

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam penulisan skripsi ini berlokasi pada komunitas bisnis Tangan Di Atas yang beralamat Jl. Trunojoyo no 25 Bandung Jawa Barat . Tangan Di Atas adalah komunitas bisnis yang dimana tempat berkumpulnya para pengusaha yang memiliki tujuan kegiatan memahami berwirausaha secara islam dengan baik mengkader orang yang akan menjad pengusaha muslim. Adapun kegiatan yang di lakukan rutin nya adalah KMB (mentoring), workshop, ngelapak bareng, bersosial (berbagi dengan yang membutuhkan) . Dalam penelitian ini penulis akan menjelaskan sedikit mengenai gambaran umum komunitas bisnis TDA dan struktur organisasi berdasarkan data yang penulis dapatkan.

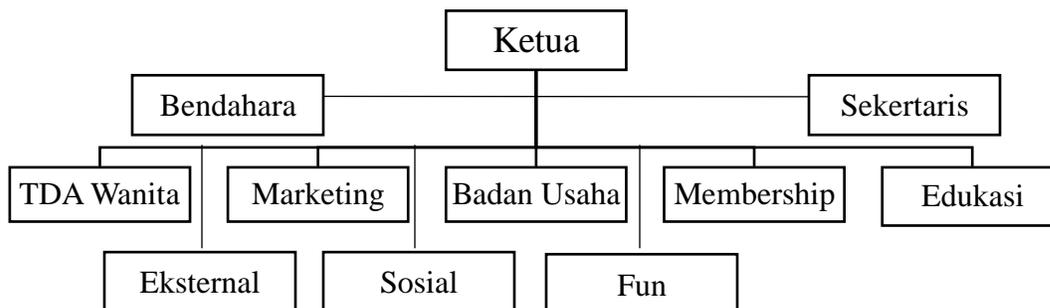
4.1.1 Sejarah Singkat Komunitas TDA

Komunitas Bisnis Tangan di Atas (TDA) berawal dari blog tentang bisnis yang ditulis oleh pengusaha Roni Yuzirman, pemilik produsen pakaian jadi ManetVision. Pada tanggal 22 Januari 2006 para pembaca blog yang terinspirasi oleh tulisan-tulisan Roni Yuzirman kemudian mengadakan talkshow yang menjadi tonggak awal berdirinya sebuah komunitas bisnis yang diberi nama Komunitas Bisnis Tangan di Atas (TDA). Dalam perkembangannya, kini TDA telah menjadi sebuah komunitas yang memiliki anggota lebih dari 4,000 orang di seluruh Indonesia. Di Bandung, tercatat

lebih dari 500 orang sudah tergabung di grup tda bandung. TDA mempunyai visi membentuk pengusaha-pengusaha Tangguh yang menjunjung tinggi nilai-nilai islami dalam menjalankan usaha nya dan sukses yang memiliki kontribusi positif bagi agama dan peradaban.

4.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi komunitas Tangan Di Atas bisa di bilang sangat sederhana, dalam kegiatan nya komunitas TDA mempunyai Ketua Umum, Sekjen, Bendahara, Divisi Edukasi dan Peningkatan Kapasitas, Divisi TDA Perempuan, Divisi Marketing dan Communication, Divisi Badan Usaha, Divisi Sosial, Divisi Membership, Divisi Eksternal, dan Divisi Fun



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Komunitas Bisnis TDA Bandung

4.1.3 Uraian Tugas

1. Ketua Umum

- Mengoptimalkan fungsi dan peran ketua-ketua bidang agar tercapainya efisiensi dan efektivitas kerja organisasi
- Memimpin, mengkoordinasikan dan mengendalikan organisasi dalam pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi
- Memimpin rapat – rapat pengurus, baik rapat khusus BPH (ketum, sekum, wasekum, bendum, wabendum, dan ketua-ketua bidang), atau rapat umum yang diikuti semua unsur pengurus
- Mewakili organisasi untuk membuat persetujuan/kesepakatan dengan pihak lain setelah mendapatkan kesepakatan dalam Rapat Organisasi
- Mewakili organisasi untuk menghadiri acara tertentu atau agenda lainnya
- Bersama-sama Sekretaris Umum/ wasekum menandatangani surat-surat yang berhubungan dengan sikap dan kebijakan organisasi, baik bersifat ke dalam maupun ke luar.

- Bersama-sama Sekretaris dan Bendahara merancang agenda mengupayakan pencarian dan penggalan sumber dana bagi aktifitas operasional dan program organisasi
- Memelihara keutuhan dan kekompakan seluruh pengurus organisasi
- Memberikan pokok-pokok pikiran yang merupakan strategi dan kebijakan Organisasi dalam rangka pelaksanaan program kerja maupun dalam menyikapi reformasi diseluruh tatanan kehidupan demi pencapaian cita-cita dan tujuan organisasi.

2. Sekjen (Sekertaris Jendral)

Tugas dan tanggung jawab sekretaris adalah:

- Melakukan pencatatan segala keputusan atau kebijaksanaan yang telah ditetapkan oleh ketua hasil musyawarah.
- Mengurus surat-surat, baik formil maupun nonformil yang dibutuhkan. Bersama bendahara mengusahakan dan melengkapi peralatan yang dibutuhkan

3. Bendahara Umum

Tugas dan tanggung jawab bendahara adalah:

- Menampung, menyimpan, membukukan uang yang ada.
- Mengeluarkan uang yang dibutuhkan dalam pembiayaan yang telah disetujui oleh ketua.
- Bertanggung jawab terhadap keuangan yang ada.
- Membuat laporan keuangan baik uang masuk maupun keluar.
- Memegang seluruh buku pengeluaran.

4. Edukasi dan Peningkatan Kapasitas

- Memberikan edukasi kepada member dan pengurus
- Mencarikan narasumber yang tepat dan sesuai dengan tema untuk mentoring dan sharing

5. TDA Perempuan

- Bertanggung jawab atas kegiatan yang dilakukan member wanita didalam komunitas

- Mewadahi kegiatan para wanita dalam kajian ilmu bisnis khusus bagi para wanita

6. Marketing dan Communication

- Mengelola asset digital Tangan Di Atas (TDA) Bandung, seperti Wibesite, Instagram, facebook dll
- Mengelola dan merumuskan periklanan setiap kegiatan yang dilakukan oleh TDA Bandung

7. Badan Usaha

- Mengelola Narasumber untuk di utus pada kegiatan-kegiatan dari instansi luar yang mngundang narasumber dari TDA Bandung
- Mencari kegiatan yang menghasilkan keuntungan dana secara halal untuk di jadikan dana kas Tangan Di Atas Bandung (TDA) Bandung

8. Divisi Sosial

- Menentukan tempat kegiatan sosial yang harus dikunjungi
- Mencari dana sosial agar didistribusikan kepada Lembaga atau orang yang tepat
- Membangun sekolah, masjid jembatan dll, untuk kepentingan umat di daerah Jawa Barat

9. Divisi Membership

- Memiliki tugas untuk mengarahkan member baru
- Penerimaan member baru
- Memberikan Pelatihan-pelatihan bagi member yang baru
- Memberikan informasi bagi orang yang ingin bergabung dengan keanggotaan TDA

10. Divisi Fun

- Untuk kebutuhan hiburan yang mendidik dan santai

- Kegiatan Olah raga bagi member dan pengurus

11. Divisi Eksternal

- Mengelola jalinan kerja sama dengan pihak luar baik pemerintah, universitas komunitas bisnis lain, perusahaan, dll.
- Berkerja sama dengan pihak diluar TDA untuk membentuk kegiatan yang bermanfaat

4.2 Analisis Deskriptif Data Responden

Di dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui gambaran Kepribadian Entrepreneurship Islam, Akses Informasi, dan Kinerja Usaha pada pengusah yang tergabung dalam komunitas bisnis TDA , Melalui penyebaran kuesioner kepada 84 pengusaha yang menjadi sampel penelitian. Pada analisis deskriptif ini, data responden dijelaskan melalui tabel tunggal. Data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang di peroleh dari penelitian. Analisis deskriptif data responden ini terdiri atas 2 tabel tunggal berisi data mengenai umur dan jenis kelamin data sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan Umur dapat diketahui berdasarkan Tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	%
20 – 30	24	29 %
31- 40	45	54 %
>40	15	17 %
Total	84	100 %

Sumber: Data yang telah diolah 2019

Data yang diperoleh diatas berdasarkan kuesioner yang diisi responden menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 30 – 40 tahun sebesar 54%. Hal ini pada usia tersebut pemilik usaha memiliki kemampuan fisik yang baik dan masih kreatif dalam mengembangkan usahanya untuk lebih maju dari pesaing dan mencari strategi yang tepat. Menurut Ketua komunita bisnis TDA Bandung “Para member dan pengurus pada usia sedang inilah yang sedang gencar nya melakukan pembelajaran bisnis secara mualmalah dan yang paling semangat dalam menyebarkan syiar dakwah nya”

Shelly Tri Maulia (2014) “ Hubungan antara usia dan kinerja pekerjaan kemungkinan akan menjadi masalah yang lebih penting selama dekade mendatang. Para pekerja yang lebih tua memiliki kualitas positif pada pekerjaan mereka, khususnya pengalaman, penilaian, etika kerja yang kuat, dan komitmen terhadap kualitas.”

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui berdasarkan

Tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Perempuan	31	37%
Laki-Laki	53	63%
Total	84	100%

Sumber: Data yang telah diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden yang diteliti didominasi oleh responden Laki - laki yakni sebanyak 53 orang (63%) dan responden Perempuan sebanyak 31 orang (37%). Banyak nya anggota Laki-laki karena usaha merupakan tanggung jawab laki-laki sebagai tulang punggung keluarga Banyaknya responden yang berjenis kelamin pria salah satunya dikarenakan pria mempunyai dianggap lebih percaya diri di banding dengan wanita dalam berorganisasi atau dalam melakukan sebuah tindakan yang kemudian di dukung dengan tanggung jawab untuk mencari nafkah bagi keluarganya.

Hal ini berkaitan dengan apa yang di ucapkan oleh Teguh Santoso dalam artikel nya 7 Alasan Mengapa Pria seorang Pebisnis yang Besar (www.kompasiana.com) “Pengusaha pria dapat menjalankan sebuah usaha dengan baik dibanding wanita

dikarenakan pria jauh lebih tegas, berpengalaman, rasional, percaya diri, dan berani mengambil resiko”.

4.2.3 Berdasarkan Lama Usaha

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui berdasarkan tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Usia	Frekuensi	%
<5 Tahun	11	13,09
6-10 Tahun	24	28,57
11-15 Tahun	30	35,71
>15 Tahun	19	22,61
Total	84	100

Sumber: Kuesioner (data diolah)

Data yang diperoleh diatas berdasarkan kuesioner yang diisi responden menunjukkan bahwa mayoritas responden telah melakukan usaha dari 11-15 tahun sebesar 35,71 %. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengusaha yang tergabung dalam komunitas bisnis TDA Bandung telah berpengalaman dalam mendjalankan usaha.

Menurut (Wicaksono, 2011:25) “Lama Pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lamanya seorang pelaku usaha atau bisnis menekuni bidang

usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan/keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil dari pada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Keterampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil di jaring.”

4.2.4 Berdasarkan Lama Usaha

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui berdasarkan tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Penjualan

Omzet	Frek	%
1 juta – 3 juta	8	9,52
3 juta – 5 juta	27	32,14
> 5 juta	49	58,33
Total	84	100

Sumber : data olah kuisisioner 2018

Dan jika dilihat berdasarkan omzet penjualannya sesuai tabel 4.4 di atas, terlihat bahwa sebagian besar dari responden memiliki omzet antara >5 juta sebanyak 58,33%, penerimaan pesanan yang selalu ada setiap bulannya membuat pendapatan pada pengusaha yang tergabung dalam komunitas bisnis TDA Bandung ini dan paling

sedikit antara 1 juta-3 juta sebanyak 9,52%. Sehingga dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang diteliti memiliki omzet antara >5 juta.

Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Reksoprayitno (2004) dalam jurnal Septian.S.M.Nababan (2013:79) mendefinisikan : “Pendapatan (revenue) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.

4.3 Analisis Deskriptif

Gambaran data hasil penelitian dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana tanggapan responden terhadap setiap variabel yang sedang diteliti. . Untuk melihat jawaban atau penilaian responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka dilakukan analisis deskriptif dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase, sedangkan untuk melihat penilaian responden terhadap setiap variabel yang diteliti dapat dilihat dari nilai prosentase dari hasil skor aktual dan ideal yang diperoleh. Adapun untuk keperluan analisis distribusi jawaban responden disajikan dalam bentuk garis kontinum. Agar lebih mudah dalam menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap persentase skor tanggapan

responden yang diperoleh dengan dengan menggunakan kriteria menurut Umi Narimawati (2007:84) sebagai berikut:

Tabel 4.5
Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20 – 36%	Tidak Baik
2	36,01 – 52,00%	Kurang Baik
3	52,01 – 68,00%	Cukup Baik
4	68,01 – 84,00%	Baik
5	84,01% - 100%	Sangat Baik

4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kepribadian Entrepreneurship Islam (X1)

Pada Komunitas Bisnis TDA Bandung

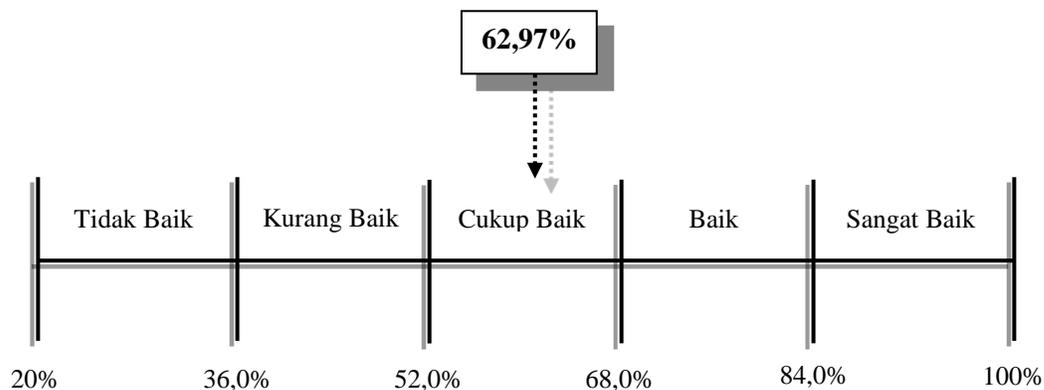
Variabel Kepribadian Entrepreneurship Islam dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 indikator yang dioperasionalisasikan kedalam 5 item pertanyaan yang relevan. Untuk mengetahui gambaran secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi tanggapan responden.

Tabel 4.6
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kepribadian Entrepreneurship Islam

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Fatonah	242	420	57.61	Cukup Baik
2	Tabligh	274	420	65.23	Cukup Baik
3	Kebermanfaatan Usaha bagi Umat Muslim	253	420	60.23	Cukup Baik
4	Amanah	289	420	68.80	Baik
5	Shidiq	251	420	59.76	Cukup Baik
Total		1058	2100	62.33	Cukup Baik

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Jika disajikan dalam bentuk gambar garis kontinum, nilai persentase skor tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2
Garis Kontinum Kepribadian Entrepreneurship Islam

Tabel 4.4 menjelaskan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden mengenai Kepribadian Entrepreneurship Islam. Dari hasil penelitian diketahui nilai persentase tertinggi diperoleh sebesar 68,80%, berkenaan dengan Amanah dalam memegang prinsip usaha, sedangkan nilai persentase terendah diperoleh sebesar 58,60% berkenaan dengan Fatonah dalam mengembangkan bisnis yang islami. Secara keseluruhan dari tabel tersebut diperoleh nilai persentase sebesar 62,33% dan terkategori cukup baik. Artinya para responden di Komunitas Bisnis TDA Bandung ini memiliki Kepribadian Entrepreneurship yang cukup baik mengenai pelaksanaan usaha yang dilakukan oleh responden telah mengandung nilai-nilai islami yang cukup baik.

Menurut Beekun (2014:16) Menyatakan bahwa prinsip etika dalam seorang Muslimpreneur menyebabkan perbedaan fundamental dengan etika bisnis konvensional, yang lebih menekankan pada pencapaian etik material dan lebih mengenyampingkan aspek-aspek spiritual yang sebenarnya merupakan hal fundamental bagi seorang entrepreneur islam. Yang mana muslimpreneur memandang kegiatan usaha harus bernilai ibadah dan memberikan kebermanfaatan bagi umat.

Agar lebih jelas, maka peneliti menyajikan tanggapan-tanggapan responden mengenai kepribadian entrepreneurship islam pada masing-masing indikator sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Indikator Fatonah

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen-tase (%)
1	Apakah anda cakap dalam mengikuti perkembangan usaha yang syariah	Sangat Tidak Cakap	1	2	2.38%
		Tidak Cakap	2	19	22.61%
		Cukup Cakap	3	26	30.95%
		Cakap	4	31	36.90%
		Sangat Cakap	5	6	7.14%
Jumlah				84	100 %

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Tabel 4.5 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Fatonah dalam Mengembangkan Bisnis yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 84 responden dimana persentase terendah 2.83% responden menyatakan tidak cakap 22,61% tidak cakap hal ini karena responden mersa masih kesulitan melihat peluang tentang usaha yang islami, sebanyak 30,95% menyatakan cukup cakap beberapa responden cukup cakap karena usaha Syariah pada masa kini bisa dijadikan alternative mode usaha baru dan persentase tertinggi 36,9% responden menyatakan cakap dan 7,14% sangat cakap. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden telah cermat dalam mengikuti perkembangan akan usaha yang memiliki nilai yang islami dan output yang dihasilkan dari usaha pun memiliki mafaat umat muslim sekarang.

Menurut Reza Rizkiya (2012:67) Menjelaskan Untuk menjadi seorang pemimpin atau wirausahawan yang fathonah yaitu pemimpin yang bisa memahami dan

mengerti apa yang menjadi tanggung jawabnya, tugas-tugasnya, dan kewajiban-kewajibannya serta bisa memberi contoh yang baik bagi para karyawannya.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai Tabligh Pada hal yang benar

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen-tase (%)
2	Apakah anda mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan yang dimiliki pada usaha anda tanpa meninggalkan kebenaran dan kejujuran	Sangat Tidak Mampu	1	0	0.00%
		Tidak Mampu	2	7	8.33%
		Cukup Mampu	3	40	47.61%
		Mampu	4	35	41.66%
		Sangat Mampu	5	2	2.38%
Jumlah				84	100 %

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Tabel 4.6 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Tabligh yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 84 responden menghasilkan dimana 8,33% responden menyatakan tidak mampu karena respon merasa sulit menyampaikan keunggulan dengan keterbukaan dan kejujuran, dan persentase tertinggi 47,61% menyatakan cukup mampu. Berdasarkan hasil survey penulis dilapangan responden cukup mampu untuk malakukan penyampaian keunggulan produk yang dimiliki dengan apa adanya sehingga konsumen merasa nyaman atas keterbukaan yang diberikan pelaku usaha. sebanyak 41,66% responden menyatakan mampu dan 2,38 responden menyatakan sangat mampu hal ini

dikarenakan para pengusaha sudah menanamkan dalam diri mereka bahwa modal dalam membangun bisnis yang baik adalah dengan berkata apa ada nya tentang produk atau jasa kepada konsumen.

Menurut Antoni (2014:18) “*Tabligh (transparency)* dalam seorang pengusaha wujud pribadi yang mampu berkomunikasi bisnis efektif, selalu mendengar omongan pelanggan dan bahasa komunikasinya bisa dimengerti oleh pelanggan. Mudah dihubungi dan juga mudah untuk dekat siapapun. Ramah tamah, selalu respek terhadap orang lain, mempunyai perimbangan yang bijak serta selalu bersahabat kepada setiap orang. Sifat *tabligh* dalam bisnis juga menuntut untuk selalu berusaha memahami keinginan pelanggan serta mengetahui kebutuhan pelanggan.”

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Mengenai Kebermanfaatan Usaha

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen-tase (%)
3	Apakah usaha anda memiliki kebermanfaatan bagi umat muslim	Sangat Tidak Memiliki	1	0	0.00%
		Tidak Memiliki	2	10	11.90%
		Cukup Memiliki	3	31	36.90%
		Memiliki	4	35	41.66%
		Sangat Memiliki	5	8	9.52%
Jumlah				84	100 %

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Tabel 4.7 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Kebermanfaatan Usaha bagi Umat Muslim yang diukur

menggunakan 1 item pernyataan dari 84 responden menghasilkan jawaban tertinggi dengan persentase 41,66% dengan jawaban memiliki dan 9,52% responden menyatakan sangat memiliki kebermanfaatan usaha bagi umat muslim . Berdasarkan hasil survey penulis dilapangan, responden sudah memiliki usaha yang memiliki manfaat bagi umat islam. Para pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan semata namun mengejar sebagai pengusaha yang sebaik-baik nya merupakan pengusaha yang bermanfaat bagi orang lain, 36,90% responden menyatakan usaha mereka cukup memiliki manfaat bagi umat muslim hal ini ragu nya pengusaha untuk sepenuhnya memberikan usaha mereka pada umat muslim sedangkan 11,90% responden menyatakan tidak memiliki manfaat bagi umat muslim lain nya karena masih memikirkan keuntungan semata dari usaha nya.

Muhammad Syafi'i (2011:29) Kebermanfaatan usaha yang dibangun untuk umat muslim seperti memberikan berzakat dan memberikan dana untuk membangun masjid, membuka lapangan pekerjaan bagi sesama muslim yang membutuhkan

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Mengenai Indikator Amanah

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen-tase (%)
4	Apakah anda memegang teguh kesepakatan yang telah dibuat dengan rekan bisnis anda	Sangat Tidak Memegang Teguh	1	0	0.00%
		Tidak Memegang Teguh	2	11	13.09%
		Cukup Memegang Teguh	3	25	29.76%
		Memegang Teguh	4	48	57.14%
		Sangat Memegang Teguh	5	0	0.00%
Jumlah				84	100 %

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Tabel 4.8 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Amanah yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 84 responden menghasilkan nilai tertinggi 57,14%. berkenaan dengan amanah dan dapat diambil kesimpulan bahwa pengusaha yang tergabung dalam komunitas TDA Bandung telah menerapkan kepribadian yang cukup amanah dilihat dari cara para responden yang memiliki banyak relasi untuk membantu usaha mereka, sebanyak 29,76% responden menyatakan cukup memegang teguh hal ini dikarenakan masih merasa sulit menjaga kesepakatan dan komitmen dengan mitra bisnis, sebanyak 13,09% responden menyatakan tidak memegang teguh karena sulit untuk berkomitmen dengan mitra usaha lain nya.

Menurut Muhammad Syafi'i (2011:29) Berprilaku amanah merupakan salah satu kiat seorang pengusaha untuk membangun kepercayaan kepada konsumennya tidak mengurangi atau menambah sesuatu dari yang seharusnya atau dari yang telah disepakati. Itu bisa terjadi antara penjual dan pembeli, penyewa dan yang menyewakan dan sebagainya. Bersikap amanah mutlak diterapkan dalam setiap transaksi bisnis atau muamalah.

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Mengenai Indikator Shidiq

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen-tase (%)
5	Apakah anda menjalankan usaha sudah dijalan yang benar sesuai syariat islam	Sangat Tidak Setuju	1	2	2.38%
		Tidak Setuju	2	18	21.42%
		Cukup Setuju	3	35	41.66%
		Setuju	4	27	32.14%
		Sangat Setuju	5	2	2.38%
Jumlah				84	100 %

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Tabel 4.9 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator shidiq yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 84 responden menghasilkan sebanyak 2,38% menyatakan sangat tidak setuju dan 21,42% menyatakan tidak setuju, skor persentase tertinggi 41,66% responden menyatakan cukup menerapkan kepribadian shidiq dalam menggeluti usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha telah menerapkan kepribadian shidiq hal ini bisa

dilihat dari cara mereka memperlakukan konsumen dan mitra usaha yang tidak membohongi mitra usaha dan konsumen mereka, sebanyak 32,14% responden menyatakan setuju dan sebanyak 2,38% responden menyatakan sangat setuju terhadap menjalankan usaha di atas syariat islam yang benar.

Menurut Muhammad Syafi'i (2011:29) Shidiq yang berarti jujur atau benar, dalam menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad SAW selalu menunjukkan kejujuran atau meyakini betul bahwa membohongi para pelanggan sama dengan mengkhianati mereka, Amanah berarti dapat dipercaya.

4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Akses Informasi (X2) Pada Komunitas Bisnis

TDA Bandung

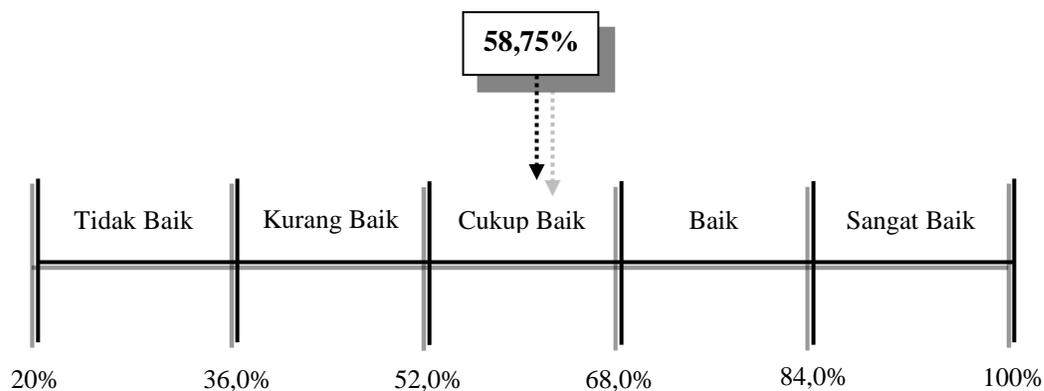
Variabel Akses Informasi dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan empat indikator yang dioperasionalisasikan kedalam 4 item pertanyaan yang relevan. Untuk mengetahui gambaran Akses Informasi secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai Akses Informasi.

Tabel 4.12
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Akses Informasi

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Media dan Sumber Informasi	241	420	57.38	Cukup Baik
2	Informasi Pelanggan	250	420	59.52	Cukup Baik
3	Informasi Pesaing	268	420	63.80	Cukup Baik
4	Informasi pasar lain	228	420	54.52	Cukup baik
Total		1058	1680	58.75	Cukup Baik

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Jika disajikan dalam bentuk gambar garis kontinum, nilai persentase skor tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3

Garis Kontinum Akses Informasi

Tabel 4.10 menjelaskan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden mengenai Akses Informasi. Dari hasil penelitian diketahui nilai persentase tertinggi diperoleh sebesar 63,80%, berkenaan dengan Informasi Pesaing, sedangkan nilai persentase terendah diperoleh sebesar 54,52% berkenaan dengan informasi pasar lain. Secara keseluruhan dari tabel tersebut diperoleh nilai persentase sebesar 58.75% dan terkategori cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pengusaha pada komunitas bisnis TDA telah menerapkan Akses informasi dalam menjalankan bisnis nya.

Artinya akses Informasi ada pada kategori baik karena para pengusaha yang tergabung dalam komunitas bisnis TDA sudah memiliki media yang terintegrasi agar memudahkan para pengusaha mendapatkan informasi dengan cepat, untuk membuat keputusan dengan tepat dan menentukan strategi yang baik kedepan. Menurut penuturan dari salah satu responden mengatakan rata-rata pengusaha yang tergabung dalam komunitas bisnis TDA memiliki gadget untuk menunjang aktifitas sehari-hari ini membuktikan bahwa para pengusaha telah memiliki alat untuk mengakses informasi-informasi mengenai kegiatan bisnis nya.

Menurut Cravens (2013:7) Perbaikan informasi bisnis harus mencakup keseluruhan sistem industri dari kedatangan material sampai kepada konsumen dan desain ulang produk untuk masa mendatang . melihat komponen akses informasi yang dapat menciptakan keunggulan bersaing dan nilai superior bagi konsumen

Agar lebih jelas, maka peneliti menyajikan tanggapan-tanggapan responden mengenai akses informasi pada masing-masing indikator sebagai berikut:

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Mengenai Indikator Ketersediaan Media dan Sumber Informasi

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen-tase (%)
6	Apakah anda Memiliki ketersediaan media dan sumber informasi	Sangat Tidak Memiliki	1	0	0.00%
		Tidak Memiliki	2	12	14.28%
		Cukup Memiliki	3	27	32.14%
		Memiliki	4	34	40.47%
		Sangat Memiliki	5	11	13.09%
Jumlah				84	100 %

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Tabel 4.11 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Ketersediaan Media dan Sumber Informasi yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 84 responden menghasilkan nilai terbesar yaitu dengan jawaban memiliki dengan persentase 40,47% dan 13,09% menyatakan sangat memiliki hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha yang tergabung dalam komunitas bisnis TDA Bandung telah memiliki media dan sumber informasi guna menunjang kegiatan usaha hal ini bisa di lihat dari seberapa banyak pelaku usaha menggunakan media smartphone dan jenis gadget yang mereka miliki, 32,14% menyatakan cukup memiliki karena masih ragu akan kebermanfaatan media dan sumber informasi, sebanyak 14,28% responden menyatakan tidak memiliki media informasi karena responden merasa belum mendapatkan manfaat dari media dan sumber informasi .

Menurut Glueck dan Jauch (2011:90) Strategi kepemilikan media informasi adalah sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran). Memiliki sumber informasi yang kuat merupakan Strategi yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Mengenai Indikator Informasi Pelanggan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen-tase (%)
7	Apakah anda mudah untuk mendapatkan informasi mengenai pelanggan anda	Sangat Tidak Mudah	1	0	0.00%
		Tidak Mudah	2	8	9.52%
		Cukup Mudah	3	26	30.95%
		Mudah	4	39	46.42%
		Sangat Mudah	5	11	13.09%
Jumlah				84	100 %

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Tabel 4.12 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator informasi mengenai pelanggan yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 84 responden menghasilkan nilai tertinggi pada jawaban mudah sebesar 46,42% dan sebanyak 13,09% menyatakan sangat mudah . Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa para pengusaha mudah untuk mendapatkan informasi tentang

pelanggan mereka hal ini bisa dilihat dari tinggi nya intensitas pelaku usaha berinteraksi dengan pelanggan mereka, sebanyak 30,95% responden menyatakan cukup mudah hal ini dikarenakan mereka percaya tidak sepenuhnya mudah untuk mendapatkan informasi mengenai pelanggan mereka, sebanyak 9,52% menyatakan tidak mudah hal ini dikarenakan sulit bagi para sebagian responden untuk mendapatkan informasi mengenai pelanggan mereka.

dikembangkan dari penelitian Cravens (2013:7) Informasi pelanggan merupakan kebutuhan bagi para pelaku usaha guna mengatur strategi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Mengenai Indikator Informasi Pesaing

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen-tase (%)
8	Apakah anda mudah untuk mendapatkan informasi mengenai pesaing anda	Sangat Tidak Mudah	1	5	5.95%
		Tidak Mudah	2	15	17.85%
		Cukup Mudah	3	23	27.38%
		Mudah	4	41	48.80%
		Sangat Mudah	5	0	0.00%
Jumlah				84	100 %

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Tabel 4.13 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Informasi mengenai pesaing yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 84 responden menghasilkan nilai tertinggi pada jawaban Mudah

48,80%. Sehingga dengan demikian bisa disimpulkan bahwa pengusaha yang tergabung dalam komunitas Bisnis TDA Bandung telah mudah untuk mendapatkan informasi mengenai pesaing mereka hal ini dapat dilihat dari pelaku usaha yang selalu mencari tau produk apa yang sedang di produksi oleh pesaing mereka sebanyak 27,38% responden menyatakan cukup mudah mendapatkan informasi mengenai pesaing mereka, sebanyak 17.85% responden menyatakan tidak mudah dan sebanyak 5.95% responden menyatakan sangat tidak mudah mendapatka informasi pesaing.

dikembangkan dari penelitian Cravens (2013:7) Informasi pesaing salah satu ukuran untuk mengetahui pergerakan yang dilakukan oleh pesaing.

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Mengenai Indikator Informasi Pasar Lain

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen-tase (%)
9	Apakah anda Mengetahui tentang adanya pasar lain	Sangat Tidak Mengetahui	1	3	3.57%
		Tidak Mengetahui	2	22	26.19%
		Cukup Mengetahui	3	22	26.19%
		Mengetahui	4	29	34.52%
		Sangat Mengetahui	5	8	9.52%
Jumlah				84	100 %

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Tabel 4.14 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Informasi Mengenai Pasar Lain yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 84 responden menghasilkan nilai tertinggi pada jawaban mengetahui

yaitu sebesar 34.52% dan sebanyak 9.52% responden menyatakan sangat mengetahui. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa para pengusaha yang tergabung dalam komunitas Bisnis TDA Bandung telah mengetahui tentang adanya pasar lain, sebanyak 26.19% responden menyatakan cukup mengetahui mengenai adanya pasar lain, sebanyak 26.19% responden menyatakan tidak mengetahui dan sebanyak 3.57% responden menyatakan sangat tidak mengetahui hal ini dikarenakan sulit bagi para pengusaha untuk mengetahui mengenai adanya pasar lain.

Dikembangkan dari penelitian Cravens (2013:7) Informasi pasar lain ukuran untuk mengetahui apa yang sedang menjadi incaran oleh konsumen dan pengusaha yang tanggap akan melakukan pergerakan untuk mengisi tempat pada pasar yang sedang ramai pada masyarakat.

4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Kinerja Usaha (Y) Pada Komunitas Bisnis TDA Bandung

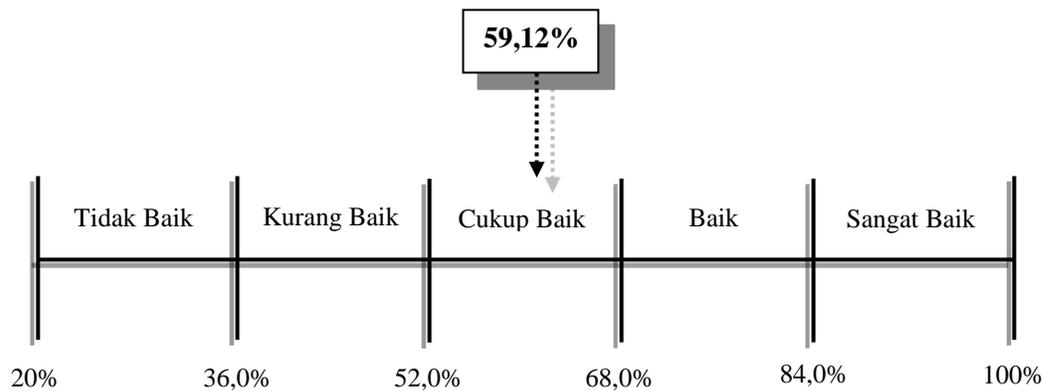
Variabel Kinerja Usaha dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 3 indikator yang dioperasionalkan kedalam 3 item pertanyaan yang relevan. Untuk mengetahui gambaran Kinerja Usaha secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha.

Tabel 4.15
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Usaha

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Pertumbuhan Penjualan	283	420	67.38	Cukup Baik
2	Pertumbuhan Laba	220	420	52.38	Cukup Baik
3	Pertumbuhan Modal	242	420	57.61	Cukup Baik
Total		745	1260	59.12	Cukup Baik

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Jika disajikan dalam bentuk gambar garis kontinum, nilai persentase skor tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4.4

Garis Kontinum Kinerja Usaha

Tabel 4.15 menjelaskan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha. Dari hasil penelitian diketahui nilai persentase tertinggi diperoleh sebesar 67,38%, berkenaan dengan Pertumbuhan Penjualan, sedangkan nilai persentase terendah diperoleh sebesar 52,38% berkenaan dengan Pertumbuhan Laba. Secara

keseluruhan dari tabel tersebut diperoleh nilai persentase sebesar 59.12% dan terkategori cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa para pengusaha yang tergabung dalam komunitas bisnis TDA Bandung sudah memiliki kinerja usaha yang cukup baik. Artinya kinerja usaha yang dimiliki oleh para pengusaha yang tergabung dalam komunitas TDA Bandung dianggap sudah cukup baik, dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan modal yang cukup baik.

Sedangkan menurut Judith Gordon (2011:116) “Kinerja usaha mencakup nilai laba yang meningkat hingga modal yang selalu bertambah yang memiliki tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu.”

Agar lebih jelas, maka peneliti menyajikan tanggapan-tanggapan responden mengenai merek pada masing-masing indikator sebagai berikut:

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Mengenai Pertumbuhan Penjualan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen-tase (%)
10	Apakah usaha anda mengalami pertumbuhan penjualan	Sangat Tidak Mengalami	1	0	0.00%
		Tidak Mengalami	2	8	9.52%
		Cukup Mengalami	3	29	34.52%
		Mengalami	4	45	53.57%
		Sangat Mengalami	5	2	2.38%
Jumlah				84	100 %

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Tabel 4.16 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Pertumbuhan Penjualan yang diukur menggunakan 1 item pertanyaan dari 84 responden menghasilkan persentase tertinggi 53,57% responden menjawab mengalami dan 2,38% menjawab sangat mengalami. Sebagian besar responden menjawab mengalami. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha yang tergabung dalam komunitas bisnis TDA Bandung sudah mengalami pertumbuhan penjualan dalam usaha mereka dan dapat bertahan dalam kondisi persaingan 34.52% menyatakan cukup tumbuh dalam hal peningkatan penjualan, sebanyak 9.52% responden menyatakan tidak mengalami pertumbuhan penjualan.

Menurut Rima Silviana (2016:4) “pertumbuhan penjualan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk dapat bertahan dalam kondisi persaingan. Pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kenaikan biaya akan mengakibatkan kenaikan laba perusahaan. Jumlah laba yang diperoleh secara teratur serta kecenderungan atau tren keuntungan yang meningkat merupakan suatu faktor yang sangat menentukan perusahaan untuk tetap *survive*.”

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Mengenai Pertumbuhan Laba

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen-tase (%)
11	Apakah usaha anda mengalami pertumbuhan laba	Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%
		Tidak Setuju	2	18	21.42%
		Cukup Setuju	3	28	33.33%
		Setuju	4	25	29.76%
		Sangat Setuju	5	13	15.47%
Jumlah				84	100 %

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Tabel 4.17 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Pertumbuhan Laba yang diukur menggunakan 1 item pertanyaan dari 84 responden menghasilkan persentase tertinggi 33,33% menjawab cukup setuju. Sebagian besar responden menjawab cukup setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah cukup setuju dalam hal pendapatan laba hal ini dapat dilihat dari naiknya jumlah penjualan yang dilakukan semakin membaik nilai perusahaan di mata masyarakat umum, sebanyak 29,76 % menyatakan setuju dan sebanyak 15,47% responden menyatakan sangat setuju karena ada pengusaha yang sangat cepat dalam hal pertumbuhan laba, sebanyak 21,42% responden menyatakan tidak setuju dalam mengalami pertumbuhan laba pada usaha mereka.

Menurut Gesty Romaito Butarbutar (2017:623) “laba merupakan unsur penting dalam sebuah perusahaan, karena maju atau mundurnya kinerja perusahaan

ditentukan oleh laba yang diterima, sehingga perusahaan dituntut harus dapat memperoleh laba semaksimal mungkin sesuai dengan yang diharapkan dan diusahakan laba yang diperoleh harus meningkat setiap periodenya untuk melakukan pengembangan usaha menjadi lebih besar lagi.”

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Mengenai Pertumbuhan Modal

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen-tase (%)
12	Apakah usaha anda mengalami pertumbuhan modal	Sangat Tidak Tumbuh	1	5	5.95%
		Tidak Tumbuh	2	15	17.85%
		Cukup Tumbuh	3	29	34.52%
		Tumbuh	4	30	35.71%
		Sangat Tumbuh	5	5	5.95%
Jumlah				84	100 %

Sumber : Data yang Telah Diolah 2019

Tabel 4.18 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Pertumbuhan Modal yang diukur menggunakan 1 item pertanyaan dari 84 responden menghasilkan persentase tertinggi dengan jawaban 35,71% dan 5,95% responden menyatakan sangat tumbuh Hal tersebut menunjukkan bahwa responden ingin memperbesar usaha yang mereka dengan modal yang terus bertumbuh hal ini di tandai dengan sudah memulai nya ekspansi usaha di tempat lain, sebanyak 34,52% responden menyatakan cukup tumbuh dalam hal pertumbuhan modal, sebanyak 5,95% responden menyatkan sangat tidak mengalami pertumbuhan modal

dan sebanyak 17,85% responden menyatakan tidak mengalami pertumbuhan modal dalam menjalankan usahanya.

Menurut Fatmawati Sukesti (2015:215) “untuk melakukan strategi pengembangan usaha yang membuat aktivitas usaha bertambah, dibutuhkan modal kerja untuk menjadi motor penggerak strategi pengembangan usaha. Dengan suntikan modal para pelaku usaha dapat meningkatkan keterampilan sumber daya manusia, penggunaan teknologi tepat guna, dan diferensiasi produk guna menghadapi persaingan pasar.”

4.4 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini adalah mencari Pengaruh Kepribadian Entrepreneurship Islam dan akses Informasi terhadap Kinerja Usaha pada Pengusaha yang tergabung dalam Komunitas Bisnis TDA Bandung Dengan menggunakan metode statistik regresi linier berganda. Dikarenakan skala data adalah *likert* ordinal sehingga untuk keperluan penelitian data di transpormasi terlebih dahulu menggunakan *Method of Succesive Interval* (MSI) dengan bantuan *Software Stat 97* pada *Microsoft Excel 2007* untuk lengkapnya dapat dilihat pada lampiran data penelitian.

4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$$\hat{Y} = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Kinerja Usaha

α = Konstanta

X₁ = Kepribadian Entrepreneurship Islam

X₂ = Akses Informasi

bi = Koefisien regresi pada masing-masing variabel independen

Dengan menggunakan bantuan *software SPSS v.20*, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil Pengujian Koefisien Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.082	.656		3.172	.002
	Kepribadian Entrepreneurship Islam (X1)	.362	.049	.499	7.415	.000
	Akses Informasi (X2)	.419	.059	.479	7.124	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha (Y)

Berdasarkan hasil *output* SPSS pada tabel 4.21 terlihat nilai koefesien regresi pada nilai *Unstandardized Coefficients "B"*, sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 2,082 + 0,362X_1 + 0,419X_2$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Setiap Kenaikan Kepribadian Entrepreneurship Islam dan Akses Informasi pada pengusaha maka akan meningkatkan Kinerja Usaha. Nilai Konstanta sebesar 2,082 memiliki arti bahwa jika variabel Kepribadian Entrepreneurship Islam dan Akses Informasi 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka diprediksikan Kinerja Usaha akan bernilai 2,082. Hal ini menunjukkan indikasi awal bahwa kepribadian entrepreneurship dan akses informasi yang tidak bernilai nol, artinya kedua variabel tersebut diindikasikan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.
- b. Nilai kepribadian Entrepreneurship Islam sebesar 0,362 , memiliki arti bahwa jika variabel Kepribadian Entrepreneurship Islam mengalami peningkatan sebesar satu atau semakin baik sedangkan variabel bebas lainnya konstan, maka diprediksikan Keberhasilan Usaha akan mengalami peningkatan pula sebesar 0,362.
- c. Nilai Akses Informasi sebesar 0,419, memiliki arti bahwa jika variabel Akses Informasi mengalami peningkatan sebesar satu atau semakin baik sedangkan variabel bebas lainnya konstan, maka diprediksikan Keberhasilan Usaha akan mengalami peningkatan pula sebesar 0, 419.

Jadi berdasarkan uji regresi tersebut dapat disimpulkan jika kepribadian entrepreneurship islam dan akses informasi ditingkatkan maka kinerja usaha juga akan meningkat. Yang dimaksud disini apabila apabila kepribadian entrepreneurship islam lebih baik dan akses informasi lebih baik maka akan lebih baik kinerja usaha suatu perusahaan. Ditingkatkan dalam arti indikator kepribadian entrepreneurship islam yaitu fatonah, tabligh, kebermanfaatan usaha, amanah, dan shidiq sedangkan indikator akses informasi yaitu media dan sumber informasi, informasi pelanggan, informasi pesaing dan informasi pasar lain lebih baik maka indikator dari kinerja usaha yaitu pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan pertumbuhan modal juga akan membaik.

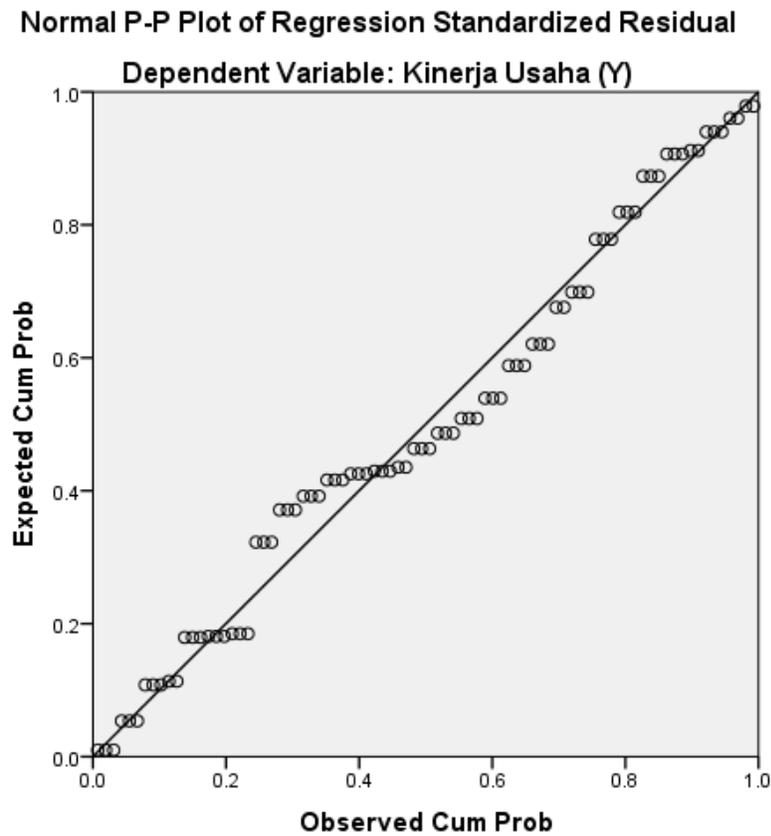
Murtiadi Awalludin (2017:19) menjelaskan bahwa “Kepribadian *entrepreneurship* islam adalah kondisi dimana seseorang menggabungkan kegiatan bisnis dengan syariat islam dan akses informasi yang baik membantu seorang muslimpreneur mengembangkan usaha nya

4.4.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pembentukan model regresi, selanjutnya dilakukan pengujian asumsi terlebih dahulu supaya model yang terbentuk memberikan estimasi yang BLUE (*Best Linier Unbiased Estimated*). Pengujian asumsi ini terdiri atas tiga pengujian, yakni uji *normalitas*, uji *multikolinieritas* dan uji *heteroskedastisitas*.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai data setiap variabel dan residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai data setiap variabel dan nilai residual yang terdistribusi secara normal. Uji normalitas data dengan menggunakan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal *P-P Plot of Regression Standardized residual* dan *Kolmogorov-Smirnov*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data residual tersebut telah normal.



Gambar 4.5
Uji Normalitas

Berdasarkan grafik normalitas menggunakan normal *p*-plot di atas, diketahui bahwa titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal yang menunjukkan bahwa data sudah memenuhi asumsi normalitas terbukti dari normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut.

Tabel 4.20
Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.25283073
	Absolute	.096
Most Extreme Differences	Positive	.080
	Negative	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		.879
Asymp. Sig. (2-tailed)		.422

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan Tabel 4.19 di atas, diperoleh nilai probabilitas dari uji *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,422. Nilai ini melebihi batas signifikansi 0,01 atau 1% sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang dianalisis mengikuti distribusi normal, sehingga asumsi normalitas data dalam uji asumsi klasik terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

Uji *Multikolinieritas* bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi masing-masing variabel bebas (*independent*) memiliki korelasi yang kuat atau hampir

sempurna. Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat korelasi linier/ hubungan yang kuat antara variabel bebasnya. Jika dalam model regresi terdapat gejala *multikolinieritas*, maka model regresi tersebut tidak dapat menaksir secara tepat sehingga diperoleh kesimpulan yang salah tentang variabel yang diteliti. Uji *multikolinieritas* dilakukan dengan melihat *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF) dengan kriteria pengujian nilai *tolerance* harus lebih dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10.

Tabel 4.21
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
Kepribadian Entrepreneurship Islam (X1)	.659	1.517
Akses Informasi (X2)	.659	1.517

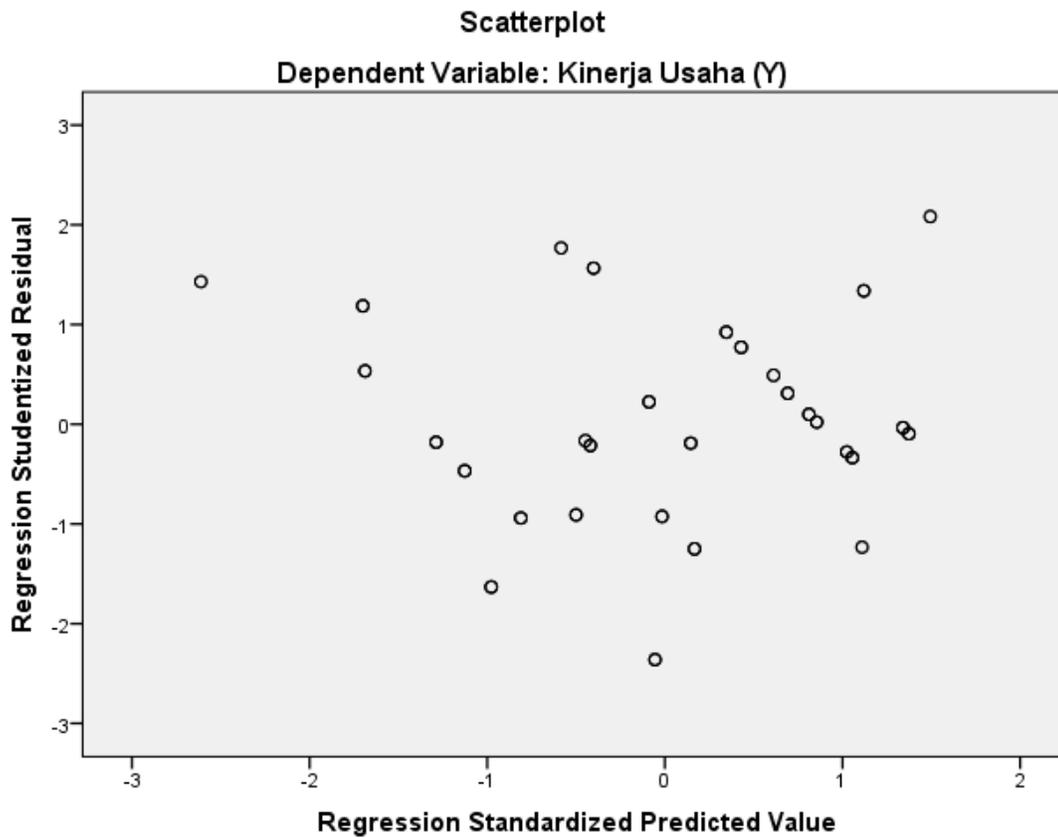
Berdasarkan output di atas, diketahui bahwa kedua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki masalah *multikolinieritas*.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi kesalahan atau ketidaksamaan *variance* dari residual pada model yang sedang diamati dari satu observasi ke observasi lain. Untuk menguji adanya gejala

heteroskedastisitas digunakan pengujian dengan metode *scatter plot*, dengan kriteria hasil sebagai berikut :

1. Jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.7
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas, diketahui titik-titik yang diperoleh menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu atau menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data yang diteliti tidak ditemukan masalah *heteroskedastisitas*.

Berdasarkan uji asumsi klasik di atas, diketahui bahwa semua pengujian data tidak ditemukan adanya pelanggaran asumsi klasik, sehingga data dapat dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk melihat sejauh mana tingkat hubungan atau keeratan yang terjadi antara Kepribadian Entrepreneurship Islam dan Akses Informasi Produk terhadap Kinerja Usaha . Berikut disajikan nilai koefisien korelasi dengan bantuan *Software SPSS v20.0*.

Analisis korelasi *Pearson Product Moment* adalah suatu analisis yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua atau lebih variabel bila data variabel berbentuk interval atau rasio dan sumber data dari masing-masing variabel adalah sama (**Sugiyono 2014: 184**).

Tabel 4.22
Tingkat Keeratan Kolerasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Kolerasi yang lemah
0.41 – 0.60	Kolerasi sedang
0.61 – 0.80	Korelasi Cukup tinggi
0.81 - 1	Kolerasi tinggi

Sumber : Sugiono (2014:184)

4.4.3.1 Analisis Korelasi Simultan Antara Kepribadian Entrepreneurship Islam dan Akses Informasi Terhadap Kinerja Usaha

Tabel 4.23
Koefisien Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.871 ^a	.758	.752	1.26820

a. Predictors: (Constant), Akses Informasi (X2), Kepribadian Entrepreneurship Islam (X1)

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha (Y)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi (R) yang diperoleh antara Kepribadian Entrepreneurship Islam dan Akses Informasi dengan Kinerja Usaha adalah sebesar 0,871. Artinya hubungan variabel Kepribadian Entrepreneurship dan Akses Informasi dengan Kinerja Usaha adalah Korelasi tinggi.

Murtiadi Awalludin (2017:19) menjelaskan bahwa “Kepribadian *entrepreneurship* islam adalah kondisi dimana seseorang menggabungkan kegiatan

bisnis dengan syariat islam dan akses informasi yang baik membantu seorang muslimpreneur mengembangkan usaha nya.”

4.4.3.2 Korelasi Secara Parsial antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Orientasi Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha, apabila orientasi kewirausahaan dianggap konstan, digunakan perhitungan menggunakan *Software SPSS v21.1* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.24
Koefisien Korelasi Kepribadian Entrepreneurship Islam Terhadap Kinerja Usaha

		Correlations	
		Kepribadian Entrepreneurship Islam (X1)	Kinerja Usaha(Y)
Kepribadian Entrepreneurship Islam (X1)	Pearson Correlation	1	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	84	84
Kinerja Usaha (Y)	Pearson Correlation	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	84	84

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

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara Kepribadian Entrepreneurship Islam terhadap Kinerja Usaha adalah sebesar

0,779. Artinya artinya hubungan variabel Kepribadian Entrepreneurship Islam dengan Kinerja usaha adalah Cukup Tinggi. Korelasi antara Kepribadian Entrepreneurship Islam dan kinerja usaha bersifat positif, maksudnya jika semakin tinggi Kepribadian Entrepreneurshi Islam maka Kinerja usaha di prediksi akan meningkat pula. Nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ (tingkat ketelitian) menunjukkan bahwa hubungan Kepribadian Entrepreneurship Islam dengan Kinerja Usaha signifikan, artinya, nilai korelasi ini dapat dijadikan acuan untuk tingkat Kinerja Usaha dari perusahaan serta dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang baik antara variabel Kepribadian Entrepreneurship islam dan Kinerja Usaha Dalam hasil penelitian Muhammad Rakib (2010:125) bahwa “Kepribadian wirausaha merupakan kunci dari keberhasilan kinerja usaha. Keberhasilan kinerja usaha tidak hanya karena keahlian yang dimiliki, tetapi juga dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain jiwa kewirausahaan dan kreatifitas individual yang melahirkan inovasi. Perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan kewirausahaan. Dan hal ini mengindikasikan bahwa kepribadian entrepreneurship islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

4.4.3.3 Korelasi Secara Parsial antara Akses Informasi dengan Kinerja Usaha

Usaha

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Akses Informasi dengan Kinerja Usaha, apabila Akses Informasi dianggap konstan, digunakan perhitungan menggunakan *Software SPSS v20.0* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.25
Koefisien Korelasi Akses Informasi terhadap Kinerja Usaha

Correlations			Akses Informasi (X2)	Kinerja Usaha (Y)
Akses Informasi(X2)	Pearson Correlation		1	.771**
	Sig. (2-tailed)			.000
	N		84	84
Kinerja Usaha (Y)	Pearson Correlation		.771**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	
	N		84	84

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

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara Akses Informasi terhadap Kinerja Usaha adalah sebesar 0,771. artinya hubungan variabel Akses Informasi dengan Kinerja Usaha adalah Cukup tinggi.

Korelasi antara Akses Informasi dengan Kinerja Usaha bersifat positif, maksudnya jika semakin tinggi Akses Informasi maka Kinerja usaha di prediksi akan

meningkat pula. Nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ (tingkat ketelitian) menunjukkan bahwa hubungan Akses Informasi dengan Kinerja Usaha signifikan, artinya, nilai korelasi ini dapat dijadikan acuan untuk tingkat kinerja usaha dari perusahaan serta dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang baik antara variabel Akses Informasi dan Kinerja Usaha.

Menurut Cavusgil (2015:18) mengatakan bahwa dengan mengadopsi informasi diharapkan dapat memperbaiki kinerja perusahaan, seperti penurunan biaya dan waktu transaksi dan koordinasi antara rekan bisnis, memperluas pasar dengan biaya lebih murah dan lebih mudah serta mengembangkan mengembangkan dan menciptakan pasar baru

4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi (*R-square*)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen Dengan menggunakan *Software SPSS v.20* diperoleh output sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (*R-square*)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.871 ^a	.758	.752	1.26820

a. Predictors: (Constant), Akses Informasi (X2), Kepribadian Entrepreneurship Islam (X1)

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha (Y)

Berdasarkan hasil output SPSS di atas, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau *R square* sebesar 0,758 atau 75,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kepribadian Entrepreneurship Islam dan Akses Informasi secara simultan memberikan pengaruh terhadap Kinerja Usaha pada pengusaha yang tergabung pada komunitas bisnis TDA Bandung 75,8%, sedangkan sisanya sebesar $100\% - 75,8\% = 24,2\%$ merupakan pengaruh atau kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti diluar penelitian.

Faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja usaha tersebut antara lain :

1. Kemampuan Manajerial

Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Ibnu Hajar (2012:298) menyimpulkan bahwa “kemampuan manajerial mempunyai hubungan dan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Artinya, semakin tinggi kemampuan manajerial, maka akan semakin tinggi pula kinerja perusahaan.”

2. Diferensiasi Produk

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Daly Rustamblin, dkk (2013:120) menyimpulkan bahwa “strategi diferensiasi produk secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tinggi rendahnya variabel diferensiasi produk secara parsial merupakan faktor penentu tinggi rendahnya kinerja perusahaan.”

3. Motivasi Usaha

Menurut Owen (Ranto, 2009: 20) Keberhasilan berusaha tidak diukur dari seberapa banyak harta seseorang telah terkumpul tetapi dilihat bagaimana seorang membentuk, mendirikan serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tidak ada menjadi ada berbagai studi memperlihatkan bahwa adanya korelasi antara motivasi terhadap kinerja usaha.

4. Inovasi Produk

Menurut Aloysius Gunadi Brata (2009:95) mengungkapkan bahwa : “inovasi penting bagi satu unit usahan untuk makin berkembang. Hanya usaha yang mampu menciptakan inovasi-inovasi baru sajalah yang mampu bertahan dan bekembang. Dengan kata lain, inovasi akan sangat menentukan kinerja suatu usaha”

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maka dilakukan dengan cara nilai *beta X zero order* pada hasil output SPSS sebagai berikut :

Tabel 4.27
Koefisien Determinasi Parsial
Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients	Correlations
	Beta	Zero-order
1		
Kepribadian Entrepreneurship Islam (X1)	.499	.779
Akses Informasi (X2)	.479	.771

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha (Y)

Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus *beta X zero order* :

1. Variabel Kepribadian Entrepreneurship Islam = $0,499 \times 0,779 = 0,388$ atau 38,8%
2. Variabel Akses Informasi = $0,479 \times 0,771 = 0,369$ atau 36,9%

Dari hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa dari total kontribusi secara simultan yang diberikan sebesar 75,8% ternyata sebesar 38,8% diberikan Kepribadian Entrepreneurship Islam dan 36,9% lainnya dari Akses Informasi , sehingga terlihat

bahwa Kepribadian Entrepreneurship memberikan kontribusi paling dominan terhadap Kinerja Usaha.

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Untuk melihat signifikansi secara parsial, berikut disajikan pengujian parsial menggunakan uji t.

Dengan menggunakan program *Software SPSS v20*, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.28
Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.082	.656		3.172	.002
Kepribadian Entrepreneurship Islam (X1)	.362	.049	.499	7.415	.000
Akses Informasi (X2)	.419	.059	.479	7.124	.000

a. Hipotesis X₁

$H_0: \beta_1 = 0$ Kepribadian Entrepreneurship Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada Komunitas Bisnis TDA Bandung

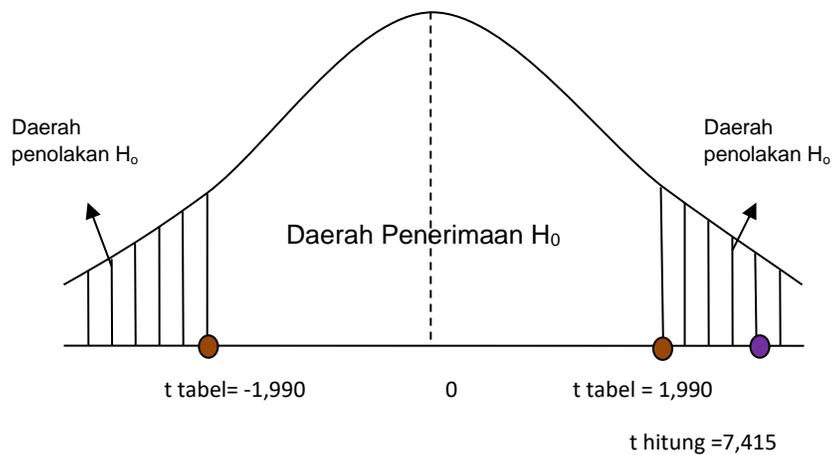
$H_1: \beta_1 \neq 0$ Kepribadian Entrepreneurship Islam berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada Komunitas Bisnis TDA Bandung.

Dengan tingkat signifikan (α) sebesar 5%, $df = 81$, sehingga diperoleh t_{tabel} untuk uji dua pihak sebesar -1,990 dan 1,990.

Kriteria : Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, terima H_1

Tolak H_1 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, terima H_0

Dari tabel 4.28 hasil *output* SPSS diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Kepribadian Entrepreneurship Islam terhadap Kinerja Usaha sebesar 7,415 dan nilai *p-value* (*Sig.*) sebesar 0,000. Dikarenakan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($7,415 > 1,990$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial Kepribadian Entrepreneurship Islam berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada Pengusaha yang tergabung dalam komunitas Bisnis TDA Bandung. Jika digambarkan, nilai t_{hitung} dan t_{tabel} untuk pengujian hipotesis tersebut maka tampak sebagai berikut:



Gambar 4.7
Kurva Uji Hipotesis Parsial X_1

Pada gambar diatas dapat dilihat nilai t-hitung jatuh pada daerah penolakan H_0 , sehingga disimpulkan bahwa Kepribadian Entrepreneurship Islam secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha. Hal ini juga diperkuat oleh Menurut. Dalam hasil penelitian Muhammad Rakib (2010:125) bahwa “Kepribadian wirausaha merupakan kunci dari keberhasilan kinerja usaha. Keberhasilan kinerja usaha tidak hanya karena keahlian yang dimiliki, tetapi juga dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain jiwa kewirausahaan dan kreatifitas individual yang melahirkan inovasi. Perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan kewirausahaan. Dan hal ini mengindikasikan bahwa kepribadian entrepreneurship islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.”

b. Hipotesis X₂

H₀: $\beta_2 = 0$ Akses Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada pengusaha yang tergabung dalam komunitas Bisnis TDA Badung

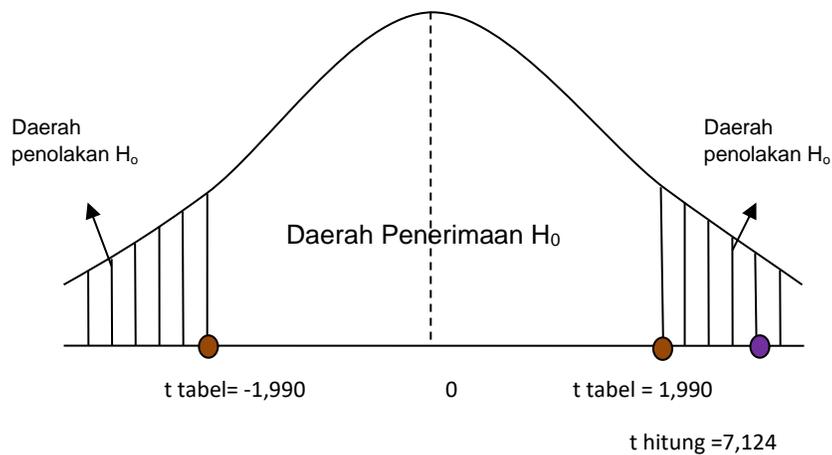
H₁: $\beta_2 \neq 0$ Akses Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada pengusaha dalam komunitas Bisnis TDA Bandung

Dengan tingkat signifikan (α) sebesar 5%, $df = 81$, sehingga diperoleh t_{tabel} untuk uji dua pihak sebesar -1,990 dan 1,990.

Kriteria : Tolak H₀ jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, terima H₁

Tolak H₁ jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, terima H₀

Dari tabel 4.28 hasil *output* SPSS diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Akses Informasi sebesar 7.124 dan nilai *p-value* (*Sig.*) sebesar 0,000. Dikarenakan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($7,124 > 1,990$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya secara parsial Akses Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada Pengusaha yang tergabung dalam Komunitas Bisnis TDA. Jika digambarkan, nilai t_{hitung} dan t_{tabel} untuk pengujian hipotesis tersebut maka tampak sebagai berikut:



Gambar 4.8
Kurva Uji Hipotesis Parsial X_2

Pada gambar diatas dapat dilihat nilai t-hitung jatuh pada daerah penolakan H_0 , sehingga disimpulkan bahwa Akses Informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha. Hal ini diperkuat oleh Menurut Cavusgil (2015:18) megatakan bahwa dengan mengadopsi informasi diharapkan dapat memperbaiki kinerja perusahaan, seperti penurunan biaya dan waktu transaksi dan koordinasi antara rekan bisnis, memperluas pasar dengan biaya lebih murah dan lebih mudah serta mengembangkan mengembangkan dan menciptakan pasar baru.

4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk membuktikan apakah kedua variabel bebas yang terdiri dari Kepribadian Entrepreneurship Islam dan Akses Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja

Usaha Pada pengusaha di Komuntas Bisnis TDA Bandung, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan Hipotesis yang akan diuji pada pengujian secara simultan ini adalah:

$H_0 : \beta_1\beta_2= 0$ Kepribadian Entrepreneurship Islam dan Akses Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada Pengusaha yang tergabung dalam Komunitas Bisnis TDA Bandung.

$H_1 : \beta_1\beta_2\neq 0$ Kepribadian Entrepreneurship Islam dan Akses Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada Sentra pada Pengusaha yang tergabung dalam Komunitas Bisnis TDA Bandung.

Dengan tingkat signifikan (α) sebesar 0,05 atau 5%

Kriteria : tolak H_0 jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan terima H_1

Dengan menggunakan *Software SPSS v.20*, diperoleh *output* sebagai berikut:

Tabel 4.27

Hasil Pengujian Signifikansi (Uji F)

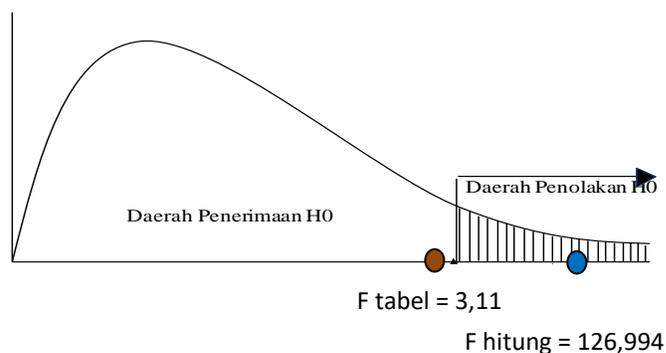
ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	408.498	2	204.249	126.994	.000 ^b
	Residual	130.276	81	1.608		
	Total	538.774	83			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha(Y)

b. Predictors: (Constant), Akses Informasi (X2), Kepribadian Entrepreneurship Islam (X1)

Berdasarkan tabel 4.27 hasil *output* SPSS, diketahui nilai F_{hitung} yang didapat sebesar 126,994 dan $p\text{-value (sig.)} = 0,000$. Dengan $\alpha = 0,05$, $df_1 = 2$, dan $df_2 = (n-k-1) = 81$, maka di dapat $F_{tabel} = 3,354$. Dikarenakan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($126,994 > 3,11$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara simultan Kepribadian Entrepreneurship Islam dan Akses Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada Pengusaha yang tergabung dalam Komunitas Bisnis TDA Bandung. Hasil uji simultan ini juga sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh menurut Murtiadi Awalludin (2017:19) menjelaskan bahwa “Kepribadian *entrepreneurship* islam adalah kondisi dimana seseorang menggabungkan kegiatan bisnis dengan syariat islam dan akses informasi yang baik membantu seorang muslimpreneur mengembangkan usaha nya

Jika disajikan dalam gambar, maka nilai F_{hitung} dan F_{tabel} tampak sebagai berikut:



Gambar 4.9
Kurva Uji Hipotesis Simultan