

PENGARUH ETIKA BISNIS DAN STRATEGI MANAJEMEN BISNIS RITEL MODERN TERHADAP KINERJA RITEL TRADISONAL DI WATAMPONE

Kasmia,
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone
Kasmiaipasatu@rocketmail.com.

A. Sarjan
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone
andisarjan@gmail.com.

Aksi hamzah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone
aksihamzah@mail.com

Abstrak

This study discusses the influence of business ethics and modern retail business strategies on the performance of traditional retail in Watampone. This study aims to determine (1) the influence of modern retail business ethics on the performance of traditional retailers in Watampone, (2) the influence of modern retail management strategies on the performance of traditional retailers in Watampone, (3) how the simultaneous influence of business ethics and modern retail business management strategies on traditional retail at watampone.

Based on the research objectives above, the type of research used is quantitative research with an Islamic economic approach and a sociological approach that is supported by observation methods, questionnaires and documents in collecting the required data. The collected data was then processed using multiple regression analysis. This is to determine the effect of business ethics and modern retail business management strategies on traditional retail in Watampone.

The results of multiple regression analysis on the t test, a significant value of 0.000 <0.05 and t count> t table, namely 4.189 > 2.011, indicating that the business ethics variable (X1) has a significant effect on the performance variable (Y). Then H₁ is accepted that there is an influence on the business ethics variable (X1) on the performance variable (Y). The results of multiple regression analysis on the t test, a significant value of 0.000 <0.05 and t count> t table (4.534 > 2.011) shows that the management strategy variable (X2) has a significant effect on the performance variable (Y). Then H₁ is accepted that there is an influence on the management strategy variable (X2) on the performance variable (Y). The results of multiple regression analysis on the F test show an R value of 0.608 and an R Square value of 0.369, meaning that the simultaneous influence of business ethics (X1) and management strategy (X2) variables on performance variables (Y) is 36.9 percent. influence on the variables studied while the rest is influenced by other variables. So that the variables of business ethics (X1) and management strategy (X2) simultaneously influence the performance variable (Y).

PENDAHULUAN



Indonesia merupakan negara keempat dengan jumlah penduduk tertinggi. Hingga tahun 2019 tercatat 269,6 juta jiwa,¹ dengan jumlah populasi tersebut secara otomatis tingkat konsumsi yang diperlukan juga meningkat. Hal ini menjadi daya tarik bagi para pengusaha untuk mengembangkan bisnis ritel. Bisnis ritel menjadi bagian dari saluran distribusi yang berperan penting dalam rangkaian pemasaran dan merupakan perantara serta penghubung antara kepentingan produsen dan konsumen.

Bisnis ritel adalah penjualan barang secara eceran pada berbagai tipe gerai seperti kios, pasar, *department store*, butik dan lain-lain (termasuk juga penjualan dengan sistem *delivery service*), yang umumnya untuk dipergunakan langsung oleh pembeli yang bersangkutan. Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar, yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Format ritel ini muncul dan berkembang seiring perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja.²

Bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan dan mampu mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan ini disebabkan oleh berubahnya tingkat pendapatan dan kebiasaan masyarakat, sehingga kebutuhan masyarakat semakin meningkat dan beragam. Kebutuhan setiap masyarakat berbeda-beda, tergantung dengan pendapatan yang dimiliki. Bagi masyarakat yang memiliki pendapatan lebih, mereka pasti ingin memiliki produk yang lebih baik, berbelanja dan menggunakan uangnya di tempat yang nyaman, bersih, produk lengkap, tersusun rapi dan tidak berdesak-desakan. Sehingga kebutuhan yang terus meningkat dapat memberikan pengaruh positif terhadap bisnis ritel.

Perkembangan ritel modern di Indonesia dapat dilihat pada grafik di bawah³:

¹Dwi Hadya Jayani, "Jumlah Penduduk Dunia 2019", dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/29/jumlah-penduduk-indonesia-269-juta-jiwa-terbesar-keempat-dunia>, 8 April 2020.

²Marina. L Pandin, "Potret Bisnis Ritel di Indonesia: Pasar Modern", *Economic Review*, No. 215, Maret 2009, h. 1.

³Alfaria Trijaya Tbk, "Jumlah Gerai 10 Toko Ritel Juni-Maret 2017", dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/12/alfa-dan-indomaret-terus-tambah-gerai>, 10 April 2020.



Grafik 1.1 :

Jumlah Gerai 10 Toko Ritel (Jun-Maret 2019)



Grafik 1.1 menunjukkan bahwa jumlah ritel modern yang ada di Indonesia mengalami peningkatan. Pada bulan Januari sampai bulan Maret mengalami peningkatan grafik. Ritel modern menunjukkan jumlah tertinggi adalah Indomart yang mencapai 14.000 gerai dan Alfamart mencapai 12.000 gerai dan alfamidi hampir mencapai 2.000 gerai. Selain itu perkembangan bisnis ritel di Indonesia cenderung mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 data perkembangan ritel di Indonesia diperkirakan mencapai Rp. 256 triliun atau tumbuh sekitar 10% dibandingkan tahun 2018.⁴

Kehadiran ritel modern terus mengalami peningkatan gerai di beberapa wilayah di Indonesia, seperti di Watampone, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan. Kehadiran ritel modern di Kabupaten Bone dipengaruhi oleh tingkat konsumsi masyarakat dengan jumlah penduduk yang mencapai 806.889 jiwa yang terdiri atas 394.477 jiwa penduduk laki-laki dan 412.412 jiwa penduduk perempuan.⁵ Jumlah populasi tersebut mempengaruhi peningkatan konsumsi di Kabupaten Bone, khususnya di Watampone karena semakin meningkatnya kebutuhan

⁴Roy N Mandey, “Retail Minimarket Masih Tumbuh 1000 Gerai Tiap Tahun” (Wawancara oleh Michael Reily dan Yuliawati), dalam <https://katadata.co.id/opini/2019/01/27/retail-minimarket-masih-tumbuh-1000-gerai-tiap-tahun>, 8 April 2020.

⁵Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bone Tahun 2019, “Penduduk Kabupaten Bone”, dalam <https://bone.go.id/2019/06/29/penduduk-kabupaten-bone/>, 22 April 2020.



masyarakat. Dari sekian banyaknya sektor yang ada di Kabupaten Bone, sektor perdagangan besar dan eceran menjadi penyumbang terbesar Produk Domesik Regional Bruto (PDRB) di Watampone.⁶

Ritel modern di Watampone hadir dengan berbagai bentuk terutama dalam bentuk *minimarket* dan *supermarket* dengan pelayanan dan fasilitas yang berbeda dengan ritel tradisional. Ritel modern hadir dengan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan kinerja gerainya. Ritel modern hadir dengan fasilitas yang memberi kenyamanan pelanggan dalam berbelanja, lokasi yang mudah dijangkau dan produk yang lebih beragam dari ritel tradisional. Sehingga hadirnya ritel modern dianggap akan mengurangi kinerja ritel tradisional atau sebaliknya akan meningkatkan kinerja untuk dapat mempertahankan gerainya meskipun banyak ritel modern yang berdiri disekitarnya.

Ritel modern di Watampone mencapai 40 gerai dalam bentuk *minimarket* dan *supermarket* belum termasuk toko modern lainnya. Alfamart di Watampone merupakan ritel modern yang paling menunjukkan peningkatan karena mencapai 15 gerai, kemudian posisi kedua Alfamidi mencapai tujuh gerai, Alfamart mencapai enam gerai dan Surya Indah mencapai enam gerai. Hal ini menunjukkan bahwa di Watampone bisnis ritel modern menjadi perhatian masyarakat untuk berbelanja pada ritel tersebut.

Ritel tradisional merupakan salah satu sektor informal dalam bidang perdagangan yang banyak berkembang, bahkan ritel tradisional berdiri sebelum hadirnya ritel modern. Karakteristik ritel tradisional digambarkan kurang memilih lokasi, tidak memperhitungkan potensi pembeli, jenis barang dagangan yang tidak terarah, tidak ada seleksi merek dan kurang memperhatikan pemasok. Berbeda dengan ritel modern yang bersih, tempat yang nyaman, aman, dengan fasilitas seperti parkir, toilet, dan harganya tidak jauh berbeda dengan tradisional bahkan ada ritel tertentu dengan harga yang lebih murah.⁷

⁶Badan Pusat Statistik Kabupaten Bone, *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Bone Menurut Lapangan Usaha 2014-2018* (Watampone: Damai, 2019), h. 109.

⁷Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (Cet. II; Jakarta: Salemba Empat, 2018), h. 9.



Ritel tradisional mengalami perkembangan secara nasional, ritel tradisional lebih banyak dibanding pedagang grosir, yakni pedagang eceran sebesar 95,53%. Jumlah pedagang eceran terbanyak berada pada Provinsi Jawa Tengah sebesar 367.040 pedagang sedangkan untuk Provinsi Sulawesi Selatan sekitar 180.000 pedagang.⁸

Ritel tradisional di Watampone menjual barang sejenis dengan ritel modern seperti di Indomart, Alfamart, Alfamidi, dan Surya Indah. Ritel tradisional yang ada di Watampone dihadapkan dengan pendirian ritel modern yang sepertinya memperhatikan etika bisnis dalam menjalankan bisnisnya dengan pelayanan yang santun dan ramah yang diberikan oleh pegawai kepada pelanggan di ritel tersebut. Ritel modern juga memperhatikan strategi manajemen untuk menarik pelanggan seperti, memiliki diferensiasi produk yang lebih lengkap dan dengan kondisi penataan toko yang lebih rapi.

Permasalahan kemudian muncul karena produk yang ditawarkan oleh ritel modern pada umumnya sama dengan produk yang ditawarkan oleh ritel tradisional. Sehingga persepsi penulis melihat bahwa pelanggan lebih tertarik berbelanja di ritel modern daripada ritel tradisional yang kemeberapaudian membuat beberapa ritel tradisional mulai merasakan dampaknya. Ritel tradisional mengalami penurunan pendapatan dan keuntungan yang menjadi salah satu penurunan kinerja dari ritel tradisional. Namun beberapa ritel tradisional juga seperti merespon baik kelebihan dari etika bisnis dan juga strategi manajemen yang diterapkan ritel modern seperti, lebih terantang untuk meningkatkan diferensiasi produk dan memberikan kenyamanan berbelanja kepada pelanggannya. Hal ini menjadi salah satu peningkatan kinerja ritel tradisional untuk mempertahankan ritelnya.

Kelemahan ritel tradisional sebagai sektor informal serta semakin banyaknya pendirian ritel modern di Watampone menimbulkan berbagai pengaruh terhadap keberlangsungan ritel tradisional. Salah satu pengaruh lain yang terlihat di Watampone adalah beberapa ritel tradisional yang di sekitarnya berdiri ritel modern menutup gerainya dengan

⁸Badan Pusat Statistic, *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Tahun 2018* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2018), h. 8



alasan karena jumlah pelanggan menurun. Konsumen seperti lebih memilih berbelanja di ritel modern yang bersebelahan dengan gerai ritel tradisional.

Timbulnya beberapa penurunan kinerja ritel tradisional setelah hadirnya ritel modern yang menerapkan etika bisnis dan strategi manajemen mempengaruhi kinerja ritel tradisional merupakan argumen utama dari penulis untuk meneliti hal tersebut. Penelitian ini melihat pengaruh dari aspek etika bisnis dan strategi manajemen bisnis ritel modern terhadap kinerja ritel tradisional dengan memilih lokasi di Watampone yang merupakan bagian dari Kabupaten Bone.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun yang dimaksud dengan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang digunakan untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta, untuk menunjukkan hubungan antarvariabel, dan ada pula yang bersifat mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman serta dalam ilmu-ilmu alam maupun ilmu-ilmu sosial.⁹

Adapun alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu: dalam hal ini terdapat kejelasan unsur: tujuan, subjek, sumber data, kejelasan desain penelitian, sampel yang digunakan bisa mewakili populasi, dan analisis data dilakukan setelah semua data terkumpul. Selanjutnya, penelitian ini akan menghasilkan data-data yang telah diolah dan mendeskripsikannya dengan berupa kata-kata tertulis atau data dalam bentuk tabel atau grafik. Dengan demikian pendekatan kuantitatif dinilai relevan dengan penelitian ini yang bertujuan menunjukkan pengaruh etika bisnis dan strategi manajemen ritel modern terhadap kinerja ritel tradisional di Watampone.

2. Pendekatan Penelitian

⁹Prasetyo Bambang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), h. 24.



Dalam penelitian ini menggunakan berbagai pendekatan dalam menyelesaikan suatu masalah, yaitu sebagai berikut:

a. Pendekatan Ekonomi Syariah

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan ekonomi syariah. Dalam hal ini ekonomi syariah memandang kegiatan ritel. Dengan demikian konsep ekonomi syariah pada ritel modern menggunakan teori etik yaitu normatif etik. Dalam hal ini hubungannya dengan etika bisnis islam.

Etika bisnis islam adalah akhlak yang menjalankan bisnis sesuai dengan nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sesuatu yang baik dan benar. Etika bisnis seorang misalnya berbisnis dengan baik didasari iman dan takwa, sikap baik budi, jujur dan amanah, tidak menipu, tidak ada yang dirugikan, serta tidak melakukan pekerjaan yang bertentangan dengan hukum Allah atau syariat islam.¹⁰

b. Pendekatan Sosiologi

Brinkerhoft dan *White* berpendapat bahwa sosiologi merupakan studi sistematis tentang interaksi sosial manusia. Titik fokus perhatiannya terletak pada hubungan dan pola-pola interaksi, yaitu bagaimana pola-pola tersebut tumbuh-kembang, bagaimana mereka dipertahankan, dan juga bagaimana mereka berubah.¹¹

PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Watampone adalah sebuah daerah yang terletak di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia sekaligus ibu Kota Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan. Sebelum tahun 2003, Kota ini memiliki status kota administratif dengan tiga Kecamatan dan 24 Kelurahan serta mencakup wilayah seluas 138,87km². Semenjak penghapusan kota administratif akibat

¹⁰Idri, *Hadis Ekonomi : Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, h. 327.

¹¹Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi: Edisi Kedua* (Cet. V; Jakarta: Kencana, 2016), h. 1-2.



berlakunya UU Pemerintahan Daerah, berdasarkan PP no. 33/2003, penatalaksanaan kota Watampone dilakukan oleh Kabupaten Bone.

Watampone merupakan ibu kota Kabupaten Bone yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Wilayah perkotaan Watampone memiliki tiga kecamatan dan 24 kelurahan. Tiga kecamatan yang dimaksud adalah Kecamatan Tanete Riattang, Kecamatan Tanete Riattang Timur, Kecamatan Tanete Riattang Barat.

Jumlah Ritel Modern yang ada di Watampone untuk tiga Kecamatan dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4
Ritel Modern Kota Watampone

No	Ritel Modern	Jumlah
1	Alfamart	15
2	Alfamidi	7
3	Indomart	6
4	Alpinmart	2
5	Surya Indah	6
6	3 Putri	1
7	Karella	1
8	Putri Ayu	1
9	Oriental	1
Total		40

Sumber : *Observasi lapangan pada 12 Juni 2020*

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa ritel modern di Watampone mencapai 40 gerai dalam bentuk *minimarket* dan *supermarket* belum termasuk toko modern lainnya. Alfamart di Watampone merupakan ritel modern yang paling menunjukkan peningkatan karena mencapai 15 gerai, kemudian posisi kedua Alfamidi mencapai tujuh gerai, Alfamart mencapai enam gerai dan Surya Indah mencapai enam gerai.



B. Deskripsi Responden Penelitian

Adapun deskripsi responden pada penelitian ini antara lain:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	31	62%
Laki Laki	19	38%
Total	50	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 dari 50 responden yang diteliti, terdapat 31 orang atau sebesar 62% responden berjenis kelamin perempuan, 19 orang atau sebesar 38% responden berjenis kelamin laki-laki. Jadi, responden penelitian ini lebih dominan perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia dapat digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur	Frekuensi	Presentase %
21-30	7	14%
31-40	22	44%
41-50	15	30%
51-60	5	10%
61-70	0	0%
71-80	1	2%
Total	50	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020



Berdasarkan tabel 4.6 dari 50 responden yang diteliti, terdapat 7 orang atau sebesar 14% responden berusia 21-30 tahun, 22 orang atau sebesar 44% responden berusia 31-40 tahun, 15 orang atau sebesar 30% responden berusia 41-50 tahun, 5 orang atau sebesar 10% responden berusia 51-60 tahun, 0 orang atau sebesar 0% responden berusia 61-70 tahun, dan 1 orang atau sebesar 1% responden berusia 71-80 tahun. Jadi sebagian besar responden penelitian ini pelaku ritel tradisional yang berusia 31-40 orang, yakni sebesar 22 orang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan

Deskripsi responden berdasarkan Kecamatan dapat digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan

Kecamatan	Frekuensi	Presentase %
Tanete Riattang	26	52%
Tanete Riattang Timur	4	8%
Tanete Riattang Barat	20	41%
Total	50	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan data tabel 4.7 dari 50 responden yang diteliti, terdapat 25 orang atau sebesar 51% responden dari Kecamatan Tanete Riattang. 4 orang atau sebesar 8% responden dari Kecamatan Tanete Riattang Timur. 20 orang atau sebesar 41% responden dari Kecamatan Tanete Riattang Barat. Jadi sebagian besar responden penelitian ini pelaku ritel tradisional dari Kecamatan Tanete Riattang, yakni sebesar 26 orang.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dijelaskan melalui tabel berikut :

Tabel 4.8

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Pend. Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD	5	10%
SMP/MTs	8	16%
SMA/SLTA	34	68%
Diploma	0	0%
Sarjana	3	6%
Total	50	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan data tabel 4.8, dari 50 responden yang diteliti, terdapat 5 orang atau sebesar 10% responden yang berpendidikan SD, 8 orang responden atau sebesar 16% responden yang berpendidikan SMP/MTs, 34 orang responden atau sebesar 68% responden yang berpendidikan SMA/SLTA, 0 orang atau sebesar 0% responden yang berpendidikan Diploma, dan 3 orang atau sebesar 6% responden yang berpendidikan Sarjana, Jadi sebagian besar responden penelitian berpendidikan SMA/SLTA, yakni sebanyak 34 orang.

C. Variabel Penelitian

Adapun deskripsi variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Etika Bisnis (X1)

Deskripsi jawaban responden tentang semua item pernyataan dalam variabel etika bisnis (X1) dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4.9
Skor Jawaban Variabel Etika Bisnis (X1)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		TT		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	23	4.6%	26	5,2%	1	0,2%	0	0%	0	0%



2	16	3,2%	32	6,4%	2	0,4%	0	0%	0	0%
3	27	5,4%	22	4,4%	1	0,2%	0	0%	0	0%
4	19	3,8%	28	5,6%	3	0,6%	0	0%	0	0%
5	26	5,2%	17	3,4%	7	1,4%	0	0%	0	0%
6	19	3,8%	23	4,6%	8	1,6%	0	0%	0	0%
7	20	4%	24	4,8%	6	1,2%	0	0%	0	0%
8	26	5,2%	21	4,2%	3	0,6%	0	0%	0	0%
9	30	6%	20	4%	0	0%	0	0%	0	0%
10	31	6,6%	15	3%	2	0,4%	0	0%	0	0%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 dari 10 item yang menjadi pernyataan dalam penelitian ini bahwa, item 1 dan 2 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator tanggungjawab menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item pertama ada 23 responden menjawab sangat setuju, 26 responden menjawab setuju, 1 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item kedua sebanyak 16 responden responden menjawab sangat setuju, 32 responden menjawab setuju, 2 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju.

Item 3 dan 4 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator kejujuran menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item ketiga ada 27 responden menjawab sangat setuju, 22 responden menjawab setuju, 1 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item keempat sebanyak 19 responden responden menjawab



sangat setuju, 28 responden menjawab setuju, 3 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak tahu, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju.

Item 5 dan 6 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator keadilan menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item kelima ada 26 responden menjawab sangat setuju, 17 responden menjawab setuju, 7 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item keenam sebanyak 19 responden menjawab sangat setuju, 23 responden menjawab setuju, 8 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak tahu, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju.

Item 7 dan 8 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator saling menguntungkan menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item ketujuh ada 20 responden menjawab sangat setuju, 24 responden menjawab setuju, 6 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item kedelapan sebanyak 26 responden menjawab sangat setuju, 21 responden menjawab setuju, 3 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak tahu, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju.

Item 9 dan 10 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator integritas moral menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item kesembilan ada 30 responden menjawab sangat setuju, 20 responden menjawab setuju, 1 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item kesepuluh sebanyak 31 responden menjawab sangat setuju, 15 responden menjawab setuju, 2 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak tahu, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju.

Lebih jelasnya skor jawaban keseluruhan dapat disimpulkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10
Deskripsi Variabel Etika Bisnis (XI)

Variabel	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
----------	---------	-----------	----------------



Etika Bisnis	Sangat Setuju	239	47,8%
	Setuju	228	45,6%
	Tidak Tahu	33	6,6%
	Tidak Setuju	0	0%
	Sangat tidak Setuju	0	0%
Jumlah		500	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 dari 50 responden yang diteliti dengan menggunakan 10 item pernyataan, menunjukkan bahwa jawaban yang paling dominan diberikan oleh responden pada variabel etika bisnis (X1) adalah sangat setuju yaitu, sebesar 239 atau 47,8%.

2. Strategi Manajemen (X2)

Deskripsi jawaban responden tentang semua item pernyataan dalam variabel strategi manajemen (X2) dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4.11
Skor Jawaban Variabel Strategi Manajemen (X2)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		TT		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	15	3%	30	6%	5	1%	0	0%	0	0%
2	20	4%	25	5%	5	1%	0	0%	0	0%
3	15	3%	31	6,2%	4	0,8%	0	0%	0	0%
4	17	3,4%	28	5,6%	5	1%	0	0%	0	0%



5	14	2,8%	32	6,4%	4	0,8%	0	0%	0	0%
6	10	2%	35	7%	5	1%	0	0%	0	0%
7	14	2,8%	35	7%	1	0,2%	0	0%	0	0%
8	17	3,4%	27	5,4%	6	1,2%	0	0%	0	0%
9	23	4,6%	23	4,6%	4	0,8	0	0%	0	0%
10	20	4%	28	5,6%	2	0,4%	0	0%	0	0%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.11 dari 10 item yang menjadi pernyataan dalam penelitian ini bahwa, item 1 dan 2 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator manajemen sumber daya manusia menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item pertama ada 15 responden menjawab sangat setuju, 30 responden menjawab setuju, 5 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item kedua sebanyak 20 responden responden menjawab sangat setuju, 25 responden menjawab setuju, 5 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju.

Item 3-5 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator manajemen infrastruktur menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item ketiga ada 15 responden menjawab sangat setuju, 31 responden menjawab setuju, 4 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item keempat sebanyak 17 responden responden menjawab sangat setuju, 28 responden menjawab setuju, 5 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak tahu, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, item kelima 14 responden menjawab sangat setuju, 32 responden menjawab setuju, 4 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju



Item 6-8 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator manajemen kontribusi karyawan menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item keenam ada 10 responden menjawab sangat setuju, 35 responden menjawab setuju, 5 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item ketujuh sebanyak 14 responden responden menjawab sangat setuju, 35 responden menjawab setuju, 1 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak tahu, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item kedelapan sebanyak 17 responden responden menjawab sangat setuju, 27 responden menjawab setuju, 6 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak tahu, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju.

Item 9 dan 10 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator manajemen transformasi dan perubahan menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item kesembilan ada 23 responden menjawab sangat setuju, 23 responden menjawab setuju, 4 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item kesepuluh sebanyak 20 responden responden menjawab sangat setuju, 28 responden menjawab setuju, 2 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak tahu, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju.

Lebih jelasnya skor jawaban keseluruhan dapat disimpulkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12
Deskripsi Variabel Strategi Manajemen

Variabel	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Strategi Manajemen	Sangat Setuju	165	33%
	Setuju	294	58,8%
	Tidak Tahu	41	8,2%
	Tidak Setuju	0	0%



	Sangat tidak Setuju	0	0%
Jumlah		500	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

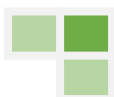
Berdasarkan tabel di atas, dari 50 responden yang diteliti dengan menggunakan 10 item pernyataan, menunjukkan bahwa jawaban yang paling dominan diberikan oleh responden pada variabel strategi manajemen (X2) adalah setuju yaitu, sebesar 294 atau 58,8%.

3. Strategi Kinerja (Y)

Deskripsi jawaban responden tentang semua item pernyataan dalam variabel kinerja (Y) dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4.13
Skor Jawaban Variabel Kinerja (Y)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		TT		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	37	7,4%	13	2,6%	0	0%	0	0%	0	0%
2	32	6,4%	17	3,4%	1	0,2%	0	0%	0	0%
3	38	7,6%	11	2,2%	1	0,2%	0	0%	0	0%
4	28	5,6%	18	3,6%	4	0,8%	0	0%	0	0%
5	37	7,4%	12	2,4%	1	0,2%	0	0%	0	0%
6	37	5,4%	20	4%	3	0,6%	0	0%	0	0%
7	34	6,8%	15	3%	1	0,2%	0	0%	0	0%
8	46	9,2%	4	0,8,4%	0	0%	0	0%	0	0%



9	31	6,2%	16	3,2%	3	0,6	0	0%	0	0%
10	16	3,2%	24	4,8%	9	1,8%	0	0%	0	0%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 dari 10 item yang menjadi pernyataan dalam penelitian ini bahwa, item 1 dan 2 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator output menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item pertama ada 37 responden menjawab sangat setuju, 13 responden menjawab setuju, 0 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item kedua sebanyak 32 responden responden menjawab sangat setuju, 17 responden menjawab setuju, 1 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju.

Item 3 dan 4 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator produktivitas menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item ketiga ada 38 responden menjawab sangat setuju, 11 responden menjawab setuju, 1 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item keempat sebanyak 28 responden responden menjawab sangat setuju, 18 responden menjawab setuju, 4 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak tahu, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju.

Item 5 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator efisiensi bahwa dari 50 responden untuk item ketiga ada 37 responden menjawab sangat setuju, 12 responden menjawab setuju, 1 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju,

Item 6 dan 7 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator kualitas pelayanan menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item keenam ada 37 responden menjawab sangat setuju, 20 responden menjawab setuju, 3 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item ketujuh sebanyak 3 responden responden menjawab sangat



setuju, 15 responden menjawab setuju, 1 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak tahu, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju.

Item 8 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator efektivitas menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item kedelapan ada 46 responden menjawab sangat setuju, 6 responden menjawab setuju, 0 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju,

Item 9 dan 10 memberikan pernyataan mengenai pemahaman responden yakni indikator efektifitas pelanggan perubahan menunjukkan bahwa dari 50 responden untuk item kesembilan ada 31 responden menjawab sangat setuju, 16 responden menjawab setuju, 3 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, untuk item kesepuluh sebanyak 16 responden menjawab sangat setuju, 24 responden menjawab setuju, 9 responden menjawab tidak tahu, 0 responden menjawab tidak tahu, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju.

Lebih jelasnya skor jawaban keseluruhan dapat disimpulkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.14
Deskripsi Variabel Kinerja (Y)

Variabel	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Kinerja	Sangat Setuju	326	65,2%
	Setuju	150	30%
	Tidak Tahu	23	4,6%
	Tidak Setuju	0	0%
	Sangat tidak Setuju	0	0%
Jumlah		500	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020



Berdasarkan tabel 4.13 dari 50 responden yang diteliti dengan menggunakan 10 item pernyataan, menunjukkan bahwa jawaban yang paling dominan diberikan oleh responden pada variabel Kinerja(Y1) adalah sangat setuju yaitu, sebesar 326 atau 65,2%.

D. Hasil Uji Validitas dan Realibitas

Instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid. Reabilitas berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.¹²

Ketentuan validitas instrument apabila r hitung lebih besar dari r tabel dimana $df=n-2$ dengan *signifikan* 5%. Dasar pengambilan keputusan dalam dalam uji validitas adalah jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka item pertanyaan berkorelasi *signifikan* terhadap skor total, jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total.¹³ df yang digunakan adalah $50-2=48$ dengan *alpha* sebesar 5%, maka menghasilkan nilai r tabel dan nilai r positif, maka butir pernyataan dikatakan valid.

Hasil pengamatan pada r tabel didapatkan nilai dari sampel (N) = 48 sebesar 0,278. Merujuk pada hasil uji validitas dihasilkan bahwa semua instrumen mulai dari variabel Etika Bisnis (X1) yang terdiri dari sepuluh item dan variabel strategi manajemen (X2) yang terdiri dari sepuluh item menghasilkan nilai r hitung $>$ r tabel (r hitung $>$ 0,278) yang artinya berkorelasi signifikan. Maka seluruh item dikatakan valid. Selain itu variabel kinerja (Y) yang terdiri dari sepuluh item juga menghasilkan nilai r hitung $>$ r tabel yang artinya berkorelasi signifikan. Karena seluruh item memiliki skor total lebih besar dari 0,278 maka seluruh item dikatakan valid. (*Selengkapnya hasil uji validitasnya dapat dilihat pada halaman lampiran*)

¹²Agus Tri Basuki, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Cet. 1 ; Rajawali Pers: Jakarta, 2016), h. 77-79.

¹³Agus Tri Basuki, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. h. 77.



Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya, reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach's 0* sampai 1. Untuk mengetahui kriteria reliabilitas, ada lima kelompok kelas dengan ukuran kemantapan aplha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai *alpha cronbach* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel
- b. Nilai *alpha cronbach* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel
- c. Nilai *alpha cronbach* 0,42 s.d 0,60 berarti cukup reliabel
- d. Nilai *alpha cronbach* 0,60 s.d 0,80 berarti reliabel
- e. Nilai *alpha cronbach* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel

Hasil uji realibilitas untuk variabel etika bisnis (X1), strategi manajemen (X2), dan kinerja (Y) dapat dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Etika Bisnis (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,726	10

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Pada tabel 4.15 total semua nilai item pernyataan dalam variabel etika bisnis (X1) dengan nilai *Alpha* 0,726, dimana jika nilai *alpha cronbach* 0,60 s.d 0,80 berarti reliabel, maka data variabel etika bisnis (X1) yang diperoleh dianggap realibel. Sehingga data uji relibiliti dianggap memiliki konsisten. Artinya bahwa jawaban yang diberikan responden memiliki tingkat konsistensi yang tinggi.

Tabel 4.16

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Strategi Manajemen (X2)



Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,692	10

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Pada tabel 4.16 total semua nilai item pernyataan dalam variabel strategi manajemen (X2) dengan nilai 0,692, dimana jika jika nilai *alpha cronbach* 0,60 s.d 0,80 berarti reliabel maka data variabel strategi manajemen yang diperoleh dianggap realibel. Sehingga data uji reliabiliti dianggap memiliki konsisten. Artinya bahwa jawaban yang diberikan responden memiliki tingkat konsistensi yang tinggi.

Tabel 4.17

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kinerja (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,714	10

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Pada tabel 4.17 total semua nilai item pernyataan variabel kinerja (Y) dengan nilai *Alpha* 0,714, dimana jika , dimana jika jika nilai *alpha cronbach* 0,60 s.d 0,80 berarti reliabel maka data variabel kinerja yang diperoleh dianggap realibel. Sehingga data uji reliabiliti dianggap memiliki konsisten. Artinya bahwa jawaban yang diberikan responden memiliki tingkat konsistensi yang tinggi

E. Hasil Uji Prasyarat Regresi

Sebelum proses analisis data, uji prasyarat terhadap data-data penelitian dilakukan terlebih dahulu. Uji prasyarat yang dimaksud yaitu: uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas. Uji prasyarat tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah populasi data untuk semua variabel dalam penelitian ini mengikuti pola distribusi normal ataukah tidak. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola distribusi normal. Jika datanya berdistribusi



normal maka bisa menggunakan metode analisis statistik parametrik, tetapi jika datanya tidak berdistribusi normal maka menggunakan metode statistik non parametrik. Pengujian normalitas dilakukan dengan teknik *Kolmogorov-Smimov* dengan kriteria jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.18

Hasil Uji Normalitas

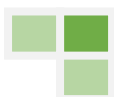
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,09652259
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,083
	Positive	,079
	Negative	-,083
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansinya adalah $> 0,05$ yakni $0,200 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal. Sehingga data dalam penelitian ini dapat dipakai dalam statistik parametrik (*statistik inferensial*). Dengan kata lain, data telah sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Artinya bahwa data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang berbentuk linier atau tidak secara signifikan. Jika data berbentuk linier, maka penggunaan analisis regresi linier berganda pada pengujian hipotesis dapat dipertanggungjawabkan akan tetapi jika tidak linier, maka harus digunakan analisis regresi



non linier. Untuk memastikan data bersifat linier atau tidak yaitu dengan melihat nilai signifikansi *linearity*-nya. Apabila $> 0,05$ maka terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 4.19

Hasil Uji Linearitas Variabel Etika Bisnis (X1) terhadap Variabel Kinerja (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja * Etika Bisnis	Between Groups	(Combined)	40,390	11	3,672	2,633	,013
		Linearity	24,994	1	24,994	17,924	,000
		Deviation from Linearity	15,395	10	1,540	1,104	,384
	Within Groups		52,990	38	1,394		
Total			93,380	49			

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Hasil uji linearitas yakni variabel etika bisnis (X1) terhadap kinerja (Y), adalah signifikan ($0,384 > 0,05$), yang artinya terdapat hubungan linear antara variabel independen (etika bisnis) dan variabel dependen (kinerja). Sehingga uji linearitas dapat dilanjutkan ke uji regresi berganda.

Tabel 4.20

Hasil Uji Linearitas Variabel Strategi Manajemen (X2) terhadap Variabel Kinerja (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja * Strategi Manajem	Between Groups	(Combined)	41,972	11	3,816	2,820	,009
		Linearity	28,005	1	28,005	20,700	,000



en	Deviation from Linearity	13,967	10	1,397	1,032	,436
	Within Groups	51,408	38	1,353		
	Total	93,380	49			

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Hasil uji linearitas yakni variabel Strategi Manajemen(X1) terhadap kinerja (Y), adalah signifikan ($0,436 > 0,05$), yang artinya terdapat hubungan linear antara variabel independen (strategi manajemen) terhadap variabel dependen (kinerja). Sehingga uji linearitas dapat dilanjutkan ke uji regresi berganda.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS 16. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ maka terjadi multikolinieritas. Atau jika $VIF < 10,00$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas, jika $VIF \geq 10,00$ maka terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.21

Hasil Uji Multikolerasi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	33,076	2,695		12,273	,000		
Etika Bisnis	,140	,062	,313	2,270	,028	,708	1,413



Strategi Manajemen	,189	,069	,379	2,749	,008	,708	1,413
--------------------	------	------	------	-------	------	------	-------

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel etika bisnis dan variabel strategi manajemen $0,708 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,413 < 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* $>$ Sehingga, antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinieritas dan semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* VIF $<$ Sehingga, antara variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinieritas.

F. Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis tersebut dapat dilihat pada hasil berikut:

1. Uji t (Uji persial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai *signifikan* $<$ 0,05, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Namun sebaliknya, Jika nilai *signifikan* $>$ 0,05, atau $t_{hitung} <$ t_{tabel} maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.22

Hasil Uji t Variabel Etika Bisnis (X1) terhadap Variabel Kinerja (Y)

Coefficients^a



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37,095	2,414		15,369	,000
	Etika Bisnis	,232	,055	,517	4,189	,000

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Hasil pengamatan pada t tabel didapatkan nilai dari sampel $t_{tabel} = t(0,05/2 ; n-k-1)$, $= t(0,025 ; 50-2-1)$, $t(0,025 ; 47)$. Berdasarkan t tabel yaitu sebesar 2,011. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa nilai *signifikan* $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, yakni $4,189 > 2,011$, menunjukkan bahwa variabel etika bisnis (X1) berpengaruh *signifikan* terhadap variabel Kinerja (Y). Maka hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima yang mana dianggap terdapat pengaruh pada variabel X1 terhadap variabel Y.

Tabel 4.23

Hasil Uji t Variabel Strategi Manajemen (X2) terhadap Variabel Kinerja (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35,594	2,560		13,902	,000
	Strategi Manajemen	,273	,060	,548	4,534	,000

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Hasil pengamatan pada t tabel didapatkan nilai dari sampel $t_{tabel} = t(0,05/2 ; n-k-1)$, $= t(0,025 ; 50-2-1)$, $t(0,025 ; 47)$. Berdasarkan t tabel yaitu sebesar 2,011. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa nilai *signifikan* $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,534 > 2,011$) menunjukkan bahwa variabel strategi manajemen (X2) berpengaruh *signifikan* terhadap variabel kinerja (Y). Maka hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima yang mana dianggap terdapat pengaruh pada variabel X2 terhadap variabel Y.



2. Uji F (serempak)

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (serempak) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai *signifikan* < 0,05, atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Namun sebaliknya, Jika nilai *signifikan* > 0,05, atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.24

Hasil Uji F Variabel Etika Bisnis (X1) dan Variabel Strategi Manajemen (X2) terhadap Variabel Kinerja (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34,464	2	17,232	13,747	,000 ^b
	Residual	58,916	47	1,254		
	Total	93,380	49			

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Hasil pengamatan pada F tabel didapatkan nilai dari sampel t tabel = F (k ; n-k-), = F (2 ; 50-2), F (2; 48). Berdasarkan F tabel yaitu sebesar 3,19. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa nilai *signifikan* 0,000 < 0,05 atau F hitung > F tabel yakni, 13,747 > 3,19 menunjukkan bahwa variabel etika bisnis (X1) dan strategi manajemen (X2) berpengaruh secara simulatan/serempak terhadap variabel kinerja (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.25

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b



Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,608 ^a	,369	,342	1,120

Berdasarkan hasil analisis bahwa nilai R sebesar 0,608 dan nilai R Square sebesar 0,369, artinya bahwa pengaruh variabel etika bisnis (X1) dan strategi manajemen (X2) secara simultan terhadap variabel kinerja (Y) adalah sebesar 36,9 persen yang mempunyai pengaruh besar terhadap variabel yang diteliti sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Hasil Analisis

1. Variabel Etika Bisnis (X1) terhadap Kinerja (Y)

Diketahui pengaruh variabel etika bisnis (X1) terhadap variabel kinerja (Y), bahwa nilai *signifikan* $0.000 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, yakni $4,189 > 2,011$, menunjukkan bahwa variabel etika bisnis (X1) berpengaruh *signifikan* terhadap variabel Kinerja (Y). Maka hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima bahwa terdapat pengaruh pada variabel etika bisnis (X1) terhadap variabel kinerja (Y) sedangkan H_0 ditolak yakni tidak terdapat pengaruh variabel etika bisnis (X1) terhadap variabel kinerja (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, etika bisnis ritel modern berpengaruh terhadap kinerja ritel tradisional. Dalam hal ini indikator etika bisnis yakni tanggung jawab, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan dan integritas moral yang telah diterapkan oleh ritel modern memberikan pengaruh terhadap kinerja ritel tradisional. Ritel tradisional mengalami penurunan kinerja setelah hadirnya ritel modern sehingga dapat dianggap tidak mampu bersaing dengan ritel modern karena ritel modern hadir dengan menerapkan indikator etika bisnis yang menjadi penunjang keberhasilan ritel modern.

2. Variabel Strategi Manajemen (X2) terhadap Kinerja (Y)

Diketahui pengaruh variabel strategi manajemen (X2) terhadap strategi kinerja (Y), bahwa nilai *signifikan* $0,000 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($4,534 > 2,011$) menunjukkan bahwa variabel strategi manajemen (X2) berpengaruh *signifikan* terhadap variabel kinerja (Y). Maka hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima yang mana dianggap terdapat



pengaruh pada variabel strategi manajemen (X2) terhadap variabel kinerja (Y) sedangkan H_0 ditolak yakni tidak terdapat pengaruh variabel strategi manajemen (X2) terhadap variabel kinerja (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, strategi manajemen ritel modern berpengaruh terhadap kinerja ritel tradisional. Dalam hal ini indikator strategi manajemen yakni manajemen sumber daya manusia, manajemen infrastruktur, manajemen kontribusi karyawan, dan manajemen transformasi dan perubahan yang telah diterapkan oleh ritel modern memberikan pengaruh terhadap kinerja ritel tradisional. Ritel tradisional mengalami penurunan kinerja setelah hadirnya ritel modern sehingga dapat dianggap tidak mampu bersaing dengan ritel modern yang hadir dengan menerapkan indikator strategi manajemen yang menjadi penunjang keberhasilan ritel modern.

3. Variabel Etika Bisnis (X1) dan Variabel Strategi Manajemen (X2) terhadap Variabel Kinerja (Y)

Diketahui bahwa nilai R sebesar 0,608 dan nilai R Square sebesar 0,369, artinya bahwa pengaruh variabel etika bisnis (X1) dan strategi manajemen (X2) secara simultan terhadap variabel kinerja (Y) adalah sebesar 36,9 persen yang mempunyai pengaruh terhadap variabel yang diteliti sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Sehingga variabel etika bisnis (X1) dan strategi manajemen (X2) berpengaruh secara simultan/serempak terhadap variabel kinerja (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi berganda pada uji t menunjukkan nilai *signifikan* variabel etika bisnis (X1) terhadap variabel kinerja (Y), bahwa nilai *signifikan* $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, yakni $4,189 > 2,011$, menunjukkan bahwa variabel etika bisnis (X1) berpengaruh *signifikan* terhadap variabel kinerja (Y). Maka H_1 diterima bahwa terdapat



- pengaruh pada variabel etika bisnis (X1) terhadap variabel kinerja (Y) sedangkan H_0 ditolak yakni, tidak terdapat pengaruh variabel etika bisnis (X1) terhadap variabel kinerja (Y).
2. Hasil analisis regresi berganda pada uji t menunjukkan nilai *signifikan* variabel strategi manajemen (X2) terhadap strategi kinerja (Y), bahwa nilai *signifikan* $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,534 > 2,011$) menunjukkan bahwa variabel strategi manajemen (X2) berpengaruh *signifikan* terhadap variabel kinerja (Y). Maka H_1 diterima bahwa terdapat pengaruh pada variabel strategi manajemen (X2) terhadap variabel kinerja (Y) sedangkan H_0 ditolak yakni, tidak terdapat pengaruh variabel strategi manajemen (X2) terhadap variabel kinerja (Y).
 3. Hasil analisis regresi berganda pada uji F menunjukkan bahwa variabel etika bisnis (X1) dan variabel strategi manajemen (X2) terhadap variabel kinerja (Y) atau secara simultan bahwa nilai R sebesar 0,608 dan nilai R Square sebesar 0,369, artinya bahwa pengaruh variabel etika bisnis (X1) dan strategi manajemen (X2) secara simultan terhadap variabel kinerja (Y) adalah sebesar 36,9 persen yang mempunyai pengaruh terhadap variabel yang diteliti sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Sehingga variabel etika bisnis (X1) dan strategi manajemen (X2) berpengaruh secara simultan/serempak terhadap variabel kinerja (Y).

DAFTAR PUSTAKA

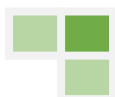
- Adhim, Fauzan dan Muhammad Nur Hakim, "Perencanaan Strategi Berbasis Nilai Di Lembaga Pendidikan Tinggi", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 4, No. 2, 2019.
- Agus Tri Basuki, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Cet. 1 ; Rajawali Pers: Jakarta, 2016.
- Akdon, *Strategic Management for Educational Management*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Cet. XII; Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Bacal, Robert dalam Kaswan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategis*, Cet . I.; Yogyakarta: CV. Andi Ofset, 2019\.



- Badan Pusat Statistic, *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Tahun 2018*, Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2018.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bone, *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Bone Menurut Lapangan Usaha 2014-2018*, Watampone: Damai, 2019.
- Badan Pusat Statistik, *Kabupaten Bone dalam Angka 2020*, Bone : BPS, 2020.
- Badan Pusat Statistik, *Kecamatan Tanete Riattang dalam Angka 2020*, Bone : BPS, 2020.
- Badan Pusat Statistik, *Kecamatan Tanete Riattang Timur dalam Angka 2020*, Bone : BPS, 2020.
- Bambang, Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005.
- Bastian, Indra, *Akuntansi Sektor Publik*, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Berman, Barry and Joel R. Evans, *Retail Management A Strategi Approach Ed.10*, New Jersey; Perason Prentice Hall, 2006.
- Bertens, K., *Etika*, Jakarta; Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Boyatzis, Richard E, Competencies in the 21st Century, *Journal of Management Development*. Vol. 7, No. 1, 2008.
- Bungin, Burhan, *Metedologi Penelitian Sosial & Ekonomi* Ed. 1, Cet. 2; Jakarta: Kencana, 2015.
- Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi: Edisi Kedua*, Cet. V; Jakarta: Kencana, 2016.
- David, Gilbert, *Retail Marketing Management*, [t.t]: Prentice Hall, 2003.
- David, J. Hungerdan Thomas.L Wheelen, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Pelita, 1985.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bone Tahun 2019, "Penduduk Kabupaten Bone", dalam <https://bone.go.id/2019/06/29/penduduk-kabupaten-bone/>, 22 April 2020.
- Erti, Lili, Souvya Fitrie dan Idel Waldelmi, "Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta", *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, Vol. 15, No.1, Maret 2018.
- Fattah, Nanang, *Manajemen Stratejik Berbasis Nilai*, Bandung: Rosdakarya, 2016.
- Grote, Dick dalam Emron, Yohny, dan Imas, *manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi dan Perubahan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Organisasi*, Cet. III; Bandung: alfabeta, 2018.
- Hadya, Dwi Jayani, "Jumlah Penduduk Dunia 2019", dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/29/jumlah-penduduk-indonesia-269-juta-jiwa-terbesar-keempat-dunia>, 8 April 2020.
- Harahap, Sofyan S., *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Hasan, Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Cet. IV; Jakarta: Bumi Aksara, 2009.



- Hikmawatia, Dianur dan Chaikal Nuryakina, “Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta”, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, Vol. 17, No. 2, Januari 2017.
- Hikmawatia, Dianur dan Chaikal Nuryakina, Pengaruh Keberadaan Perusahaan Ritel Modern terhadap Pendapatan Pedagang Harian di Pasar Syariah Ulul Albab Desa Tanah Merah dan Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampah.
- Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*.
- Institut Agama Islam Negeri Bone, *Panduan Penulisan Karya Ilmiah Program Pascasarjana Ed. Revisi*, Watampone: Institut Agama Islam Negeri Bone, 2019.
- Kamaluddin, Apiaty dan Patta Rapanna, *Administrasi Bisnis*, Bandung: Sah Media, 2017.
- Kaplan, Robert S. dan David P. Norton, *Balanced Scorecard: Menerapkan Strategi Menjadi Aksi*. Terj. Peter R. Yosi Pasla, Jakarta: Erlangga, 2017.
- Kaswan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategis*, Cet . I.;Yogyakarta: CV. Andi Ofset, 2019.
- Keraf, Sonny, *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*, Cet. XIX; Yogyakarta: PT Kanisius Yogyakarta, 2018.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, New Jersey: Prentice Hall, 2009.
- Kuncoro, Mudjarad, *Motode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2003.
- Kuraesin, Ecin dan Riris Aishah Prasetyowati, “Pengaruh Keberadaan Perusahaan Ritel Modern terhadap Pendapatan Pedagang Harian di Pasar Syariah Ulul Albab Desa Tanah Merah dan Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar”, *Jurnal Ilmiah Inovator*, Vol. 7, No. 1, Maret 2018.
- Mandey, Roy N, “Retail Minimarket Masih Tumbuh 1000 Gerai Tiap Tahun” (Wawancara oleh Michael Reily dan Yuliawati), dalam <https://katadata.co.id/opini/2019/01/27/retail-minimarket-masih-tumbuh-1000-gerai-tiap-tahun>, 8 April 2020.
- Michae, Levy dan Weitz A. Barton, *Retailing Manajemen Ed. 9*, America: McGraw-Hill/Irwin New York, 2013.
- Muhzinat, Zumrotul dan Siti Achiria, “Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 2, Desember 2019.
- Mulyadi, *Balanced Scorecard: Alat Manajemen Kontemporer untuk Pelipatgandaan Kinerja Keuangan Perusahaan*, Jakarta Salemba Empat, 2007.
- Nawawi, Haidar, *Manajemen Strategik: Organisasi Profit Bidang Pemerintahan*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012.
- Nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*, Gajah Mada University press. Yogyakarta. 2003.
- Nur, Muhammad Hakim, “Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Mewujudkan Sekolah Islam Unggulan,” *Nidhomul Haq : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Vol. 1, No. 2, 2016.



- Pandin, Marina L., "Potret Bisnis Ritel di Indonesia: Pasar Modern", *Economic Review*, No. 215, Maret 2009.
- Priyatno, Dwi, *Mandiri Belajar PASW: Statistical Product and Service Solution*.
- Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Randalinggi, Ezra Parrangan, Srikandi Kumadji dan Edy Yulianto, "Analisis Strategi Perusahaan dalam Ekspansi Pasar Luar Negeri", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 26 No. 2, September 2015.
- S, Robert. Kaplan dan David P. Norton, *Balanced Scorecard*.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*, Cet. XIV; Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sujana, Asep ST, *Manajemen Minimarket*, Jakarta: Penebar Swadaya Group, 2013.
- Tri, Agus Basuki, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Cet. 1 ; Rajawali Pers: Jakarta, 2016.
- Triawan dan Kurnia Firmanda, "Analisis Pengaruh Toko Ritel Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam".
- Trijaya, Alfaria Tbk, "Jumlah Gerai 10 Toko Ritel Juni-Maret 2017", dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/12/alfa-dan-indomaret-terus-tambah-gerai, 10 April 2020>.
- Triyawan, Andi dan Kurnia Firmanda Jayanti, "Analisis Pengaruh Toko Ritel Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 1, Februari 2018.
- Urlich, Dave dalam Kaswan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategis*, Cet . I; Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2019.
- Usman, Husaini dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*, Cet. VIII; Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Whidya, Christina Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Cet. II; Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Wibsono dalam Emron, Yohny, dan Imas, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi dan Perubahan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Organisasi*, Cet. III; Bandung: Alfabeta, 2018.
- Wulandari, Siswi, "Good Corporate Governance dalam Perspektif Etika Bisnis", *Jurnal Applied Business and Economics*, Vol. 1. No. 3, Maret 2015.

