

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Teori Konsumsi dan Teori Produksi .....	13
2.1.2 Konsep Dasar Etika.....	18
2.1.3 Etika Bisnis Islam .....	19
2.1.4 UMKM.....	24
2.1.5 Kinerja UMKM.....	27
2.1.6 Etika Bisnis Islam dan Kinerja Usaha.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Pemikiran .....	37

2.4 Hipotesis .....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	41
3.1.1 Variabel Penelitian .....	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	42
3.2 Populasi dan Sampel .....	50
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	51
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	51
3.5 Metode Analisis Data .....	52
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	64
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	64
4.1.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	64
4.2 Gambaran Umum Responden.....	65
4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	66
4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	67
4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Skala Usaha.....	68
4.2.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	69
4.2.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur Usaha .....	69
4.2.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Bersih.....	70
4.2.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Izin Usaha .....	71
4.2.9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Sertifikasi Halal.....	71
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	72
4.4 Analisis Deskriptif.....	73
4.4.1 Persepsi Pebisnis terhadap Etika Bisnis Islam .....	73
4.5 Gambaran Umum Kinerja UMKM .....	75
4.5.1 Persepsi Pebisnis terhadap Kinerja UMKM Perspektif Finansial ..	75
4.5.2 Persepsi Pebisnis terhadap Kinerja UMKM Perspektif Pelanggan.	76
4.5.3 Persepsi Pebisnis terhadap Kinerja UMKM Perspektif Bisnis Internal .....	77
4.5.4 Persepsi Pebisnis terhadap Kinerja UMKM Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran .....	78
4.6 Peran Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja UMKM.....	79

4.6.1 Analisis Outer Model .....	80
4.6.2 Convergen Validity .....	82
4.6.3 Discriminant Validity .....	87
4.6.4 Composite Reliability .....	88
4.6.5 Analisis Inner Model .....	89
4.6.6 Uji Intervening .....	91
4.6.7 Interpretasi Hasil .....	93
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>103</b>
5.1 Simpulan .....	103
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	104
5.3 Saran .....	105
5.3.1 Bagi Dinas UMKM Kota Semarang .....	105
5.3.2 Bagi Penelitian Mendatang .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>110</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data UMKM Kota Semarang pada tahun 2015-2019.....	4
Tabel 2. 1 Kriteria UMKM .....	26
Tabel 3. 1 Karakteristik Data Model PLS.....	56
Tabel 3. 2 Variabel Penelitian.....	63
Tabel 4. 1 Tabel Pengumpulan Data.....	66
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	66
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	68
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Skala Usaha .....	68
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha .....	69
Tabel 4. 7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur Usaha .....	70
Tabel 4. 8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Bersih.....	70
Tabel 4. 9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Izin Usaha .....	71
Tabel 4. 10 Klasifikasi Responden Berdasarkan Sertifikasi Halal.....	72
Tabel 4. 11 Nilai Outer Loading .....	81
Tabel 4. 12 Discriminant Validity.....	88
Tabel 4. 13 Nilai Convergen Validity dan Composite Reliability .....	89
Tabel 4. 14 <i>R-Square</i> .....	90
Tabel 4. 15 <i>Path Coefficient</i> .....	91
Tabel 4. 16 <i>Spesific Indirect Effect</i> .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3. 1 Model Awal Penelitian.....	61
Gambar 4. 1 Persepsi responden terhadap penerapan etika bisnis Islam .....	73
Gambar 4. 2 Persepsi pebisnis terhadap kinerja UMKM perspektif finansial .....	75
Gambar 4. 3 Persepsi pebisnis terhadap kinerja UMKM perspektif pelanggan .....	76
Gambar 4. 4 Persepsi pebisnis terhadap kinerja UMKM perspektif bisnis internal .....	78
Gambar 4. 5 Persepsi pebisnis terhadap kinerja UMKM perspektif pertumbuhan dan pembelajaran .....	79
Gambar 4. 6 <i>Outer Model</i> Penelitian SmartPLS .....	80
Gambar 4. 7 Analisis <i>Bootstrapping</i> .....	90

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN .....	111
LAMPIRAN B TABULASI DATA .....	117
LAMPIRAN C OUTPUT SMARTPLS 3.2.8.....	123