usaha, total order, posisi kas usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Arodi (2017) menggunakan indikator pertumbuhan penjualan, Antisipasi Produk dan ketepatan proses produksi.

Penentuan indikator yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu dengan cara membandingkan dari berbagai indikator yang digunakan dalam penelitian sebelumnya. Indikator yang paling banyak digunakan maka akan digunakan dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Aribawa (2016) yaitu pada penelitian ini menambah variabel Etika Bisnis Islam yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Ayyubi & Anggraini (2016). Sehingga Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Literasi

Keuangan, Etika Bisnis Islam dan Kinerja Bisnis. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk menganalisis apakah ada pengaruh Literasi Keuangan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif mengenai gambaran literasi keuangan dan etika dalam berbisnis yang terdapat pada UMKM.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Kendal ?
2. Bagaimana Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Kendal ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Menguji Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Kendal
2. Untuk Menguji Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Kendal

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, adapun manfaat yang diharapkan pada penelitian ini, yaitu :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama pada bidang ilmu keuangan yang berkaitan dengan pengaruh literasi keuangan dan etika bisnis islam untuk meningkatkan kinerja bisnis pengusaha muslim UMKM di Kabupaten Kendal.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa menjadi kajian pustaka untuk penelitian selanjutnya di masa depan. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan pada bidang ekonomi khususnya akuntansi pada sektor UMKM terutama pemahaman tentang keuangan dibidang literasi keuangan dalam mengambil suatu keputusan perihal keuangan pada UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja bisnisnya agar lebih berkembang lagi kedepannya. Penelitian ini dapat dijadikan rujukan oleh peneliti selanjutnya terkait dengan variabel literasi keuangan, etika bisnis islam, dan kinerja bisnis.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Grand Theory*

2.1.1 *Syariah Enterprise Theory*

Enterprise Theory direkomendasikan untuk suatu sistem ekonomi yang mendasarkan diri pada nilai-nilai syariah, mengingat syariah melarang beredarnya kekayaan hanya dikalangan tertentu saja. Akan tetapi, dalam konsep syariah belum mengakui adanya partner tidak langsung yang memberikan kontribusi ekonomi, karena partner tidak langsung ini mempunyai hak atas nilai tambah yang telah diperoleh perusahaan (Pramiana et al., 2018).

Syariah *Enterprise Theory* merupakan teori yang mengakui adanya pertanggungjawaban tidak hanya kepada pemilik perusahaan saja melainkan kepada kelompok *stakeholders*. Dalam Syariah *Enterprise Theory*, Allah merupakan sumber amanah utama. Sedangkan sumber daya yang dimiliki oleh para *stakeholder* merupakan amanah dari Allah yang di dalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk menggunakannya dengan cara dan tujuan yang sudah ditetapkan oleh Sang Maha Pemberi Amanah.

Dengan menempatkan Allah sebagai *Stakeholder* tertinggi, maka tali penghubung akuntansi syariah yang mempunyai tujuan tetap yaitu untuk membangkitkan kesadaran ketuhanan para penggunanya akan tetap terjamin. Konsekuensi menetapkan Allah sebagai *stakeholder* tertinggi yaitu digunakannya sunnatullah sebagai basis bagi konstruksi akuntansi syariah, karena dengan

sunnatullah ini akuntansi syariah dibangun berdasarkan tata aturan atau hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Subhanahu Wata'ala (Novarela & Sari, 2015).

Stakeholder selanjutnya dalam teori ini yaitu manusia yang berperan sebagai pihak yang menerima pendistribusian nilai tambah, dapat dibedakan menjadi dua golongan yaitu *direct-stakeholders* dan *indirect-stakeholders*. *Direct-stakeholder* merupakan pihak-pihak yang berkaitan langsung dalam memberikan kontribusi terhadap perusahaan, baik dalam bentuk kontribusi keuangan maupun non-keuangan. Sedangkan *indirect-stakeholders* yaitu pihak yang tidak berkaitan langsung dalam memberikan kontribusi terhadap bisnis perusahaan (Kalbarini, 2018; Novarela & Sari, 2015).

Syariah *Enterprise Theory* dioperasionalisasikan dalam bentuk konsep nilai tambah syariah. Nilai tambah syariah sebagai konsep *income* dalam akuntansi syariah merupakan bentuk dari nilai tambah yang disyari'atkan dalam tiga hal yaitu halal, thoyib dan bebas riba. Pembentukan nilai tambah syariah harus dilakukan secara konsisten dengan mematuhi prinsip-prinsip kebenaran dan tidak melanggar ketentuan Allah, serta pertumbuhan harta dan mekanisme usaha yang sehat harus dilakukan dalam rangka menghilangkan sifat berlebihan dalam memperoleh harta (Kalbarini, 2018).

Konsep *Syariah Enterprise Theory* dalam hal ini yaitu pertanggung jawaban atas upaya pengembangan UMKM dengan mengubah sikap dan perilaku dalam pengelolaan keuangan setiap pelaku usaha agar UMKM mampu menentukan pilihan serta mampu memanfaatkan produk dan layanan jasa

keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik dan etika bisnis islam juga dapat mendorong adanya sikap tanggung jawab bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya, sehingga semua aktivitas bisnis dapat berjalan dengan lancar.

2.1.2 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior merupakan teori yang dikemukakan oleh Ajzen, dimana dalam teori ini dijelaskan bahwa sikap seseorang dapat menentukan perilaku seseorang tersebut. Karena sikap keuangan yang baik serta tingkat literasi keuangan yang tinggi yang dimiliki setiap individu membuat perilaku pengelolaan keuangannya akan jauh lebih baik lagi (Rachmawati & Nuryana, 2020).

Ada beberapa faktor individu yang ada di dalam *Theory of Planned Behavior*, Faktor-faktor tersebut meliputi faktor informasi, faktor personal, dan faktor sosial. Faktor individu sendiri yaitu sikap seseorang dalam menghadapi suatu hal seperti, kepribadian, kecerdasan, nilai hidup, dan emosi. Faktor sosial meliputi usia, agama, jenis kelamin, pendapatan, etnis, dan pendidikan. Pengetahuan serta ekspos pengalaman di media merupakan faktor informasi.

TPB sangat sesuai untuk digunakan untuk menjelaskan berbagai perilaku di dalam kewirausahaan. Sebagaimana dikatakan oleh Ajzen (1991) bahwa *TPB is suitable to explain any behavior which requires planning, such as entrepreneurship* (TPB cocok untuk menjelaskan perilaku apapun yang memerlukan perencanaan, seperti kewirausahaan). Teori ini menunjukkan bahwa

literasi keuangan akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil suatu keputusan bagi pemilik UMKM dalam melakukan pengelolaan usahanya.

2.2 Variabel – Variabel Penelitian

2.2.1 Literasi keuangan

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 mengenai peningkatan literasi dan inklusi keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen dan/atau masyarakat, literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku individu untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam pengaplikasian pengelolaan keuangan baik dalam mendapatkan dan mengevaluasi informasi umumnya diperuntukkan untuk pengambilan keputusan dengan melihat konsekuensi yang diterima. Literasi keuangan ini berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mengelola dan melakukan perencanaan terhadap keuangan (M. Sari, 2019). Literasi keuangan juga merupakan faktor yang fundamental bagi pertumbuhan ekonomi dan stabilitas keuangan bagi konsumen, karena literasi keuangan yang baik akan memberikan informasi yang memadai tentang produk, pemahaman resiko pada pelanggan, serta dapat meningkatkan pemasukan pajak bagi pemerintah untuk memaksimalkan pengembangan infrastruktur dan fasilitas pelayanan publik (Aribawa, 2016).

2.2.1.1 Prinsip Dasar Literasi Keuangan

Terdapat beberapa prinsip dasar literasi keuangan menurut SNLKI (2017), antara lain yaitu :

1. Terencana dan terukur

Kegiatan ini memiliki konsep yang sesuai dengan sasaran, strategi, kebijakan otoritas dan kebijakan pelaku usaha jasa keuangan serta memiliki indikator untuk memperoleh informasi peningkatan literasi keuangan.

2. Berorientasi pada pencapaian

Kegiatan dilakukan untuk tujuan peningkatan literasi keuangan dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada.

3. Berkelanjutan

Kegiatan dilakukan secara berkesinambungan untuk mencapai tujuan yang direncanakan serta memiliki aspek jangka panjang. Dalam penerapan prinsip berkelanjutan, pelaku usaha jasa keuangan perlu mengutamakan pemahaman terhadap pengelolaan keuangan, lembaga, produk dan/atau layanan jasa keuangan.

4. Kolaborasi

Kegiatan dilakukan melibatkan seluruh pemangku kepentingan dalam pelaksanaan kegiatan secara bersama-sama.

2.2.1.2 Tingkat Literasi Keuangan

Menurut OJK (2017), tingkat literasi keuangan seseorang dapat dibedakan menjadi empat jenis tingkatan, antara lain yaitu :

a) *Well Literate*

Seseorang mempunyai pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan resiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam penggunaan produk dan jasa keuangan.

b) *Sufficient Literate*

Seseorang mempunyai pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan resiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

c) *Less Literate*

Seseorang hanya mempunyai pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.

d) *Not Literate*

Seseorang tidak mempunyai pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2.2.1.3 Pengukuran Tingkat Literasi Keuangan

Pengklasifikasian indikator dalam penelitian mengacu pada penelitian terdahulu. Kemudian, peneliti menentukan indikator yang akan digunakan dengan memilih indikator yang paling banyak digunakan untuk mengukur variabel literasi keuangan. Menurut (Wulandari, 2019) (Sanistasya et al., 2019), (Yanti, 2019), (M. Sari, 2019), pengetahuan umum keuangan, tabungan dan pinjaman, sikap keuangan dan perilaku keuangan merupakan indikator yang paling banyak digunakan untuk mengukur tingkat literasi keuangan.

2.2.2 Etika Bisnis Islam

Istilah “etika” dan “moral” dipergunakan secara bergantian dengan tujuan yang sama. Etika berasal dari Bahasa latin “etos” yang berarti “kebiasaan”, yang mana sinonimnya adalah “moral”, dan juga berasal dari Bahasa yang sama “mores” yang berarti “kebiasaan”, sedangkan bahasa arabnya “akhlak”, bentuk jamak dari mufradnya “khuluq” artinya “budi pekerti”. Keduanya dapat didefinisikan sebagai adat istiadat atau kebiasaan yang menunjuk terhadap perilaku manusia itu sendiri, tindakan ataupun sikap yang dianggap benar atau baik. Nilai etik, moral atau akhlak ialah nilai-nilai yang mendorong manusia supaya menjadi pribadi yang lebih utuh seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan serta cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan dapat menyempurnakan hakikat manusia dengan seutuhnya (Anindya, 2017).

Etika bisnis islam ialah suatu bagian yang tidak dapat terpisahkan dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis. Permasalahan etika dan ketaatan terhadap hukum yang berlaku merupakan dasar yang kuat yang harus dimiliki oleh para pelaku bisnis dan akan menjadi penentu tindakan dan perilaku apa yang akan dilakukan dalam bisnisnya (Faradiska & Asytuti, 2019). Etika bisnis sesungguhnya telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Yang mana selain mempunyai sifat ulet dan berdedikasi dalam berdagang, beliau juga mempunyai sifat shiddiq, amanah, tabligh dan fathanah (Barus & Nuriani, 2016).

2.2.2.1 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis menurut Al-Qur’an, antara lain :

1. Melarang bisnis yang dilakukan dengan proses kebatilan (QS. 4 : 29). Bisnis harus di dasari kerelaan dan keterbukaan antara kedua belah pihak dan tanpa ada pihak yang dirugikan. Orang yang berbuat batil termasuk perbuatan aniaya, melanggar hak dan berdosa besar (QS. 4:30). Sedangkan orang yang menghindarinya akan selamat dan mendapat kemuliaan (QS. 4 : 31)
2. Tidak boleh mengandung unsur riba (QS. 2:275)
3. Kegiatan bisnis juga memiliki fungsi sosial baik melalui zakat dan sedekah (QS. 9:34). Pengembangan harta tidak akan terwujud kecuali melalui interaksi antar sesama dalam berbagai bentuknya
4. Melarang pengurangan hak atas suatu barang atau komoditasnya didapat diproses dengan media takaran atau timbangan karena merupakan bentuk kedzaliman (QS. 11 : 85), sehingga dalam praktek bisnis, timbangan harus disempurnakan (QS. 7:85, 2:205)
5. Pelaku bisnis dilarang berbuat dzalim (curang) baik begi dirinya sendiri maupun kepada pelaku bisnis yang lain (QS. 7:85, 2:205).

2.2.3 Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis merupakan sebuah capaian yang diperoleh perorangan atau perusahaan dalam mencapai suatu tujuan usahanya. Kinerja yang maksimal merupakan harapan utama sebuah unit bisnis dalam menjalankan usahanya. Kinerja bisnis juga mengarahkan para pelaku usaha untuk dapat menjalankan usahanya jauh lebih baik, untuk mecapai tingkat keberhasilan sesuai capaian yang sudah ditargetkan baik secara kualitas maupun kuantitas (N. P. Sari, 2020; Zuliati et al., 2017).

2.2.3.1 Pengukuran Kinerja Bisnis UMKM

Pengukuran kinerja bisnis semakin berkembang dari kinerja keuangan menjadi kinerja strategis seperti kepuasan konsumen (Ihwan Susila, 2015). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Aribawa (2016) bahwa pengukuran variabel kinerja menggunakan 5 pernyataan pengukuran. Pengukuran kinerja bisnis secara garis besar dilakukan dengan menggunakan dua aspek yaitu aspek keuangan dan aspek non-keuangan. Aspek keuangan dalam pengukuran kinerja bisnis ini yaitu meliputi pendapatan operasional, tingkat penjualan, tingkat keuntungan, dan pertumbuhan asset. Sedangkan untuk aspek non-keuangan pengukurannya dimaksudkan untuk memproyeksikan kondisi jangka panjang dari sebuah perusahaan yang dapat diukur melalui aspek pemasarannya seperti pangsa pasar, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen dan komplain dari konsumen ataupun dari aspek pertumbuhan organisasi (Wajdi et al., 2018).

Dalam menentukan indikator, peneliti mengklasifikasikan indikator-indikator penelitian terdahulu. Kemudian, peneliti menentukan indikator yang akan digunakan dengan memilih indikator yang paling banyak digunakan untuk mengukur variabel kinerja bisnis UMKM. Instrumen pengukuran kinerja bisnis UMKM yang digunakan dalam penelitian didasarkan pada instrumen sebelumnya. Menurut Asyhari et al (2018), Arodi (2017), Aribawa (2016) Yanti (2019) yang menggunakan indikator dimensi pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan dan antisipasi produk.

2.2.4 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

2.2.4.1 Pengertian UMKM

Dalam pasal 1 Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjelaskan mengenai pengertian dari masing-masing usaha. Diantaranya adalah sebagai berikut :

- Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana mestinya yang diatur dalam Undang-undang
- Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang
- Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang.

2.2.4.2 Kriteria UMKM

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pasal 6 tentang kriteria UMKM, antara lain yaitu sebagai berikut :

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut :
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut :
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut :
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul & Peneliti	Variabel & Metode Analisis	Hasil
1.	<p>Judul : Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah</p> <p>Peneliti : (Aribawa, 2016)</p>	<p>Variabel independen : Literasi Keuangan</p> <p>Variabel Dependen : Kinerja UMKM dan Keberlangsungan UMKM</p> <p>Metode Analisis : menggunakan model persamaan struktural berbasis <i>partial least square</i>.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa :</p> <p>1. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM</p> <p>2. Literasi keuangan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha.</p>
2.	<p>Judul : Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlanjutan UMKM di Kota Surabaya</p> <p>Peneliti : (Rahayu, 2017)</p>	<p>Variabel Independen : Literasi Keuangan</p> <p>Variabel Dependen : Kinerja dan Keberlanjutan UMKM</p> <p>Metode Analisis : Menggunakan <i>Partial Least Square</i></p>	<p>Hasil penelitian Menunjukkan bahwa :</p> <p>1. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM</p> <p>2. Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap keberlanjutan UMKM</p>
3.	<p>Judul : Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di</p>	<p>Variabel Independen : Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan</p> <p>Variabel Dependen : Kinerja UMKM</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa :</p> <p>1. Inklusi Keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM</p>

	Kecamatan Moyo Utara Peneliti : (Yanti, 2019)	Metode Analisis : Menggunakan analisis regresi linier berganda	2. Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM
4.	Judul : Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Usaha di Kalimantan Timur Peneliti : (Sanistasya et al., 2019)	Variabel Independen : Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Variabel Dependen : Kinerja Usaha Kecil Metode Analisis : <i>Partial Least Square</i> (PLS)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Terdapat pengaruh positif signifikan literasi keuangan terhadap kinerja usaha kecil di Provinsi Kalimantan Timur Terdapat pengaruh positif dan signifikan inklusi keuangan terhadap kinerja usaha kecil di Provinsi Kalimantan Timur
5.	Judul : Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan terhadap kinerja UMKM (studi kasus pada UMKM Provinsi DKI Jakarta) Peneliti : (Wulandari, 2019)	Variabel Independen : Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Variabel Dependen : Kinerja UMKM Metode Analisis : Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM Provinsi DKI Jakarta Inklusi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Provinsi DKI Jakarta Literasi keuangan dan inklusi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM

			<p>Provinsi DKI Jakarta</p> <p>Tingkat literasi keuangan UMKMd di Provinsi DKI Jakarta sebesar 58% yang berarti termasuk dalam kategori rendah karena <60% dan tingkat inklusi keuangan sebesar 37% yang berarti termasuk dalam kategori rendah karena <60%</p> <p>Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil koefisien determinan R sebesar 13,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan inklusi keuangan adalah sebesar 13,9%. Sedangkan sisanya sebesar 0,861%/86,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.</p>
6.	<p>Judul :</p> <p>Analisis Tingkat Literasi Keuangan pada UMKM Perempuan Bidang fashion di unit</p>	<p>Variabel Independen :</p> <p>Tingkat Literasi Keuangan</p> <p>Variabel Dependen :</p> <p>UMKM Perempuan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa, indikator pada <i>financial knowledge</i> tingkat literasi keuangan UMKM bidang</p>

	<p>Pasar Kencong Baru</p> <p>Peneliti : (M. Sari, 2019)</p>	<p>Bidang Fashion</p> <p>Metode Analisis : Analisis deskriptif</p>	<p>fashion di unit pasar kencong baru juga terdapat pada kategori menengah dimana skor rata-rata adalah 69%, indikator <i>financial skill</i> dengan skor 67% termasuk dalam kategori menengah. Indikator <i>financial behavior</i> termasuk dalam kategori menengah dengan skor 61%, indikator kinerja keuangan termasuk dalam kategori menengah dengan skor sebesar 60%, dan indikator <i>financial attitude</i> termasuk dalam kategori menengah dengan skor sebesar 74%.</p>
7.	<p>Judul : Peran Mediasi Keunggulan Kompetitif pada faktor Determinan Kinerja Bisnis UKM di Sentra Tenun Batik di Jawa Tengah</p> <p>Peneliti : (Asyhari et al., 2018)</p>	<p>Variabel Mediasi : Keunggulan Kompetitif</p> <p>Variabel Dependen : Kinerja Bisnis UKM</p> <p>Metode Analisis : <i>Partial least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i></p>	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa : Secara keseluruhan berdasarkan hasil studi, kualitas strategi bisnis, etika perilaku penjual, inovasi proses, perspektif orientasi kewirausahaan dan adaptabilitas lingkungan usaha merupakan faktor determinan peningkatan kinerja bisnis UMKM. Upaya meningkatkan</p>

			kinerja bisnis UKM dapat dicapai melalui peningkatan keunikan produk batik seperti menggunakan teknologi <i>eco printing</i> dalam pewarnaannya.
8.	<p>Judul : Faktor-faktor yang Mempengaruhi dan Menghambat Kesiapan Usaha Mikro kecil, Menengah (UMKM) dalam Menerapkan Standar Akuntansi Keuangan-Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK-ETAP) Studi Kasus Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Madya Semarang</p> <p>Peneliti : (Wahyundaru, 2019)</p>	<p>Variabel Independen : Persiapan pembuatan SAK-ETAP dalam laporan keuangan</p> <p>Variabel Dependen : Persepsi UMKM tentang penerapan SAK-ETAP</p> <p>Metode Analisis : <i>Content analysis</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Pemahaman pengelola UMKM tentang implementasi SAK-ETAP belum baik Pengelola UMKM mempersepsikan bahwa dengan menerapkan SAK-ETAP dapat mempermudah peminjaman ke Bank, selain itu juga memberikan informasi tentang kondisi usaha baik omset maupun laba secara rinci setiap bulannya.</p> <p>Faktor-faktor yang menghambat penerapan SAK-ETAP adalah belum baik, walaupun ada beberapa hal sudah siap.</p>
9.	<p>Judul : Peran Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja</p>	<p>Variabel Independen : Etika Bisnis Islam</p> <p>Variabel Dependen :</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Etika bisnis islam</p>

<p>Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Pangan di Kota Bogor</p> <p>Peneliti : (Ayyubi & Anggraini, 2016)</p>	<p>Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)</p> <p>Metode Analisis : <i>Partial Least Square-Structural Equation Modelling</i> (PLS-SEM)</p>	<p>mempengaruhi kinerja bisnis internal dan pertumbuhan, dan pertumbuhan dan pembelajaran masing-masing sebesar 63,6%, 38,9% dan 67%. Variabel pertumbuhan dan pembelajaran berpengaruh positif terhadap variabel bisnis internal sebesar 41,4%, sedangkan variabel bisnis internal berpengaruh positif terhadap variabel pelanggan sebesar 29,9% dan variabel pelanggan berpengaruh positif terhadap variabel finansial sebesar 47,1%. Etika bisnis islam tidak berpengaruh langsung terhadap peningkatan kinerja perspektif finansial. Namun, etika bisnis islam dapat mempengaruhi terbentuknya ketiga kinerja lainnya yang akan mempengaruhi kinerja finansial. Dan Berdasarkan hasil penelitian, Etika bisnis islam berpengaruh positif</p>
---	---	--

			terhadap kinerja UMKM
--	--	--	-----------------------

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Apabila sebuah usaha memiliki pengetahuan keuangan yang baik maka kinerja bisnis suatu perusahaan juga akan meningkat. Aribawa (2016) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM. Karena dalam hal ini, pelaku usaha pada sektor UMKM memiliki kemampuan pengetahuan literasi keuangan yang cukup memadai sehingga dapat mengambil keputusan bisnis atau membuat perencanaan keuangan untuk meningkatkan kemampuan usaha dalam bertahan menghadapi krisis dan keberlanjutan usaha jangka panjang. Literasi keuangan berpengaruh kepada cara berpikir seseorang terhadap kondisi keuangan serta mempengaruhi pengambilan keputusan yang strategis dalam hal keuangan dan pengelolaan yang lebih baik bagi pemilik usaha (Anggraeni, 2016).

Dengan memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, maka pelaku usaha dapat mengoptimalkan kinerja usahanya dengan lebih baik dalam pengoperasionalannya, karena semakin tinggi tingkat pengetahuan keuangan untuk pengelolaan usahanya maka akan meningkat pula kemampuan usahanya untuk bertahan ditengah krisis ekonomi dan membuat bisnis tersebut terus berlanjut dalam jangka waktu yang panjang (Rahayu, 2017).

H₁ : Literasi Keuangan Berpengaruh secara Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Bisnis UMKM

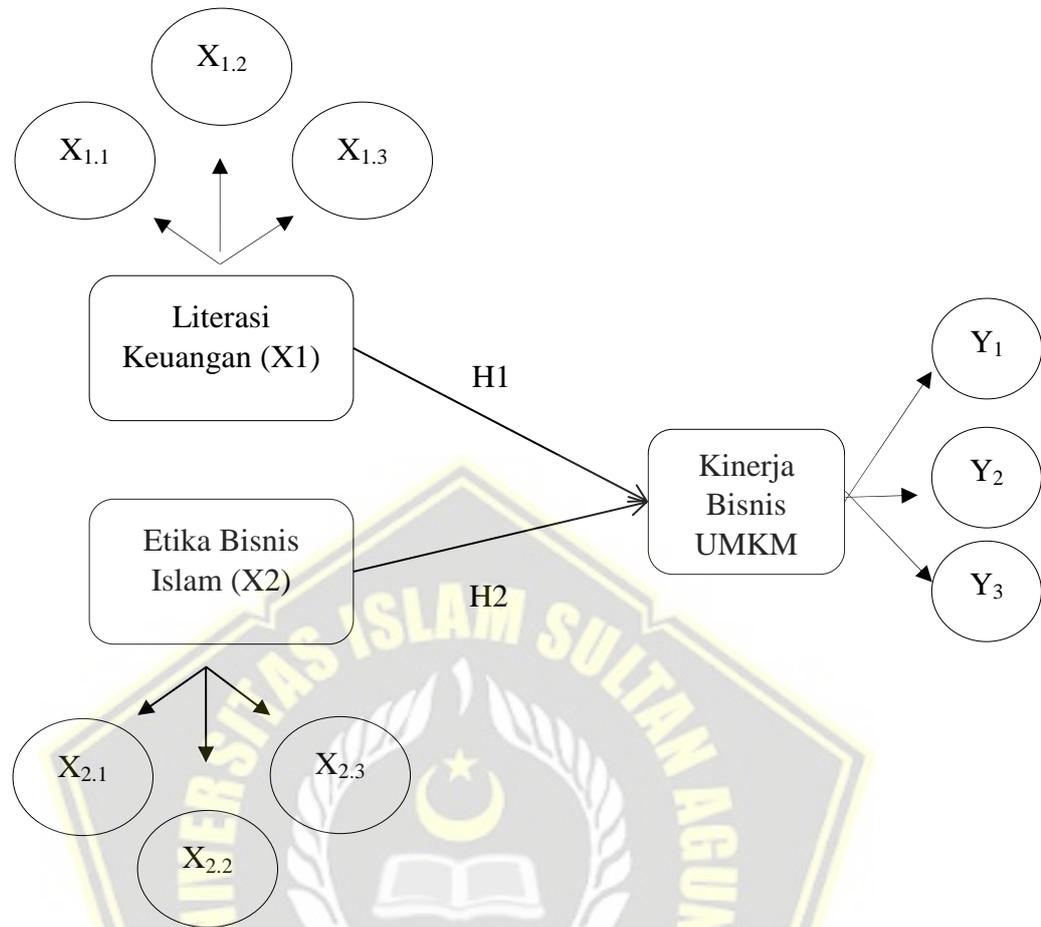
2.4.2 Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Ayyubi & Anggraini (2016) menyatakan bahwa etika bisnis islam berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Pelaksanaan etika dan moral islam pada manajemen sumber daya manusia sangat memberikan dampak yang positif bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja usahanya. Etika bisnis islam merupakan ilmu pengetahuan mengenai prinsip moral yang berperan untuk membedakan yang baik dan yang buruk, maupun yang harus dilakukan atau tidak dilakukan dalam berbisnis (Sholihah & Indrarini, 2019). Kunci sukses dalam berbisnis terletak pada etika yang diterapkan dalam berbisnis. Bagi sebuah usaha, etika bisnis termasuk hal yang paling penting dalam membangun kiprah sebuah usaha untuk meningkatkan kinerja usahanya. Penerapan etika bisnis islam merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadani et al (2015) menunjukkan bahwa islam merupakan agama yang mendorong kewirausahaan, dan islam dapat dianggap sebagai “agama wirausaha” yang artinya bahwa hal tersebut memungkinkan dalam mendorong kegiatan wirausaha.

H₂ : Etika Bisnis Islam Berpengaruh secara Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Bisnis UMKM

2.5 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian dibawah ini merupakan gambaran mengenai pengaruh Literasi Keuangan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis Pengusaha Muslim UMKM, dengan rangkaian gambar sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

Dari penjelasan diatas, maka selanjutnya peneliti akan menguraikan penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan etika bisnis islam terhadap kineja bisnis UMKM. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator pengetahuan umum keuangan, sikap keuangan dan perilaku keuangan untuk mengukur X1 dan Indikator jujur, menjual barang yang baik mutunya, dan tidak ada paksaan dalam berbisnis untuk mengukur X2. Seperti yang sudah dijelaskan dalam pengembangan hipotesis diatas, bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM, karena pelaku usaha yang memiliki kemampuan pengetahuan literasi keuangan yang cukup memadai maka

akan mempermudah dalam pengambilan keputusan bisnis untuk meningkatkan kemampuan usahanya. Variabel etika bisnis islam juga berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Ghozali (2016) pendekatan kuantitatif mempunyai ciri yaitu pendekatan yang mengungkapkan tentang interaksi antar variabel. Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer dikumpulkan secara khusus oleh peneliti, yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada pelaku UMKM di Kabupaten Kendal mengenai literasi keuangan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi merupakan keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Kendal. Dalam penelitian ini peneliti mengambil beberapa sampel responden pelaku UMKM di Kabupaten Kendal, sebagai langkah awal dalam pembentukan model pengukuran Kinerja Bisnis. Menurut data yang didapat dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Kendal, jumlah UMKM di Kabupaten Kendal yaitu sebanyak 4.957 unit.

3.2.2 Sampel

Dalam hal ini sampel merupakan sebagian jumlah dari populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Proportional Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang mempertimbangkan unsur-unsur atau kategori dalam populasi penelitian dan setiap anggota juga mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel sesuai dengan proporsinya. Pengambilan sampel secara proporsi ditentukan berdasarkan lokasi dengan mengambil banyaknya subyek dari beberapa kecamatan yang berada di Kabupaten Kendal yang ditentukan secara seimbang dengan banyaknya subyek dalam masing-masing strata. Jumlah sampel diambil berdasarkan rumus *Slovin* yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Dimana :

n = Jumlah Sampel yang diperlukan

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

Jumlah UMKM di Kabupaten Kendal yaitu sebanyak 4.957 unit. Maka populasi $N = 4.957$ dengan asumsi tingkat kesalahan $e = 10\%$, maka jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini sebanyak $n = \frac{4.957}{1+4.957(0,1)^2} = 99,97$ dibulatkan menjadi 100 pemilik UMKM di Kabupaten Kendal. Jadi

perhitungan tersebut untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 100 responden.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data primer yang digunakan meliputi beberapa persepsi para pelaku UMKM di Kabupaten Kendal yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner secara langsung mengenai Literasi Keuangan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM.

3.4 Metode pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan bentuk data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden tanpa perantara. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dilakukan melalui survei dengan menggunakan kuisisioner yang disebar kepada responden atau pelaku UMKM di Kendal Jawa Tengah dengan didukung adanya pertanyaan dalam kuisisioner yang menggunakan skala likert 5 point dengan skala pengukuran yaitu ; STS=Sangat Tidak Setuju, TS=Tidak Setuju, N=Netral, S=Setuju, dan SS=Sangat Setuju.

3.5 Variabel dan Definisi Operasional Penelitian

3.5.1 Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan variabel Independen. Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola keuangan.

kemampuan digunakan untuk pengambilan keputusan mengenai pengelolaan keuangan pada saat ini maupun pada masa depan, serta memiliki keterampilan dalam menyusun strategi keuangan. Pengukuran variabel literasi keuangan pada UMKM menggunakan indikator pengukuran dengan mengacu pada pengetahuan umum keuangan, sikap keuangan dan perilaku keuangan. Indikator pengukuran ini diukur menggunakan skala likert 5 point.

3.5.2 Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam merupakan variabel independen. Etika bisnis islam merupakan suatu kebiasaan yang berkaitan dengan kegiatan berbisnis yang berpedoman pada Al-Qur;an dan Hadist yang harus dijadikan acuan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Etika bisnis islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab udah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar (Juliyani, 2016). Indikator yang digunakan untuk mengukur etika bisnis islam pada UMKM yaitu meliputi; jujur, menjual barang yang baik mutunya, dan tidak ada paksaan dalam berbisnis yang diukur menggunakan skala likert 5 point.

3.5.3 Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis merupakan variabel Dependen. Kinerja bisnis merupakan sebuah capaian atau prestasi yang diperoleh perorangan atau perusahaan sebagai kunci utama dalam mencapai suatu tujuan usahanya serta untuk dapat bertahan dalam era global. Pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert 5

point dengan indikator pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan antisipasi produk.

3.6 Indikator Pengukuran Variabel

Tabel 3. 1 Indikator Pengukuran Variabel

No.	Variabel Penelitian	Indikator Pengukuran yang Digunakan	Skala Pengukuran
1.	Literasi Keuangan (X1)	a. Pengetahuan umum keuangan b. Sikap keuangan c. Perilaku keuangan (Sanistasya et al., 2019)	Skala Likert 1-5
2.	Etika Bisnis Islam (X2)	a. Jujur b. Menjual barang yang baik mutunya c. Tidak ada paksaan dalam berbisnis (Ayyubi & Anggraini, 2016)	Skala Likert 1-5
3.	Kinerja Bisnis UMKM (Y)	a. Pertumbuhan Penjualan b. Pertumbuhan Pelanggan c. Antisipasi Produk (Aribawa, 2016; Asyhari et al., 2018)	Skala Likert 1-5

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif merupakan alat statistik yang memberi gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, median, standar deviasi , varian, maksimum, minimum, sum dan lainnya (Ghozali, 2018). Analisis statistik

deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberi gambaran mengenai Pertumbuhan penjualan, Pertumbuhan Pelanggan dan Antisipasi Produk.

3.7.2 Analisis PLS (*Partial Least Square*)

Partial Least Square (PLS) merupakan metode analisis yang powerful dan sering disebut juga sebagai *soft modeling* karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinary Least Square*) regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara multivariate dan tidak adanya problem multikolonieritas antar variabel eksogen (Ghozali & Latan, 2015).

3.7.2.1 Evaluasi Outer Model

Evaluasi *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model (Ghozali & Latan, 2015). *Outer model* dengan indikator refleksif dievaluasi melalui *convergent validity* dan *discriminant* dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *Cronbach alpha* untuk blok indikatornya. Sedangkan indikator formatif dievaluasi melalui *substantive content*-nya dengan membandingkan besarnya *relative weight* dan melihat signifikansi dari indikator konstruk (Ghozali & Latan, 2015).

Penjelasan mengenai mengenai model pengukuran (*outer model*) dengan menggunakan uji *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability* yaitu sebagai berikut :

- 1) ***Convergent Validity***, yaitu digunakan untuk mengukur besarnya korelasi antar konstruk dengan variabel laten. Hal ini berhubungan dengan prinsip-prinsip bahwa pengukuran manifest variabel dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. *Convergent validity* dapat dilihat dari nilai *loading factor*

untuk tiap variabel konstruk. Indikator individu dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi diatas 0,70, akan tetapi riset pada tahap pengembangan skala, loading 0.50 sampai 0.60 masih dapat diterima ((Ghozali & Latan, 2015).

- 2) ***Discriminant Validity***, berdasarkan prinsip bahwa pengukuran manifest variabel konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Untuk menguji validitas *discriminant* dengan indikator refleksif yaitu dengan memperhatikan nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus $> 0,70$. Cara lain yang dapat digunakan untuk menguji validitas *discriminant* yaitu dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model (Ghozali & Latan, 2015).
- 3) ***Composite Reliability***, uji reabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketetapan *instrument* dalam mengukur konstruk. Mengukur reliabilitas suatu konstruk menggunakan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability*. Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* diatas 0,70 (Ghozali & Latan, 2015).

3.7.2.2 Evaluasi Inner Model

Evaluasi *inner model* bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten (Ghozali & Latan, 2015). *inner model* dievaluasi dengan melihat besarnya presentase *variance* yang dijelaskan dengan melihat nilai *R-Square* untuk konstruk laten endogen, *Stone-Geisser Q-Square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural

(Ghozali & Latan, 2015). Selain melihat besarnya nilai *R-Squares*, evaluasi model PLS dapat juga dilakukan dengan Q^2 *predictive relevance* atau sering disebut *predictive sample reuse*. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai *predictive relevance*, sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance* (Ghozali & Latan, 2015).

3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengetahui serta mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau *R squared* (R^2). Nilai koefisien determinasi yaitu terletak pada 0 sampai 1. Klasifikasi koefisien korelasi yaitu 0 (tidak ada korelasi), 0 - 0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51 – 0,99 (korelasi kuat). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Apabila nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

3.7.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan metode PLS (*Partial Least Square*) dan menggunakan prosedur *bootstrapping*.

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dalam uji t terdapat dua keputusan dalam pengujian hipotesis ini diantaranya yaitu :

- Jika $\text{Sig } t < 0,05$ atau 5%, maka H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- Jika $\text{Sig } t > 0,05$ atau 5%, maka H_1 diterima. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Kendal. Data penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari jawaban responden melalui penyebaran kuesioner kepada Pengusaha Muslim UMKM Kabupaten Kendal. Kuesioner yang disebar sejumlah 120 lembar kuesioner, yang disebar pada pelaku UMKM di beberapa Kecamatan yang berada di Kabupaten Kendal. Responden mengisi kuesioner yang berisi pertanyaan maupun pernyataan yang diberikan oleh peneliti.

Hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, diperoleh data yang terlihat pada tabel 4.1 berikut menunjukkan secara singkat mengenai jumlah dan tingkat pengembalian kuesioner yang dijawab oleh responden.

Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Preesentase
Kuesioner yang disebar	120	100%
Kuesioner yang Kembali	100	83%
Kuesioner yang tidak Kembali	17	17%
Kuesioner yang cacat (tidak dapat diolah)	3	3%
Kuesioner yang dapat diolah	100	83%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa 120 kuesioner yang disebar kepada responden, sedangkan kuesioner yang dikembalikan kepada peneliti sejumlah 100 lembar eksemplar, kuesioner yang tidak kembali sejumlah 17 lembar eksemplar, kuesioner yang cacat (tidak dapat diolah) sejumlah 3 lembar eksemplar, dan kuesioner yang dapat diolah sebanyak 100 lembar eksemplar. Adapun alasan kuesioner yang cacat (tidak dapat diolah) karena responden tidak mengisi data dengan lengkap atau pengisian jawaban pada kuesioner tidak lengkap. Oleh karena itu, jumlah kuesioner yang dapat diolah hanya 100 eksemplar kuesioner.

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada table 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Frekuensi	Presentase
<25 tahun	12	12%
25-40 Tahun	38	38%
40-55 tahun	45	45%
>55 tahun	5	5%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, pada jenis pengelompokkan usia terlihat bahwa jumlah responden dengan usia < 25 tahun sebanyak 12 orang atau setara

dengan 12%, jumlah responden dengan usia 25-40 tahun sebanyak 38 orang atau 38%, jumlah responden dengan usia 40-55 tahun sebanyak 45 orang atau sekitar 45% dan jumlah responden dengan usia >55 tahun sebanyak 5 orang atau 5%. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini mayoritas berusia 40-55 tahun dimana kelompok tersebut tergolong kedalam kelompok usia produktif.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada table 4.2 berikut ini :

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
SD	17	17%
SMP/Sederajat	33	33%
SMA/Sederajat	32	32%
Diploma	4	4%
Sarjana (S1)	14	14%
Pasca Sarjana (S2/S3)	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak pertama yaitu SMP/Sederajat berjumlah 33% orang dengan presentase 33%, responden terbanyak kedua yaitu SMA berjumlah 32 orang dengan presentase 32%. Selanjutnya untuk responden terbanyak ketiga yaitu SD sebanyak 17 orang dengan presentase 17%.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha dapat dilihat pada tabel

4.4 berikut :

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Presentase
1.	Perdagangan	42	42%
2.	Makanan/Minuman	33	33%
3.	Fashion	5	5%
4.	Furniture	6	6%
5.	Elektronik	1	1%
6.	Jasa/Service	9	9%
7.	Pertanian/Peternakan	4	4%
8.	Usaha Lain	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan jenis usaha perdagangan sebanyak 42 responden, jenis usaha Makanan/Minuman 33 responden, jenis usaha fashion sebanyak 5 responden, jenis usaha furniture sebanyak 6 responden, jenis usaha elektronik sebanyak 1 responden, jenis usaha jasa/service sebanyak 9 responden, jenis usaha pertanian/peternakan sebanyak 4 responden.

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Tabel dibawah merupakan karakteristik responden berdasarkan lama usahanya :

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Keterangan	Frekuensi	Presentase
< 3 tahun	9	9%
1-3 tahun	45	45%
4-5 Tahun	16	16%
> 6 tahun	30	30%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden dengan lama usaha berdiri < 3 tahun sebanyak 9 responden atau 9%, lama usaha 1-3 tahun sebanyak 45 responden atau 45%, lama usaha 4-5 tahun sebanyak 16 responden atau 16% dan jumlah lama usaha berdiri > 6 tahun sebanyak 30 responden atau 30%. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar lamanya usaha responden berdiri berada di rentang waktu 1-3 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM pada kategori ini termasuk dalam tahap pengembangan.

4.2 Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel ini digunakan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel penelitian tersebut berada pada kategori rendah, sedang, atau tinggi. Indeks tanggapan responden tersebut diantaranya :

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Netral (N) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Berikut rumus yang digunakan untuk mengukur rentang skala responden :

$$RS = \frac{m - n}{k}$$

$$RS = \frac{5 - 1}{3} 1,33$$

Sumber : Ghozali, 2018

Keterangan :

RS = Rentang Skala

m = Skor Maksimal

n = Skor Minimal

k = Jumlah Kategori

Dar hasil perhitungan dengan rumus diatas, rentang skala indeks dibagi ke dalam 3 kelompok dengan rentang skala sebesar 1,33 yang akan digunakan sebagai dasar untuk menginterpretasikan nilai indeks, yaitu :

1. Nilai Indeks 1 – 2.33 = Rendah atau Tidak Baik
2. Nilai Indeks 2.34 – 3.67 = Sedang atau Cukup
3. Nilai Indeks 3.68 – 5 = Tinggi atau Baik

4.2.1 Literasi Keuangan

Berikut merupakan hasil tanggapan responden terkait variabel Literasi keuangan :

Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Literasi Keuangan

Indikator	Tanggapan Responden										Total Kuesioner	Σ Skor	Mean
	STS		TS		N		S		SS				
	F	a1	F	a2	F	a3	F	a4	F	a5			
1	0	0	1	2	16	48	68	272	15	75	100	397	3,97
2	0	0	0	0	9	27	72	288	19	95		410	4,1
3	0	0	1	2	9	27	72	288	18	90		407	4,07
4	1	1	1	2	8	24	76	304	14	70		401	4,01
5	0	0	1	2	12	36	77	308	10	50		396	3,56
6	0	0	1	2	21	63	71	284	7	35		384	3,84
7	0	0	0	0	15	45	65	260	20	100		405	4,05
8	0	0	0	0	21	63	64	256	15	75		394	3,94
9	0	0	2	4	21	63	66	264	11	55		386	3,86
10	0	0	1	2	22	66	46	184	31	155		407	4,07
Rata-rata Variabel Y													3,94

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Keterangan :

F : Jumlah Tanggapan Responden

a : Bobot Pernyataan

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa tanggapan responden pada indikator pertama yaitu “memiliki pengetahuan akuntansi dasar”. Diperoleh data bahwasanya responden yang menyatakan pendapat sangat setuju yakni sebanyak 15 responden, yang menyatakan pendapat setuju sebanyak 68 responden, yang menyatakan netral sebanyak 16 responden, responden yang menyatakan pendapat tidak setuju sebanyak 1 responden dan yang menyatakan sangat tidak setuju adalah 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator pertama ini

apabila dirata-rata yakni sebesar 3,97. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap indikator ini berada pada kategori “Tinggi” atau “Baik”.

Tanggapan responden pada indikator kedua yakni “memahami manfaat pengelolaan keuangan”. Diperoleh data bahwasanya yang menyatakan pendapat sangat setuju yakni sebanyak 19 responden, pendapat setuju sebanyak 72 responden, pendapat netral sebanyak 9 responden, pendapat tidak setuju yakni sebanyak 0 responden dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator kedua apabila dirata-rata yakni sebesar 4,1, yang berarti bahwa tanggapan responden pada indikator ini berada pada kategori tinggi atau baik.

Tanggapan responden terhadap indikator ketiga yakni “memahami cara mengelola keuangan secara efektif”. Diperoleh data bahwasanya responden yang menyatakan pendapat sangat setuju yakni sebanyak 18 responden, yang menyatakan pendapat setuju sebanyak 72 responden, yang menyatakan pendapat netral sebanyak 9 responden, yang menyatakan pendapat tidak setuju sebanyak 1 responden dan yang menyatakan pendapat sangat tidak setuju yaitu 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator ketiga ini apabila dirata-rata yakni sebesar 4,07. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden pada indikator ketiga ini berada di kategori baik.

Tanggapan responden pada indikator keempat yakni “dapat menganalisis laporan keuangan usaha”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju sebanyak 14 responden, pendapat setuju sebanyak 76 responden, netral sebanyak 8 responden, tidak setuju sebanyak 1 responden dan

sangat tidak setuju sebanyak 1 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator keempat ini apabila dirata-rata yakni sebesar 4,01. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden terhadap indikator keempat berada pada posisi tinggi atau baik.

Tanggapan responden pada indikator kelima yakni “memiliki sikap berani mengambil resiko dalam pengembalian keputusan keuangan”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju sebanyak 10 responden, pendapat setuju sebanyak 77 responden, pendapat netral sebanyak 12 responden, pendapat tidak setuju sebanyak 1 responden dan pendapat sangat tidak setuju yaitu 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator kelima ini apabila dirata-rata yakni sebesar 3,56. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden pada indikator kelima ini berada pada kategori sedang atau cukup.

Tanggapan responden pada indikator keenam yakni “dapat mengatur strategi untuk meminimalkan resiko keuangan”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju sebanyak 7 responden, pendapat setuju sebanyak 71 responden, pendapat netral sebanyak 12 responden, pendapat tidak setuju sebanyak 1 responden dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator keenam ini apabila dirata-rata yakni sebanyak 3,84. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden terhadap indikator keenam ini berada pada kategori tinggi atau baik.

Tanggapan responden pada indikator ketujuh yakni “melakukan target *planning* kedepan untuk usahanya”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju sebanyak 20 responden, pendapat setuju

sebanyak 65 responden, pendapat netral sebanyak 15 responden, pendapat tidak setuju sebanyak 0 responden dan pendapat sangat tidak setuju yakni 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator ketujuh ini apabila dirata-rata yakni sebesar 4,05. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden terhadap indikator ketujuh ini berada pada kategori yang tinggi atau baik.

Tanggapan responden pada indikator kedelapan yakni “melakukan *budgeting* dalam mendukung *planning* yang ada”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju sebanyak 15 responden, pendapat setuju sebanyak 64 responden, pendapat netral sebanyak 21 responden, pendapat tidak setuju sebanyak 0 responden dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator kedelapan ini apabila dirata-rata yakni sebesar 3,94. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden terhadap indikator kedelapan berada pada kategori baik.

Tanggapan responden pada indikator kesembilan yakni “mencatat penerimaan dan pengeluaran belanja harian secara kronologis”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju yakni 11 responden, pendapat setuju yakni 66 responden, pendapat netral yakni 21 responden, yang pendapat tidak setuju yaitu ada 2 responden dan pendapat sangat tidak setuju yakni 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator kesembilan ini apabila dirata-rata yakni sebesar 3,86. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden terhadap indikator ini berada pada kategori baik.

Tanggapan responden pada indikator kesepuluh yakni “berhati-hati dalam mengambil kredit atau hutang”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan

pendapat sangat setuju sebanyak 31 responden, pendapat setuju sebanyak 46 responden, pendapat netral sebanyak 22 responden, pendapat tidak setuju sebanyak 1 responden dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator kesepuluh ini apabila dirata-rata yakni sebesar 4,07. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden terhadap indikator ini berada pada kategori baik.

Berdasarkan penjelasan jumlah rata-rata masing-masing indikator pada variabel literasi keuangan diatas, diperoleh hasil akhir rata-rata pada variabel literasi keuangan tersebut menunjukkan angka sebesar 3,94. Sehingga dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel literasi keuangan berada di kategori tinggi atau baik.

4.2.2 Etika Bisnis Islam

Berikut ini hasil skor dari jawaban responden mengenai variabel Etika Bisnis Islam sebagai berikut :

Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Etika Bisnis Islam

Indikator	Tanggapan Responden										Total Kuesioner	Σ Skor	Mean
	STS		TS		N		S		SS				
	F	a1	F	a2	F	a3	F	a4	F	a5			
1	0	0	0	0	1	3	44	176	55	275	100	454	4,54
2	0	0	2	4	0	0	41	164	57	285		453	4,53
3	0	0	0	0	0	0	51	204	49	245		449	4,49
4	0	0	0	0	0	0	44	176	56	280		456	4,56
5	0	0	0	0	0	0	61	244	39	195		439	4,39
6	0	0	0	0	3	9	66	264	31	155		428	4,28
7	0	0	0	0	7	21	61	244	32	160		425	4,25

Rata-rata Variabel Y	4,43
-----------------------------	------

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Keterangan :

F : Jumlah Tanggapan Responden

a : Bobot Pernyataan

Pada tabel 4.7, tanggapan responden pada indikator pertama yakni “Barang dagang yang dijual kepada konsumen sesuai dengan kondisinya tanpa melebih-lebihkan dan tanpa mengurangi”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju yakni sebanyak 55 responden, pendapat setuju sebanyak 44 responden, pendapat netral sebanyak 1 responden, pendapat tidak setuju sebanyak 0 responden dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator pertama ini apabila dirata-rata yakni sebesar 4,54, yang mana dari hasil tersebut berarti bahwa tanggapan responden pada indikator ini termasuk dalam kategori tinggi atau baik.

Tanggapan responden pada indikator kedua yakni “Informasi yang disampaikan kepada konsumen sesuai dengan barang dagangan yang dijual dan tidak mengandung tipu daya”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju sebanyak 57 responden, pendapat setuju sebanyak 41 responden, pendapat netral yaitu 0 responden, pendapat tidak setuju sebanyak 2 responden dan pendapat sangat tidak setuju yaitu 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator kedua ini apabila dirata-rata yakni sebesar 4,53. Hal ini berarti bahwasanya tanggapan responden tersebut berada pada kategori tinggi atau baik.

Tanggapan responden pada indikator ketiga yakni “Tidak pernah mengurangi timbangan, ukuran dan jumlah barang yang telah dibeli konsumen”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju yakni sebanyak 49 responden, pendapat setuju sebanyak 51 responden, pendapat netral yaitu 0 responden, pendapat tidak setuju yaitu 0 responden dan pendapat sangat tidak setuju yaitu 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator ketiga ini apabila dirata-rata yakni sebesar 4,49. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden pada indikator ketiga ini berada pada kategori tinggi atau baik.

Tanggapan responden pada indikator keempat yakni “ Dalam berdagang selalu berusaha memberikan kualitas produk yang terbaik bagi konsumen”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju yakni sebanyak 56 responden, pendapat setuju sebanyak 51 responden, pendapat netral yaitu 0 responden, pendapat tidak setuju yaitu 0 responden dan pendapat sangat tidak setuju yaitu 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator keempat ini apabila dirata-rata yakni sebesar 4,56. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden pada indikator ini berada pada kategori baik.

Tanggapan responden pada indikator kelima yakni “Dalam berdagang selalu memberikan keterangan ketika ada kecacatan barang yang dijual”. Diperoleh data bahwasannya yang memberikan pendapat sangat setuju yakni sebanyak 39 responden, pendapat setuju sebanyak 61 rsponden, pendapat netral yaitu 0 responden, pendapat tidak setuju yaitu 0 responden dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator

kelima ini apabila dirata-rata yakni sebesar 4,39. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden pada indikator ini berada pada kategori baik.

Tanggapan responden pada indikator keenam yakni “Tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan yang dijual”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju yakni sebanyak 31 responden, pendapat setuju sebanyak 66 responden, pendapat netral sebanyak 3 responden, pendapat tidak setuju yaitu 0 responden dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator keenam ini apabila dirata-rata yakni sebesar 4,28. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden pada indikator ini berada pada kategori baik.

Tanggapan responden pada indikator ketujuh yakni “Dalam berdagang memberikan kebebasan kepada pedagang lain menjual barang dagangan yang sama dan bersaing secara sehat”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju yakni sebanyak 32 responden, pendapat setuju sebanyak 61 responden, pendapat netral sebanyak 7 responden, pendapat tidak setuju yaitu 0 responden dan pendapat sangat tidak setuju yaitu 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator ketujuh ini apabila dirata-rata yakni sebesar 4,25. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden pada indikator ketujuh ini berada pada kategori tinggi atau baik.

Berdasarkan penjelasan jumlah rata-rata dari masing-masing indikator pada variabel etika bisnis islam, diperoleh hasil akhir rata-rata pada variabel etika bisnis islam tersebut menunjukkan angka sebesar 4,43. Sehingga dengan hasil

tersebut, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden pada variabel etika bisnis islam ini berada pada kategori tinggi atau baik.

4.2.3 Kinerja Bisnis UMKM

Dibawah ini merupakan hasil skor dari jawaban responden terkait variabel kinerja bisnis UMKM sebagai berikut :

Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kinerja Bisnis UMKM

Indikator	Tanggapan Responden										Total Kuesioner	Σ Skor	Mean
	STS		TS		N		S		SS				
	F	a1	F	a2	F	a3	F	a4	F	a5			
1	0	0	0	0	7	21	75	300	18	90	100	411	4,11
2	0	0	0	0	14	42	67	268	19	95		405	4,05
3	0	0	0	0	13	39	68	272	19	95		406	4,06
4	0	0	1	2	22	66	66	264	11	55		409	4,09
5	0	0	0	0	11	33	79	316	10	50		399	3,99
6	0	0	1	2	5	15	75	300	19	95		412	4,12
Rata-rata Variabel Y													4,07

Sumber : Data primer diolah, 2021

Keterangan :

f : Jumlah tanggapan responden

a : Bobot pernyataan

Berdasarkan tabel diatas, tanggapan responden pada indikator pertama yakni “Adanya laju pertumbuhan penjualan dalam usaha yang saya miliki”.

Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju yakni sebanyak 18 responden, pendapat setuju sebanyak 75 responden, pendapatan netral sebanyak 7 responden, pendapat tidak setuju yaitu 0 responden dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Sehingga didapat hasil rata-

rata tanggapan responden terhadap variabel kinerja bisnis pada indikator pertama sebanyak 4,11 , yang mana hasil rata-rata tersebut termasuk pada kategori tinggi atau baik.

Tanggapan responden pada indikator kedua yakni “Keuntungan setiap bulan berfluktuatif”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju yakni sebanyak 19 responden, pendapat setuju sebanyak 67 responden, pendapat netral sebanyak 14, pendapat tidak setuju sebanyak 0 responden dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator kedua ini apabila dirata-rata yakni sebesar 4,05. Hal ini berarti tanggapan responden pada indikator kedua ini berada pada kategori baik.

Tanggapan responden pada indikator ketiga yakni “Mengalami peningkatan pada jumlah pelanggan”. Diperoleh data bahwasanya yang menyatakan pendapat sangat setuju sebanyak 19 responden, pendapat setuju sebanyak 68 responden, pendapat netral sebanyak 13, pendapat tidak setuju sebanyak 0 responden dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator ketiga ini apabila dirata-rata yaitu sebesar 4,06. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden pada indikator ketiga ini berada pada kategori tinggi atau baik.

Tanggapan responden pada indikator keempat yakni “Adanya jaminan ketepatan waktu pada pelanggan”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju yaitu sebanyak 11 responden, pendapat setuju sebanyak 66 responden, yang memberikan pendapat netral sebanyak 22, pendapat tidak setuju

sebanyak 1 responden dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator keempat ini apabila dirata-rata yaitu sebesar 4,09. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden pada indikator keempat berada di kategori tinggi atau baik.

Tanggapan responden pada indikator kelima yaitu “Antisipasi pemilik usaha saat terjadi peningkatan permintaan dalam tingkat produksi”. Diperoleh data responden yang menyatakan pendapat sangat setuju sebanyak 10 responden, yang menyatakan pendapat setuju sebanyak 79 responden, yang menyatakan pendapat netral sebanyak 11 responden, yang menyatakan pendapat tidak setuju sebanyak 0 responden dan yang menyatakan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator kelima ini apabila dirata-rata yaitu sebesar 3,99. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden dengan hasil tersebut pada indikator kelima ini berada pada kategori baik.

Tanggapan responden pada indikator keenam yaitu “Kesesuaian produk dengan spesifikasi yang ditawarkan”. Diperoleh data bahwasanya yang memberikan pendapat sangat setuju yaitu sebanyak 19 responden, pendapat setuju sebanyak 75 responden, pendapat netral sebanyak 5 responden, pendapat tidak setuju sebanyak 1 responden dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari indikator keenam ini apabila dirata-rata yaitu sebesar 4,12. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden pada indikator ini berada pada kategori tinggi atau baik.

Dari penjelasan jumlah rata-rata dari masing-masing indikator pada variabel kinerja bisnis diatas, hasil akhir rata-rata pada variabel kinerja bisnis ini menunjukkan hasil sebesar 4,07. Sehingga dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kinerja bisnis berada pada kategori tinggi atau baik.

4.3 Analisis Penilaian

4.3.1 Outer Model (Measurement Model)

Dalam mengevaluasi outer model terdapat tiga kriteria untuk mengevaluasi outer model ini diantaranya yaitu Convergent Validity, Discriminant Validity dan Composite Reliability.

Tabel 4. 9 Outer Loading

	Model Awal	Modifikasi
Literasi Keuangan		
LK1	0,659	
LK2	0,602	
LK3	0,756	0,708
LK4	0,723	0,709
LK5	0,684	
LK6	0,679	0,720
LK7	0,627	0,709
LK8	0,714	0,760
LK9	0,739	0,784
LK10	0,418	
Etika Bisnis Islam		
EB1	0,676	0,572

EB2	0,652	
EB3	0,805	0,766
EB4	0,769	0,770
EB5	0,769	0,820
EB6	0,758	0,826
EB7	0,688	0,748
Kinerja Bisnis		
KB1	0,574	
KB2	0,650	0,558
KB3	0,667	
KB4	0,651	0,672
KB5	0,844	0,866
KB6	0,668	0,787

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Dapat dilihat hasil pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS pada tabel diatas, bahwa nilai *outer model* atau korelasi antara konstruk dengan variabel pada awalnya belum memenuhi *convergent validity* karena masih terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai *loading factor* $< 0,50$. Modifikasi model dilakukan dengan mengeluarkan indikator-indikator yang memiliki nilai *loading factor* $< 0,50$. Pada model yang sudah dimodifikasi sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4.9 tersebut menunjukkan bahwa semua *loading factor* memiliki nilai $> 0,50$. Oleh karena itu, konstruk untuk semua variabel sudah tidak ada yang dieliminasi dari model.

4.3.2 Discriminant Validity

Uji validitas dapat dievaluasi dari nilai *discriminat validity*, jika nilai korelasi antar variabel dengan variabel konstruknya memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan korelasi variabel dengan variabel konstruk lain.

Tabel 4. 10 Uji Discriminant Validity

	KB	EB	LK
KB2	0,558	0,137	0,277
KB4	0,672	0,190	0,347
KB5	0,866	0,458	0,408
KB6	0,787	0,488	0,436
EB1	0,262	0,572	0,269
EB3	0,316	0,766	0,255
EB4	0,294	0,770	0,150
EB5	0,453	0,820	0,209
EB6	0,390	0,826	0,268
EB7	0,422	0,748	0,329
LK3	0,360	0,093	0,708
LK4	0,350	0,174	0,709
LK6	0,362	0,294	0,720
LK7	0,392	0,317	0,709
LK8	0,400	0,319	0,760
LK9	0,376	0,226	0,784

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa beberapa nilai *loading factor* untuk setiap indikator dari masing-masing variabel laten memiliki nilai *loading factor* paling besar jika dihubungkan dengan variabel laten lainnya. Hal ini berarti

menunjukkan bahwa setiap variabel laten sudah memiliki *discriminant validity* yang baik.

4.3.3 Uji Realiabilitas dan Average Variance Extracted (AVE)

Evaluasi model eksternal dapat dilihat dari hasil uji validitas dan reabilitas. Hasil tersebut dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilainya 0,70 dan nilai AVE (Average Variance Extracted) > 0,50. Berikut nilai *Composite Reliability* dan AVE untuk seluruh variabel.

Tabel 4. 11 Composite Reliability dan Average Variance Extracted

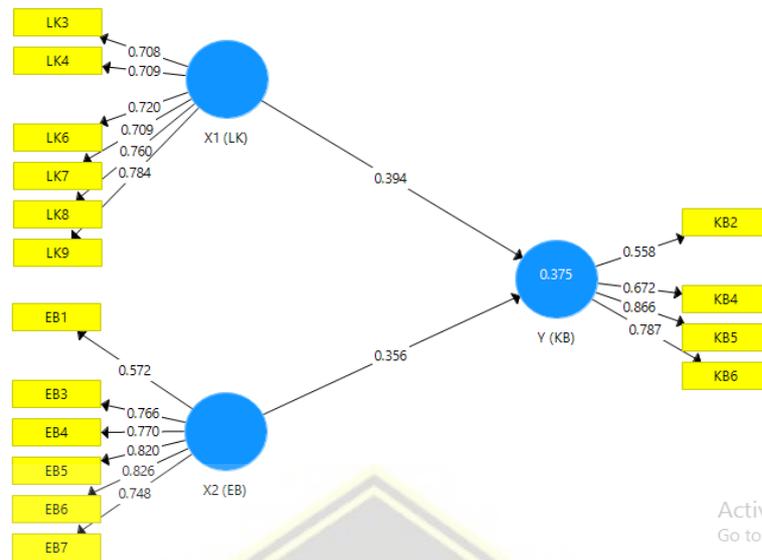
	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
LK	0,874	0,536
EB	0,887	0,570
KB	0,816	0,532

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Dari hasil output SmartPLS pada tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Composite Reliability* diatas 0,70 dan AVE diatas 0,50 sebagaimana kriteria yang direkomendasikan.

4.3.4 Analisis Penilaian Inner Model (Struktural Model)

Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan R-square dari model penelitian, model konstruk dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.



Gambar 4. 1 Model Struktural

4.3.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam menilai model PLS yaitu dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Tabel 4.12 merupakan hasil estimasi *R-square* dengan menggunakan SmartPLS.

Tabel 4. 12 Koefisien Determinasi (R^2)

	R Square
KB	0,375

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Nilai *R-square* pada variabel KB (Kinerja Bisnis) dipengaruhi sebesar 0,375 atau 37,5% oleh LK (Literasi Keuangan) dan EB (Etika Bisnis).

4.4 Uji Hipotesis

Penelitian ini terdapat 2 hipotesis yang mengukur adanya pengaruh antar variabel, sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 13 Koefisien Pengaruh Antar Variabel / Path Coefficients

	<i>Original sample(O)</i>	<i>T-Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	Keterangan
X1 (LK) → Y (KB)	0,394	3,737	0,000	Signifikan
X2 (EB) → Y (KB)	0,356	3,919	0,000	Signifikan

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Dalam PLS, pengujian statistik dari setiap hubungan yang dihipotesiskan yang dilakukan melalui simulasi. Dalam hal ini dilakukan dengan metode *bootstrapping* pada sampel. Pengujian dengan *bootstrapping* juga bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM secara langsung. Hal ini dapat dilihat dari nilai *t-statistic* yang lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 3,815. Dengan demikian, hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima, hal tersebut membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM.

4.5.2 Etika Bisnis Islam berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM

Berdasarkan perhitungan statistik, hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa hubungan variabel etika bisnis islam berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *t-statistic* yang lebih besar dari t tabel yaitu sebesar 3,908. Dengan demikian, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini di terima, hal tersebut membuktikan bahwa etika bisnis islam berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan etika bisnis islam terhadap kinerja bisnis UMKM. Penelitian dilakukan terhadap 100 UMKM di Kabupaten Kendal yang merupakan responden dari penelitian.

1. Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Kendal. Dengan memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, maka pelaku usaha dapat mengoptimalkan kinerja usahanya dengan lebih baik dalam pengoperasionalannya, karena semakin tinggi tingkat pengetahuan keuangan untuk pengelolaan usahanya maka akan meningkat pula kemampuan usahanya.
2. Etika bisnis Islam berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Kendal. Kunci sukses dalam berbisnis terletak pada etika yang diterapkan dalam berbisnis. Bagi sebuah usaha, etika bisnis termasuk hal yang paling penting dalam membangun kiprah sebuah usaha untuk meningkatkan kinerja usahanya.

5.2 Saran

1. Dalam penelitian ini pemahaman mengenai literasi keuangan sangat dibutuhkan terlebih pada UMKM di Kabupaten Kendal, karena rendahnya kinerja UMKM disebabkan oleh minimnya pengetahuan dan pemahaman UMKM terhadap keberadaan Lembaga keuangan atau literasi keuangan. Memahami literasi keuangan sangatlah penting untuk mencegah adanya tindakan penipuan dari jasa keuangan yang tidak jelas. Kemampuan yang dimiliki mengenai literasi keuangan dapat diimbangi dengan keyakinan akan produk dan jasa layanan lembaga keuangan untuk pengambilan keputusan keuangan.
2. Dalam meningkatkan kinerja bisnis UMKM, nilai-nilai etika bisnis Islam perlu diterapkan dan diperhatikan dalam berbisnis, penerapan etika bisnis islam yang tidak sesuai dapat berdampak buruk bagi kinerja bisnis UMKM. Pelaku UMKM senantiasa harus meningkatkan dan mengutamakan sikap jujur, dengan menjual barang yang baik mutunya dan tidak adanya paksaan dalam menjalankan bisnisnya agar terhindar dari segala penyimpangan yang tidak diinginkan atau tidak sesuai dengan syariat islam dan harus tetap berpegang teguh pada syariat islam.

5.3 Implikasi

5.3.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan atau wawasan mengenai pengaruh literasi keuangan dan etika bisnis islam terhadap kinerja

bisnis UMKM. Sehingga penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi semua pihak yang terlibat untuk dapat meningkatkan pemahaman mengenai literasi keuangan dan etika bisnis islam. Selain itu, penelitian ini dapat memotivasi para pelaku UMKM untuk meningkatkan literasi keuangannya yang masih rendah serta membantu dalam praktik pengelolaan keuangan untuk menambah pengetahuan keuangan pelaku UMKM dan lebih tertata dalam pembuatan laporan keuangannya sehingga hal tersebut dapat memperbaiki omset para pelaku usaha.

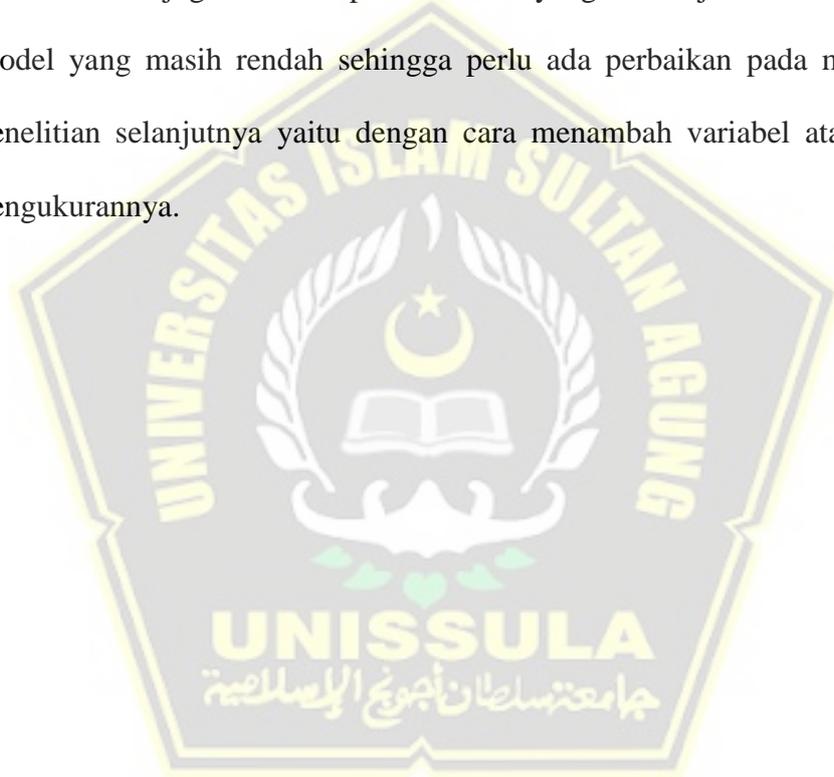
5.3.2 Implikasi Praktis

Harapan dilakukannya penelitian ini yaitu karena terdapat implikasi praktis bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan literasi keuangan, etika bisnis islam dan kinerja bisnis di Kabupaten Kendal dengan baik. Dimana untuk meningkatkan kinerja bisnisnya pelaku usaha harus mampu meningkatkan pengetahuan literasi keuangan karena semakin tinggi tingkat pengetahuan keuangan dalam pengelolaan usahanya, maka akan meningkat pula kemampuan usahanya. Selain itu, etika bisnis islam juga sangat penting diterapkan dalam setiap usaha, karena bagi sebuah usaha etika bisnis termasuk hal yang paling penting dalam membangun kiprah sebuah usaha untuk meningkatkan kinerja usahanya.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai prosedur ilmiah, namun demikian penelitian ini masih memiliki keterbatasan diantaranya yaitu :

1. Pada penelitian ini penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dan online yaitu melalui *google form*. Pengambilan data melalui *google form* sedikit terhambat karena beberapa responden masih belum terbiasa mengisi kuesioner dalam bentuk link *google form* dan sebagian responden juga lupa untuk mengisi data melalui *google form* tersebut. Sehingga peneliti akan selalu meminta bantuan responden untuk segera mengisi kuesioner tersebut.
2. Penelitian ini juga masih diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa adanya model yang masih rendah sehingga perlu ada perbaikan pada model untuk penelitian selanjutnya yaitu dengan cara menambah variabel atau indikator pengukurannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, B. D. (2016). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Pemilik Usaha Terhadap Pengelolaan Keuangan. Studi Kasus : Umkm Depok. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.7454/jvi.v4i1.50>
- Anindya, D. A. (2017). *Pengaruh Etika Bisnis islam terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua*. 2(2), 64–75.
- Aribawa, D. (2016). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA DAN*. 20(1), 1–13.
- Arodi, T. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Tingkat Pengembalian Kredit UMKM Makanan dan Minuman Malang Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah*, 5(2).
- Asyhari, A., Pudjihastuti, S. H., & Kurdaningsih, D. M. (2018). Peran mediasi keunggulan kompetitif pada faktor determinan kinerja bisnis UKM di sentra tenun batik di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 22(2), 111–131. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol22.iss2.art1>
- Ayyubi, S. El, & Anggraini, S. A. (2016). Peran etika bisnis Islam terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pangan di Kota Bogor. *Journal of Business & Banking*, 6(2). <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.1299>
- Barus, E. E., & Nuriani. (2016). Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan). *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(2), 125–146.
- Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-*

- Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 105.
<https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2837>
- Faradiska, D., & Asyuti, R. (2019). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam, Religiusitas, Dan Kreativitas Terhadap Keuntungan Pengusaha Konfeksi. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(3), 81–90.
<https://doi.org/10.36407/serambi.v1i3.125>
- Ghassani, N. (2015). KEMITRAAN PENGEMBANGAN UMKM” (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik). *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(2), 142–151.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0* (2nd ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Idawati, I. A. A., & Pratama, I. G. surya. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar*. 2(February), 1–9.
- Ihwan Susila. (2015). Pendekatan Kualitatif Untuk Riset Pemasaran Dan Pengukuran Kinerja Bisnis. *Benefit Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 12–23. <http://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/view/1413/967>
- Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*,

VII(1), 63–74.

Kalbarini, R. Y. (2018). Implementasi Akuntabilitas dalam Shari'ah Enterprise Theory di Lembaga Bisnis Syari'ah (Studi Kasus: Swalayan Pamella Yogyakarta). *Al-Tijary*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.21093/at.v4i1.1288>

Kasendah, B. S., & Wijayangka, C. (2019). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM*. 3(1), 153–160.

Latifiana, D. (2017). Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah (Ukm). *Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah (UMKM)*, 5. <https://www.neliti.com/publications/173134/studi-literasi-keuangan-pengelola-usaha-kecil-menengah-ukm#cite>

Lili Marlinah. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.

Novarela, D., & Sari, I. M. (2015). PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF SYARIAH ENTERPRISE THEORY (Studi Kasus pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 2, 145–160.

Octavia, A., Zulfarnetti, & Erida. (2017). Meningkatkan Daya Saing Daerah Melalui Peningkatan Kinerja Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Provisi Jambi. *Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan*, 4(3), 155–166. <http://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/view/4172>

Prakoso, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM se-Eks

- Karesidenan Besuki. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2), 151–161.
- Pramiana, O., Anisah, N., Pramiana, O., & Anisah, N. (2018). *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory*. 13(2), 169–182.
- Rachmawati, N., & Nuryana, I. (2020). Peran Literasi Keuangan dalam Memediasi Pengaruh Sikap Keuangan dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Keuangan. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 166–181. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37246>
- Rahayu, A. Y. (2017). *Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlanjutan umkm di kota surabaya*. 5(2016).
- Ramadani, V., Dana, L., Ratten, V., & Tahiri, S. (2015). The context of Islamic entrepreneurship and business : Concept , principles and perspectives The context of Islamic entrepreneurship and business : concept , principles and perspectives Veland Ramadani * Léo-Paul Dana Vanessa Ratten Sadush Tahiri. *International Journal of Business and Globalisation*, 15(January), 244–261.
- Rashin, M. A., & Ghina, A. (2018). Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(2), 213–219.
- Sanistasya, P. A., Raharjo, K., & Iqbal, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil di Kalimantan Timur. *Jurnal Economia*, 15(1), 48–59. <https://doi.org/10.21831/economia.v15i1.23192>
- Sari, M. (2019). *Analisis Tingkat Literasi Keuangan pada Bidang Fashion Di*

Unit Pasar Kencong Baru. 221–229.

Sari, N. P. (2020). Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Bisnis Pada Ukm Di Kabupaten Sidoarjo (Studi Empiris Pada Ukm Di Bidang Industri). *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 8(3).

Sholihah, F. A., & Indrarini, R. (2019). Pengaruh Persepsi Pelanggan terkait Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna E- Commerce. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 156–162. <http://journal.unesa.ac.id/index.php/jie>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.

syafri, R. (2019). Analisis Kinerja Islamic Human Resources Berdasarkan Metode Masalah Scorecard (Studi Kasus Pada PT.Inalum). *Jurnal Ekonomi Islam*, IV(9), 277–300. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Wahyundaru, S. D. (2019). *FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAN MENGHAMBAT KESIAPAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DALAM MENERAPKAN STANDART AKUNTANSI KEUANGAN- ENTITAS TANPA AKUNTABILITAS PUBLIK (SAK-ETAP) STUDI KASUS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI KOTAMADYA SEMARAN*.

Wajdi, M. F., Mangifera, L., Wahyuddin, M., & Isa, M. (2018). Peranan Aspek-Aspek Modal Manusia Pengusaha Terhadap Kinerja Bisnis UKM. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 20(2), 104–111.

Wulandari, R. (2019). *KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM (Studi Kasus Pada UMKM PROVINSI DKI JAKARTA) PROGRAM STUDI*

MANAJEMEN.

Yanti, W. I. P. (2019). *PENGARUH INKLUSI KEUANGAN DAN LITERASI KEUANGAN*. 2(1).

Zuliati, Budiman, N. A., & Delima, Z. M. (2017). *PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA UMKM (Studi Kasus pada UMKM di Kabupaten Kudus)* Zuliyati 1. *Universitas Budi Luhur*, 6(2), 181–200.



LAMPIRAN



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i Pelaku UMKM

di Kendal

Dalam rangka menyelesaikan studi pada Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, maka kami yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Chofifah Wafiyah

Prodi : S1 Akuntansi

Judul Penelitian : **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM (Studi Kasus pada UMKM di Kabupaten Kendal)”**

Memohon kesediaan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan bantuan dengan mengisi kuesioner yang disediakan. Adapun data yang akan diperoleh dari kuesioner ini hanya untuk penelitian. Data yang diperoleh dari penelitian ini semata-mata hanya untuk kajian ilmiah, sehingga kerahasiaan akan dijaga sesuai dengan kepentingan penelitian, sehingga Bapak/Ibu/Saudara tidak perlu khawatir untuk menyertakan identitas dan menjawab pernyataan yang ada. Atas kerja sama Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Kendal, 15 Januari 2021

Hormat saya,



Chofifah Wafiyah

Berikanlah tanda (√) sesuai dengan pilihan Bapak/Ibu/Saudara/i pada kolom yang tersedia.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : _____

Usia : _____

Agama : _____

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Pendidikan Terakhir : SD
 SMP/Sederajat
 SMA/Sederajat
 Diploma
 Sarjana (S1)
 Pascasarjana (S2/S3)

B. IDENTITAS USAHA

Nama Usaha : _____

Jenis Usaha : Perdagangan
 Makanan/Minuman
 Fashion
 Furniture
 Elektronik
 Jasa/Service
 Pertanian/Peternakan
 Usaha Lainnya : _____

Alamat & No.Tlp : _____

Lama Usaha : \leq 1 Tahun
 1 – 3 Tahun
 4 – 5 Tahun
 \geq 6 Tahun

Omset Perbulan : \leq Rp. 5000.0000
 Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000
 Rp. 10.000.000 – Rp. 25.000.000
 Rp. 25.000.000 – Rp. 100.000.000
 Rp. 100.000.000 – Rp. 200.000.000
 Rp. 200.000.000 – Rp. 4.000.000.000
 \geq Rp. 4.000.000.000

C. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berikanlah jawaban yang sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i, dengan cara memberi tanda (\surd) pada kolom yang tersedia. Jawaban diberikan dengan kriteria sebagai berikut :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

D. PERTANYAAN UNTUK RESPONDEN

Literasi Keuangan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memiliki pengetahuan akuntansi dasar					
2.	saya memahami manfaat pengelolaan keuangan					
3.	Saya memahami cara mengelola keuangan secara efektif					
4.	Saya dapat menganalisis laporan keuangan usaha saya					
5.	Saya memiliki sikap berani mengambil resiko dalam pengambilan keputusan keuangan					
6.	Saya dapat mengatur strategi untuk meminimalkan resiko keuangan					
7.	Melakukan target planning kedepan untuk usaha saya					
8.	Saya melakukan budgeting dalam mendukung planning yang ada					
9.	Saya mencatat penerimaan dan pengeluaran belanja harian secara kronologis					
10.	Saya berhati-hati dalam mengambil kredit atau hutang					

Etika Bisnis Islam

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Barang dagang yang dijual kepada konsumen sesuai dengan kondisinya tanpa melebih-lebihkan dan tanpa mengurangi					
2.	Informasi yang disampaikan kepada konsumen sesuai dengan barang dagangan yang dijual dan tidak mengandung tipu daya					
3.	Saya tidak pernah mengurangi timbangan,					

	ukuran dan jumlah barang yang telah dibeli konsumen					
4.	Dalam berdagang saya selalu berusaha memberikan kualitas produk yang terbaik bagi konsumen					
5.	Dalam berdagang saya selalu memberikan keterangan ketika ada kecacatan barang yang dijual					
6.	Saya tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan yang saya jual					
7.	Dalam berdagang saya memberikan kebebasan kepada pedagang lain menjual barang dagangan yang sama dan bersaing secara sehat					

Kinerja Bisnis UMKM

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Adanya laju pertumbuhan penjualan dalam usaha yang saya miliki					
2.	Keuntungan setiap bulan berfluktuatif					
3.	Mengalami peningkatan pada jumlah pelanggan					
4.	Adanya jaminan ketepatan waktu pada pelanggan					
5.	Antisipasi pemilik usaha saat terjadi peningkatan permintaan dalam tingkat produksi					
6.	Kesesuaian produk dengan spesifikasi yang ditawarkan					

Lampiran 2. Rekapitulasi Karakteristik Responden

Usia	J.kelamin	Pendidikan	J.Usaha	L. usaha	Omset	Lokasi Usaha
35 th	P	SMP	Perdagangan	1-3 thn	5-10 jt	Kec. Ngampel
47 th	L	SMP	Pedagangan	4-5 thn	5-10 jt	Kec. Ngampel
41 th	P	SMP	Pedagangan	4-5 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
51 th	P	SD	Pedagangan	> 6 th	< 5 jt	Kec. Ngampel
37 th	P	SMP	Pedagangan	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
62 TH	P	SD	Pedagangan	> 6 TH	< 5 jt	Kec. Ngampel
25 TH	P	DIMPLOMA	Makanan/minuman	> 6 TH	10-25 jt	Kec. Ngampel
20 th	P	SMA	Fashion	> 6 th	25-100 jt	Kec. Ngampel
52 th	L	SMA	perdagangan	> 6 th	< 5 jt	Kec. Ngampel
47 th	P	SMP	Makanan/minuman	> 6 th	< 5 jt	Kec. Ngampel
49 th	P	SMP	perdagangan	> 6 th	< 5 jt	Kec. Ngampel
42 th	P	SMP	Makanan/minuman	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
43 th	L	SMP	Makanan/minuman	> 6 th	< 5 jt	Kec. Ngampel
35 th	L	SMP	Makanan/minuman	> 6 th	< 5 jt	Kec. Ngampel
46 th	P	SD	Makanan/minuman	> 6 th	< 5 jt	Kec. Ngampel
27 th	P	S1	Jasa/Service	1-3 thn	5-10 jt	Kec. Ringinarum
49 th	P	SMP	Perdagangan	1-3 thn	<5 jt	Kec. Pegandon
47 th	P	SD	Makanan/minuman	1-3 thn	<5 jt	Kec. Ngampel
55 th	L	SMA	Jasa/Service	1-3 thn	<5 jt	Kec. Ngampel
50 th	L	SMP	Jasa/Service	1-3 thn	<5 jt	Kec. Ngampel
47 th	P	SD	perdagangan	1-3 thn	<5 jt	Kec. Ngampel
38 th	L	SMP	perdagangan	1-3 thn	<5 jt	Kec. Ngampel
55 th	L	SMP	Pertanian	1-3 thn	<5 jt	Kec. Ngampel
33 th	L	SMA	Jasa/Service	1-3 thn	<5 jt	Kec. Ngampel
52 th	P	SD	Makanan/minuman	< 1 th	< 5 jt	Kec. Pegandon
36 th	L	SMA	Jasa/Service	4-5 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
37 th	P	SMP	perdagangan	> 6 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
46 th	P	SD	Makanan/minuman	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
56 th	L	Diploma	perdagangan	4-5 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
59 th	P	SD	perdagangan	> 6 th	< 5 jt	Kec. Ngampel
25 th	P	S1	perdagangan	1-3 thn	5-10 jt	Kec. Ringinarum
42 th	L	SMP	Makanan/minuman	> 6 th	< 5 jt	Kec. Ngampel
33 th	P	SMA	Jasa/Service	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
25 th	L	S1	Furniture	> 6 th	25-100 jt	Kec. Ngampel
24 th	L	SMA	Makanan/minuman	1-3 thn	< 5jt	Kec. Brangsong
23 th	L	SMA	Makanan/minuman	< 1 th	< 5 jt	Kec. Ngampel
35 th	P	SMA	perdagangan	1-3 thn	<5 jt	Kec. Pegandon
50 th	P	SD	perdagangan	4-5 thn	<5 jt	Kec. Pegandon

47 th	P	SD	Makanan/minuman	> 6 th	< 5 jt	Kec. Ngampel
22 th	P	SMA	Fashion	4-5 thn	10 - 25 jt	Kec. Ngampel
52 th	L	S1	Makanan/minuman	> 6 th	< 5 jt	Kec. Pegandon
42 th	P	SMP	perdagangan	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Pegandon
47 th	P	SMP	Makanan/minuman	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Pegandon
37 th	L	SMA	perdagangan	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Pegandon
39 th	P	SMP	Makanan/minuman	4-5 thn	< 5 jt	Kec. Pegandon
46 th	P	SMA	Jasa/Service	4-5 thn	< 5 jt	Kec. Kendal
38 thn	P	SMA	Makanan/minuman	1-3 thn	< 5 jt	Kec. ngampel
46 th	P	SD	perdagangan	1-3 thn	< 5 jt	Kec. ngampel
30 th	L	S1	Perdagangan	1-3 thn	5 -10 jt	Kec. Ringinarum
50 th	L	SMP	Makanan/minuman	> 6 th	< 5 jt	Kec. Ringinarum
52 th	L	SMP	Perdagangan	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
21 th	P	S1	Makanan/minuman	< 1 thn	< 5 jt	Kec. Patebon
43 th	P	SMA	Perdagangan	4-5 thn	25-100 jt	Kec. Ringinarum
48 th	L	SMA	Perdagangan	> 6 th	< 5 jt	Kec. Kendal
23 th	P	SMP	Perdagangan	> 6 th	5-10 jt	Kec. Ngampel
45 th	P	SMP	Makanan/minuman	1-3 thn	< 5 ht	Kec. Ngampel
45 th	P	SMA	Fashion	1-3 thn	5-10 jt	Kec. Ngampel
27 th	L	SMA	Furniture	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
21 th	P	SMA	Makanan/minuman	1-3 thn	< 5 JT	Kec. Pegandon
55 th	P	SMA	Jasa/Service	4-5 thn	< 5 JT	Kec. Pegandon
40 TH	p	SMA	Perdagangan	> 6 TH	< 5 JT	Kec. Pegandon
21 TH	P	S1	Makanan/minuman	< 1 THN	< 5 JT	Kec. Kangkung
50 th	p	SD	Perdagangan	> 6 TH	5 -10 JT	Kec. Pegandon
55 th	L	DIPLOMA	Furniture	> 6 th	5-10 jt	Kec. Ngampel
38 th	L	SMP	Pertanian	4-5 thn	10-25 JT	Kec. Ringinarum
37 TH	P	Diploma	Perdagangan	1-3 thn	< 5 JT	Kec. Ringinarum
60 th	L	SD	Furniture	> 6 THN	10-25 JT	Kec. Kangkung
26 th	L	SMA	Pertanian/PETERN	1-3 thn	5-10 JT	Kec. Boja
37 th	L	SMP	Makanan/minuman	> 6 TH	< 5 JT	Kec. Brangsong
21 th	p	SMA	Makanan/minuman	1-3 thn	5-10 jt	Kec. Kaliwungu selatan
50 th	P	SMP	Makanan/minuman	4-5 thn	< 5 JT	Kec. Pegandon
21 th	p	SMA	Fashion	< 1 TH	< 5 JT	Kec. Pegandon
21 th	p	SMA	Perdagangan	1-3 thn	< 5 JT	Kec. Ngampel
25 th	L	SMA	Makanan/minuman	1-3 thn	< 5 JT	Kec. Kendal
25 th	L	S1	Perdagangan	> 6 TH	5 - 10 JT	Kec. Ngampel
45 th	p	SD	Perdagangan	> 6 TH	< 5 JT	Kec. ngampel
38 th	p	SMA	Makanan/minuman	> 6 TH	25 - 100 JT	Kec. Boja

58 th	L	S1	Perdagangan	> 6 TH	< 5 JT	Kec.Ngampel
53 th	L	S1	Makanan/minuman	1-3 thn	5-10 JT	Kec. Patean
22 TH	L	SMA	Furniture	< 1 TH	< 5 JT	Kec. Patebon
25 th	L	S1	Makanan/minuman	1-3 thn	< 5 JT	Kec. Limbangan
51 th	L	SD	Makanan/minuman	< 1 TH	< 5 JT	Kec. Pegandon
32 TH	P	SMP	Perdagangan	1-3 thn	< 5 JT	Kec.Ngampel
29 th	p	SMA	Perdagangan	1-3 THN	< 5 JT	Kec. Kaliwungu selatan
50 th	p	SD	Makanan/minuman	> 6 th	< 5 th	Kec. Boja
46 th	L	SMA	elektronik	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
41 th	L	SMA	Perdagangan	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
42 th	P	SMP	Perdagangan	1-3 thn	< 5 JT	Kec.Ngampel
27 th	L	SMP	Perdagangan	4-5 thn	< 5 JT	Kec. Gemuh
27 th	P	SMP	Perdagangan	< 1 th	< 5 jt	Kec. Weleri
27 th	L	SMP	Furniture	4-5 thn	5-10 jt	Kec. Ringinarum
36 th	L	SMP	Perdagangan	1-3 thn	5-10 jt	Kec. gemuh
45 TH	p	SMP	Perdagangan	4-5 thn	5-10 jt	Kec. Gemuh
29 th	L	SMP	Pertanian/PETERN	< 1 THN	< 5 JT	Kec. Ringinarum
54 th	p	SMA	Perdagangan	> 6 th	5-10 th	Kec. Brangsong
24 th	P	S1	Makanan/minuman	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Pegandon
29 th	p	S1	Jasa/Service	1-3 thn	< 5 jt	Kec. Ngampel
25 th	p	S1	Perdagangan	1-3 thn	< 5 JT	Kec. Cepiring
28 th	L	SMA	Makanan/minuman	4-5 thn	< 5 jt	Kec. Brangsong
21 th	p	SMA	Fashion	1-3 thn	< 5 JT	Kec. Ngampel



4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	39
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	41
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	47
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4	5	3	3	4	2	3	4	2	3	33
5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	42
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	39
3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	33
3	4	4	3	4	3	5	4	3	4	37
3	3	3	3	4	4	4	4	3	5	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	4	2	4	3	4	4	3	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	3	2	1	3	3	4	3	2	4	27
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	44
5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	41
3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	36
3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	37
3	3	3	4	5	4	5	4	4	5	40
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
4	5	5	5	4	3	4	4	3	5	42

4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	35
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	37
4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	40
4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	42
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38

b. Etika Bisnis UMKM (X2)

EB1	EB2	EB3	EB4	EB5	EB6	EB7	Total (X2)
4	4	5	5	4	4	5	31
5	5	5	5	4	5	5	34
4	5	5	5	5	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	5	29
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	4	34
4	5	4	4	4	4	4	29
5	4	5	5	5	5	4	33
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	5	5	5	5	33
5	5	4	4	4	3	3	28
5	5	5	5	4	4	4	32
5	5	5	5	5	4	4	33
5	5	4	4	5	5	4	32
5	5	5	5	4	3	3	30
5	5	5	4	4	4	4	31
4	5	4	4	4	3	3	27
5	5	5	4	4	4	4	31
5	5	4	4	4	4	4	30
5	5	5	4	4	4	4	31
5	5	5	5	4	4	4	32
4	4	4	5	4	4	4	29

5	5	4	5	4	4	4	31
5	5	5	5	5	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	5	4	4	32
5	5	5	5	5	4	5	34
5	5	5	5	4	4	4	32
5	5	4	4	4	4	4	30
5	5	5	5	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	4	4	4	4	30
5	5	5	5	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	5	5	5	5	4	33
5	5	4	4	4	4	5	31
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	4	4	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	5	5	34
5	5	5	5	5	4	4	33
5	5	4	4	4	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	4	5	4	5	5	30
5	5	4	4	4	4	4	30
5	5	5	5	4	4	4	32
4	4	4	5	5	5	5	32
4	4	4	5	5	5	5	32
4	4	4	5	5	4	3	29
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	5	5	4	4	30
4	2	4	4	4	4	3	25
5	4	5	5	5	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	5	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	5	4	4	3	29
4	2	4	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	28

5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	3	3	3	23
4	3	4	4	3	3	21
4	5	5	5	4	4	27
5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	4	4	4	27
5	5	4	4	3	3	24
5	5	5	4	4	4	27
5	5	5	5	4	3	27
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	3	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	3	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	4	4	21
5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	4	4	5	26
4	3	3	3	4	4	21
4	4	4	3	3	4	22
4	4	4	4	4	4	24
5	3	5	3	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	22
4	4	3	3	4	4	22
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
4	3	5	3	4	2	21
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	4	23
4	4	5	4	5	5	27

4	3	3	3	3	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	4	5	23
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	5	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	3	4	4	24
3	3	3	3	3	4	19
4	4	4	4	4	4	24
5	3	5	4	4	5	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	4	4	5	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	2	4	4	23
4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	3	4	20
4	4	4	5	5	5	27
5	4	4	3	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	4	4	4	22

Lampiran 4. Outer Loadings (Measurement Model)

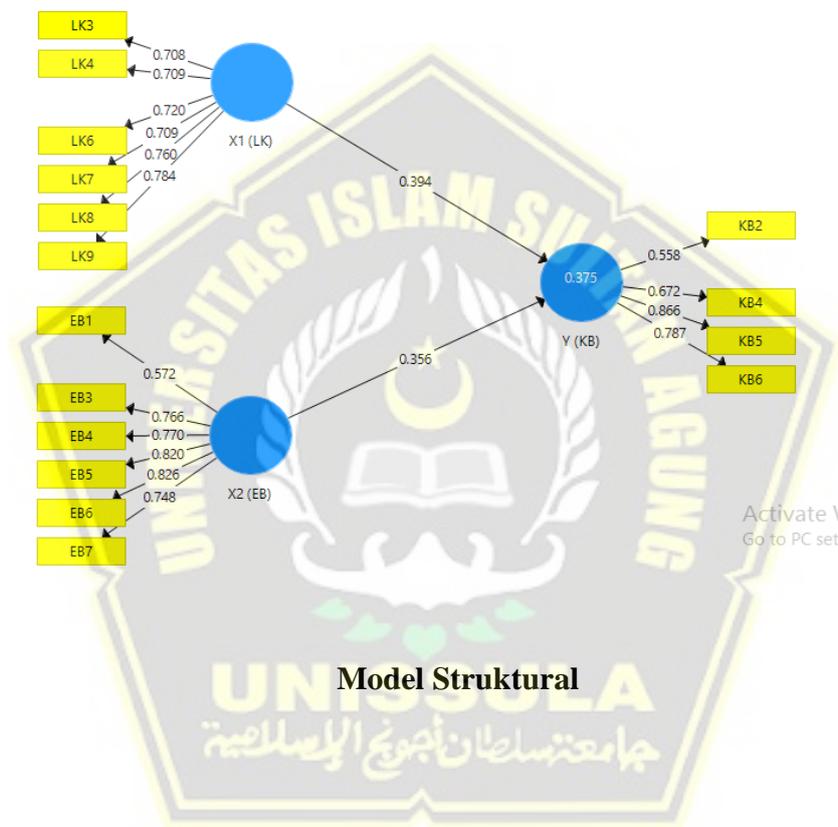
	Model Awal	Modifikasi
	Literasi Keuangan	
LK1	0,659	
LK2	0,602	
LK3	0,756	0,708
LK4	0,723	0,709
LK5	0,684	
LK6	0,679	0,720
LK7	0,627	0,709
LK8	0,714	0,760
LK9	0,739	0,784
LK10	0,418	
	Etika Bisnis Islam	
EB1	0,676	0,572
EB2	0,652	
EB3	0,805	0,766
EB4	0,769	0,770
EB5	0,769	0,820
EB6	0,758	0,826
EB7	0,688	0,748
	Kinerja Bisnis	
KB1	0,574	
KB2	0,650	0,558
KB3	0,667	
KB4	0,651	0,672
KB5	0,844	0,866
KB6	0,668	0,787

Lampiran 5. Uji Discriminant Validity

	KB	EB	LK
KB2	0,558	0,137	0,277
KB4	0,672	0,190	0,347
KB5	0,866	0,458	0,408
KB6	0,787	0,488	0,436
EB1	0,262	0,572	0,269
EB3	0,316	0,766	0,255
EB4	0,294	0,770	0,150
EB5	0,453	0,820	0,209
EB6	0,390	0,826	0,268
EB7	0,422	0,748	0,329
LK3	0,360	0,093	0,708
LK4	0,350	0,174	0,709
LK6	0,362	0,294	0,720
LK7	0,392	0,317	0,709
LK8	0,400	0,319	0,760
LK9	0,376	0,226	0,784

Lampiran 6. Composite Reliability dan Average Variance Extracted

	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
LK	0,874	0,536
EB	0,887	0,570
KB	0,816	0,532



Lampiran 7. Koefisien Determinasi (R²)**Koefisien Determinasi (R²)**

	R Square
KB	0,375



Lampiran 8. Koefisien Pengaruh Antar Variabel / Path Coefficients

Koefisien Pengaruh Antar Variabel / Path Coefficients

	<i>Original sample(O)</i>	<i>T-Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	Keterangan
X1 (LK) → Y (KB)	0,394	3,737	0,000	Signifikan
X2 (EB) → Y (KB)	0,356	3,919	0,000	Signifikan

