

**Pengaruh Kepribadian Islami, Akses Informasi,
Dan Inovasi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis
(Studi Usaha Penyulingan Minyak Daun Cengkeh Kabupaten Sinjai)**

Ainul Fatha Isman¹, Wahyudi Rusdi²

¹ Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia.

² IAIN Sultan Amai Gorontalo, Indonesia.

¹ ainulfathais@gmail.com, ² wahyudirusdi@iaingorontalo.ac.id

Abstract

Entrepreneurship is one of the drivers of Indonesian economy, is needed to improve the performance of the business. Many aspects can affect the performance of a business so that it can develop. The purpose of this study is to analyze the influence of Islamic personality, information access, and business innovation on business performance in the clove daub oil refining business. The research methodology used is quantitative research with a descriptive analysis approach. The results of this study show that Islamic personality does not have a positive effect on the business performance of clove leaf oil refining business. Meanwhile, information access and business innovation have a significant effect on the business performance of clove leaf oil refining business. Information access is the most influential aspect of the business performance of clove leaf oil refining business, especially in the current era of digital development. The implications of this research are to develop micro, small and medium enterprises and to support the progress of entrepreneurship, especially in empowering regional potential.

Keywords: *Islamic Personality, Information, Innovation, Performance*

PENDAHULUAN

Posisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah sektor strategis dalam perekonomian negara. Keberadaan UMKM merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional dan menjadi indikator partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor ekonomi. Bahkan peran pentingnya saat terjadi krisis moneter dan ekonomi pada tahun 1997/1998 melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan nilai tambah. Usaha ini mampu menghadapi terpaan badai krisis dan juga memiliki kemampuan pulih lebih cepat dibandingkan dengan unit usaha yang lebih besar. Hal ini didukung oleh data Badan Pusat Statistik yang memperlihatkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia pasca krisis mengalami peningkatan dan mampu menyerap tenaga kerja lebih dari 100 juta orang (Awaluddin, 2017). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa jumlah pengusaha di Indonesia mencapai 56.539.560 unit. Jumlah tersebut terklasifikasi dalam beberapa kelompok, UMKM

sebanyak 56.534.592 unit atau 99,99% dan selebihnya merupakan usaha besar yang mencapai 4.968 atau hanya 0,01% (BPS, 2020). Bisnis UMKM merupakan penyumbang PDB atau berkontribusi terhadap perekonomian nasional yang mencapai 61,41% serta mampu menyerap tenaga kerja 97% dari total tenaga kerja nasional (UMKM, 2018).

UMKM memiliki kontribusi positif terhadap perekonomian negara, namun masih terdapat beberapa permasalahan yang perlu diperhatikan khususnya di daerah-daerah. Salah satu contohnya yang terjadi di Sulawesi Selatan yang masih memiliki problematika pada sektor tersebut. Berdasarkan informasi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sulawesi Selatan terdapat lima permasalahan yang dihadapi pengusaha yaitu; produk-produk memiliki nilai tawar yang rendah karena lemah dalam bidang desain produk; keunggulan pasar bersaing rendah karena lemahnya kualitas sumber daya manusia, teknologi yang diterapkan belum memadai, serta faktor manajemen wirausaha; sering terjadi fluktuasi supply bahan baku baik kualitas, kuantitas maupun harga; pengetahuan dan kesadaran para pengusaha tentang Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) masih rendah karena sering terjadi peniruan desain antar pengusaha; tingginya persaingan pasar produk serupa (substitusi) dengan negara produsen baru di dunia dengan harga lebih rendah sehingga mempengaruhi nilai jual (Awaluddin, 2017).

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat diklasifikasi masalah pengusaha di Sulawesi Selatan yaitu minimnya informasi yang didapatkan, kurangnya inovasi dalam pengembangan usaha serta memiliki kepribadian yang cenderung kurang optimis untuk mencapai target. Padahal menurut Minner, tipe kepribadian wirausaha menyebabkan keberhasilan usaha salah satunya adalah tipe *personal achiever* yaitu memiliki kebutuhan prestasi, memiliki kebutuhan akan umpan balik, memiliki kebutuhan perencanaan dan penetapan tujuan. Karakteristik kepribadian seperti efikasi diri dan kebutuhan akan prestasi merupakan prediktor yang signifikan dengan minat berwirausaha (Bungatang and Nourhalima, 2020).

Fenomena selanjutnya adalah sebagian pengusaha memiliki karakter pelaku usaha yang sulit menerima saran dan kritik dari orang lain serta tidak memiliki keinginan belajar untuk meningkatkan wawasan maupun kemampuannya dalam mengembangkan usaha. Sehingga dengan bekal pengetahuan secukupnya yang dimiliki dapat menghambat pengembangan usaha tersebut dan menjadikan stagnansi pada proses kemajuannya bahkan berdampak pada kerugian. Hal ini bertentangan dengan pendapat Milner bahwa tipe kepribadian wirausaha yang dapat meraih kesuksesan adalah *the expert idea generator* yaitu tipe yang menyukai gagasan-gagasan baru. Proses menerapkan ide-ide baru ke dalam praktik merupakan salah satu bagian dari inovasi (Deleri, 2015).

Fenomena lain adalah terdapatnya beberapa pengusaha memiliki keterampilan dan tingkat pengetahuan yang kurang memadai sehingga berdampak pada penyusunan rencana dan strategi pemasaran yang meliputi pengembangan produk,

kebijakan penetapan harga, produksi dan distribusi yang baik bahkan pada aspek yang penting yaitu inovasi produk. Marina Van Geenhuizen dan Nurul Indarti (2010) mengemukakan bahwa inovasi merupakan salah satu faktor yang menentukan persaingan pasar dan pengetahuan juga memungkinkan bagi pengusaha agar menyesuaikan dengan perubahan lingkungan dan siklus berbisnis. Inovasi dan persaingan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Persaingan dapat memotivasi suatu usaha untuk terus berinovasi, sementara inovasi dapat membuat persaingan menjadi lebih ketat dan menarik (Wijaya, 2019).

Terkait keterampilan teknis yang masih rendah karena diakibatkan teknologi yang masih sederhana. Rendahnya teknologi informasi berdampak pada sulitnya standarisasi produk. Begitu juga penggunaan teknologi yang masih sederhana mengakibatkan mutu produk yang dihasilkan bervariasi dan akan ketinggalan informasi (Sulistiogo, 2019). Akses yang memadai terhadap teknologi informasi pada akhirnya meningkatkan peran masyarakat dalam membuat perubahan seiring adanya peluang yang sangat luas dalam melakukan komunikasi umpan balik, salah satunya dalam dunia bisnis (Faidlatul Habibah and Irwansyah, 2021).

Kinerja bisnis sangat menentukan arah perkembangan bisnis tersebut dan diharapkan mampu mengatasi berbagai permasalahan. Kinerja merupakan ukuran keberhasilan atau prestasi yang diukur dalam kurun waktu tertentu. Kinerja bisnis adalah pencapaian usaha sebagaimana tujuan bisnis diciptakan yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Bernardin dan Russel mendefinisikan kinerja sebagai atau kinerja sebagai catatan mengenai outcome yang dihasilkan dari suatu aktivitas tertentu selama kurun waktu tertentu pula. Kinerja bisnis suatu usaha pada dasarnya terukur secara multi dimensional (Wajdi *et al.*, 2018). Meningkatnya jumlah UMKM, seorang pelaku bisnis harus berfikir secara kreatif dan inovatif untuk meningkatkan kinerja usahanya agar tidak kalah bersaing dengan yang lainnya serta mensukseskan kegiatan usahanya, dimana pasar akan terus mengalami pertumbuhan dan bergerak secara dinamis (Rashin and Ghina, 2018).

Kinerja adalah hasil yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi yang sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal serta sesuai dengan moral dan etika dalam mencapai kinerja terbaik. Selain itu, kinerja dapat diartikan sebagai hasil kerja dan dapat dibuktikan secara konkrit hasilnya. Konsep kinerja bisnis dalam menunjukkan hasil kongkrit dapat merujuk pada pertumbuhan pasar, profitabilitas, *earning per share* (Hamali *et al.*, 2016). Secara luas dapat juga merujuk pada indikator kinerja operasional seperti akses informasi, inovasi bisnis, dan kepribadian pengusahanya. Aspek tersebut telah menjadi tolak ukur dalam pengembangan bisnis pada berbagai sektor.

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka sudah seharusnya para pengusaha lebih melihat potensi bisnis. Salah satunya yang terdapat di Sulawesi Selatan yang

merupakan salah satu daerah yang kaya dengan sumber daya alamnya. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam pendapatan masyarakat di Sulawesi Selatan. Potensi bisnis pada sektor pertanian adalah bisnis penyulingan minyak daun cengkeh. Bisnis tersebut sudah banyak menyebar di daerah Sulawesi Selatan dan perlu mendapat dukungan pada aspek pengembangannya. Kinerja bisnis pada sektor tersebut tentunya juga dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam meningkatkan kinerja bisnisnya. Sehingga pada penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor tersebut yang terdiri dari kepribadian Islami, akses informasi, dan inovasi bisnis terhadap kinerja bisnis usaha penyulingan minyak daun cengkeh.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan *quantitative research* dengan menggunakan pendekatan deskriptif analisis. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang aplikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan kerangka desain penelitiannya. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan menguji sebuah hipotesis (Sugiyono, 2017). Penelitian kuantitatif adalah pendekatan-pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menampilkan data dalam bentuk numerik daripada naratif (Given, 2008).

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis dengan tujuan mendeskripsikan objek penelitian atau hasil penelitian. Deskriptif analisis adalah metode yang berfungsi untuk memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2017). Secara sederhana statistik deskriptif analisis menyangkut perkembangan indeks tertentu dari data mentah (Meyer, 2001). Adapun jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara atau kuesioner dengan menggunakan daftar pertanyaan yang memuat variabel-variabel terkait. Sedangkan data sekunder bersumber dari beberapa literatur seperti buku, artikel ilmiah dan lain-lain yang berkaitan dengan tema penelitian.

Populasi merupakan seluruh gabungan elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa (Sugiyono, 2012). Sedangkan sampel dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian (Suharjo, 2013). Penentuan jumlah sampel yang digunakan adalah sampel jenuh. Jika populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan ($N > 100$) sehingga $N = n$, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka dapat diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Berdasarkan

populasi pada objek penelitian ini tidak lebih dari 100 orang responden, maka diambil 100% jumlah populasi yang ada pada wirausaha penyulingan minyak daun cengkeh dengan jumlah 32 orang responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif regresi berganda dengan menggunakan program SPSS, maka ditemukan persamaan regresi berganda, uji t, uji f, uji determinasi untuk menganalisis pengaruh variabel kepribadian Islami, akses informasi, dan inovasi bisnis terhadap kinerja bisnis penyulingan minyak daun cengkeh. Adapun hasil uji regresi, sebagaimana pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Statistik (SPSS)

Variabel		Hasil Uji Regresi Berganda							
Independen t	Dependen t	B	Error	Beta	Uji t	Sig	Uji f	Uji r	Uji r ²
Constant		8,828	3,930		2,247	,033	6,134	0,630	0,397
Kepridian Islam	Kinerja Bisnis	-,260	,206	-,203	1,260	,218			
Akses Informasi		,397	,117	,571	3,400	,002			
Inovasi Bisnis		,327	,227	,227	1,438	,162			

Sumber: Data primer yang diolah, 2021.

Berdasarkan analisis menggunakan SPSS seperti diatas, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut: $Y = 8,828 - 0,260 X_1 + 0,397 X_2 + 0,327 X_3 + e$.

Model persamaan regresi diatas berarti konstanta sebesar 8,828 yang artinya jika variabel kepribadian Islami, akses informasi, dan inovasi bisnis nilainya adalah 0, maka kinerja bisnis tetap 8,828. Koefisien regresi variabel kepribadian Islami sebesar -0,260 yang artinya jika variabel kepribadian Islami meningkat atau menurun maka kinerja bisnis tidak mengalami peningkatan. Variabel akses informasi memiliki koefisien regresi sebesar 0,397 yang artinya jika akses informasi meningkat, maka kinerja bisnis meningkat sebesar 0,397. Variabel inovasi bisnis memiliki nilai koefisien sebesar 0,327 yang artinya jika inovasi bisnis meningkat, maka kinerja bisnis juga mengalami peningkatan sehingga kinerja bisnis meningkat sebesar 0,327.

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independen secara simultan dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Jika nilai R² semakin

besar (mendekati 1) maka dapat dikatakan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar atau dengan kata lain jika nilai mendekati 1, maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan sangat terbatas. Berdasarkan hasil uji regresi, diperoleh nilai $R^2 = 0,397$ yang berarti seluruh variabel (kepribadian Islami, akses informasi, dan inovasi bisnis) secara bersama-sama menjelaskan terhadap kinerja bisnis sebesar 0,397 atau 39,7 % sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini.

Analisis koefisien korelasi merupakan analisis untuk mengetahui hubungan variabel independen terhadap variabel dependen atau mengetahui seberapa erat hubungan antara variabel-variabel tersebut. Berdasarkan hasil uji regresi dengan SPSS diperoleh nilai koefisien regresi multiple (R) adalah 0,630 atau 63%. Artinya ada indikasi hubungan yang kuat antara keseluruhan variabel. Besarnya nilai koefisien korelasi menunjukkan bahwa hubungan variabel independen (kepribadian Islami, akses informasi, dan inovasi bisnis) terhadap kinerja bisnis adalah kuat karena nilainya 0,630 yang mendekati 1.

Analisis uji F ini digunakan untuk membuktikan hipotesis penelitian yaitu pengaruh kepribadian Islami, akses informasi, dan inovasi bisnis terhadap kinerja bisnis usaha penyulingan minyak daun cengkeh secara simultan. Uji statistik F atau uji signifikansi simultan pada dasarnya menunjukkan pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji f ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel pada taraf $\alpha = 0,05$. Rumus menentukan nilai F tabel yaitu $df = n - k = 32 - 4 = 28$, jadi untuk melihat nilai F tabel yaitu pada $df = 28$ dengan signifikan 0,05 maka diperoleh 2,95. Berdasarkan hasil uji regresi berganda dengan program SPSS diperoleh F hitung sebesar 6,134. Jika dibandingkan dengan nilai F hitung, maka menunjukkan bahwa $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ atau $F \text{ hitung}$ lebih besar daripada $F \text{ tabel}$ yaitu $6,134 > 2,95$. Artinya variabel kepribadian Islami, akses informasi, dan inovasi bisnis secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis usaha penyulingan minyak daun cengkeh.

Analisis uji T merupakan inti dari hasil analisis penelitian ini karena bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Variabel independen dinilai berpengaruh secara signifikan apabila nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel. Penentuan nilai t tabel dengan menggunakan rumus df yaitu jumlah keseluruhan responden dikurangi dengan jumlah variabel. Nilai t tabel menggunakan rumus df yaitu $32 - 4 = 28$, sehingga nilai tabel $df = 28$ dengan taraf signifikansi 0,10 adalah sebesar 1,312. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai t hitung masing-masing variabel adalah kepribadian Islami dengan nilai -1,260; akses informasi dengan nilai 3,400, inovasi bisnis dengan nilai 1,438. Berdasarkan nilai t hitung masing-masing variabel tersebut maka kepribadian Islami tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis karena nilai t hitung $< t \text{ tabel}$ yaitu sebesar $-1,260 > 1,312$. Variabel akses informasi berpengaruh secara signifikan

terhadap kinerja bisnis karena nilai t hitung $> t$ tabel sebesar $3,400 > 1,312$. Variabel inovasi bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis karena nilai t hitung $> t$ tabel sebesar $1,438 > 1,312$. Adapun variabel yang paling berpengaruh terhadap kinerja bisnis usaha penyulingan minyak daun cengkeh adalah variabel akses informasi karena memiliki nilai t hitung yang paling besar yaitu $3,400$.

Pengaruh Kepribadian Islami Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Penyulingan Minyak Daun Cengkeh

Berdasarkan hasil uji regresi berganda menunjukkan bahwa kepribadian Islami tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis usaha penyulingan minyak daun cengkeh. Hal tersebut diperoleh berupa signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t hitung sebesar $-1,260 < \text{nilai } t \text{ tabel sebesar } 1,312$. Artinya jika kepribadian Islami seseorang semakin meningkat atau menurun tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perubahan kinerja bisnis.

Islam menekankan pentingnya menjadi pengusaha yang unggul dengan memiliki kehidupan yang seimbang. Pengusaha muslim harus jujur dan dapat dipercaya (Hari Adi and Adawiyah, 2018). Kepribadian Islami tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis dapat disebabkan karena perilaku yang curang, tidak jujur, memonopoli bisnis dan lain sebagainya secara praktik dapat meningkatkan keuntungan. Namun dalam ajaran Islam, keuntungan bukan satu-satunya tujuan dalam melakukan bisnis, tetapi harus mencakup nilai keberkahan. Bisa jadi bisnis yang dijalankan mengalami progres keuntungan yang besar, tetapi tidak ada keberkahan di dalamnya. Sebaliknya terdapat usaha yang keuntungannya kecil, tetapi terdapat keberkahan dalam menjalankan bisnis tersebut.

Ricky Montolalu dan Olivia (2010) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepribadian mengalami penurunan atau negatif terhadap kinerja pegawai. Hal tersebut disebabkan karena beberapa faktor seperti lingkungan maupun faktor biologis yaitu emosi, karakter, dan pembawaan diri seseorang. Bertolak belakang dengan penelitian (Hakim and Dalimunthe, 2022) yang menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. Hal serupa oleh (Bungatang and Nourhalima, 2020) yang menegaskan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.

Kepribadian para pemilik usaha merupakan faktor penting, terutama karena persepsi dan daya tanggapnya terhadap perubahan lingkungan dalam menentukan pola perilaku yang secara tidak langsung dapat berdampak pada strategi dan proses internal suatu usaha. Banyak yang telah mengemukakan mengenai pentingnya persepsi individu, nilai-nilai dan basis kognitif terhadap strategi dan dampak dari keputusan strategi bisnis tersebut. Ciri-ciri wirausaha adalah mengenai personality dan pelaku wirausaha itu sendiri. Personality atau kepribadian seorang wirausaha adalah sikap yang merdeka, bebas, dan percaya diri (Wijayanti, 2018). Sebagai konsekuensi

pentingnya kegiatan wirausaha, Islam tetap menekankan nilai-nilai yang sejalan dengan ajarannya. Budaya kewirausahaan muslim itu bersifat manusiawi dan religiusitas, berbeda dengan budaya profesi lainnya yang tidak menjadikan pertimbangan agama sebagai landasan kerjanya. Seorang wirausaha muslim memiliki sifat-sifat dasar yang mendorongnya menjadi pengusaha yang kreatif dan amanah dalam menjalankan tugasnya.

Pengaruh Akses Informasi Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Penyulingan Minyak Daun Cengkeh

Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa akses informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis usaha penyulingan minyak daun cengkeh. Hal tersebut didukung dengan hasil uji signifikansi parsial (uji t) dengan nilai t hitung sebesar 3,400 > nilai t tabel sebesar 1,312. Artinya Jika akses informasi semakin baik, maka akan meningkatkan kinerja bisnis. Akses informasi merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kinerja dibandingkan kepribadian Islami dan inovasi bisnis.

Penelitian ini sejalan dengan (Hamali *et al.*, 2016) yang menyatakan bahwa kapasitas teknologi informasi mendukung peningkatan kinerja bisnis. Keunggulan komperatif dan kinerja perusahaan dapat dipertahankan bahkan ditingkatkan dengan kapabilitas teknologi informasi yang dimiliki. Hal ini sesuai dengan penelitian (Nasution, 2021) bahwa permintaan pasar dapat dipenuhi oleh UMKM dengan baik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Penelitian serupa dilakukan (Budi Rahardjo, Khairul Ikhwan, 2019) yang mengkaji teknologi finansial sebagai peluang dan tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM. Tantangannya adalah untuk dapat mengikuti perubahan teknologi dan terus mencari peluang agar pendapatan UMKM terus meningkat seiring dengan perubahan teknologi.

Ekonomi digital pada era modern merupakan pengembangan inovasi yang menembus semua bidang kehidupan masyarakat dan menjadi dasar daya saing perusahaan, organisasi, dan agribisnis (Kundius and Pecuh, 2019). Pentingnya informasi dalam menciptakan keunggulan bersaing makin dirasakan setiap wirausaha. Sehingga perlu menguasai teknologi dan sistem informasi. Perkembangan pesat yang seakan tidak pernah berhenti dalam bidang teknologi informasi yang secara langsung memberikan kemudahan para user (pengguna) dalam hal ini pelaku bisnis untuk menjalankan dan mengembangkan aktivitas bisnisnya. Dalam hal bisnis, teknologi informasi dapat diaplikasikan dalam pemasaran, penjualan, serta pelayanan pelanggan (Rehatalanit, 2021).

Komponen akses informasi dapat menciptakan keunggulan bersaing dan nilai superior bagi konsumen yang mencakup informasi pelanggan, (customer information), informasi pesaing (competitor information), dan informasi pasar (market information). Peranan penting dari sebuah informasi adalah penyebaran informasi. Beberapa aspek

penting dalam akses informasi yang perlu diperhatikan adalah ilmu dan teknologi yang digunakan, analisis ekonomi, ragam kelembagaan yang mencakup regulasi yang dibutuhkan (Bernhard Axmann, 2020). Pada proses produksi dan distribusi juga sangat diuntungkan dengan keberadaan media informasi karena tidak terhalang oleh lokasi dan waktu sehingga masifikasi informasi jumlah besar dapat dilakukan dalam satu waktu dan dapat diterima masyarakat dengan waktu yang ditargetkan. Produk juga harus berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang memadai dengan keadaan akses informasi terkini (Faidlatul Habibah and Irwansyah, 2021).

Tujuan Perkembangan teknologi informasi adalah memudahkan kehidupan manusia pada segala aspek sehingga sangat berpengaruh pada perubahan masyarakat (Pramesti and Irwansyah, 2020). Perkembangan teknologi digital membuat dimensi penanganan kepailitan menjadi menjadi makin luas secara teitori (Anggoro, 2021). Pengusaha mulai menggunakan teknologi informasi dan telekomunikasi untuk menjalankan dan mendukung kegiatan usahanya. Gerakan dan perubahan dalam cara berbisnis yang semakin cepat menuju digitalisasi memaksa pengusaha untuk beradaptasi mengikuti perubahan ini (Nasution, 2021). Selain itu, Aksesibilitas menjadi lebih menonjol sebagai pertimbangan dalam perusahaan, namun juga merupakan bidang yang sangat kompleks dan berkembang, ditandai dengan perubahan teknologi dan sosial (Snider, Scott and Trewin, 2019). Perbaikan informasi bisnis harus mencakup keseluruhan sistem dari pemesanan produk, desain produk, sampai kepada konsumen. Pada organisasi bisnis, sumber-sumber data atau informasi menjadi semakin penting untuk mengetahui permintaan konsumen, pembelian bahan baku dari pemasok, proses produksi, tingkat inventori, perhitungan biaya, pengiriman produk ke konsumen.

Pengaruh Inovasi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha Penyulingan Minyak Daun Cengkeh

Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa inovasi bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis penyulingan minyak daun cengkeh. Hal tersebut didukung oleh nilai signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t hitung sebesar 1,438 > nilai t tabel sebesar 1,312. Artinya jika inovasi bisnis mengalami peningkatan, maka kinerja bisnis juga akan semakin meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hamali *et al.*, 2016) yang menyatakan bahwa inovasi dalam bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis. Inovasi bisnis yang dimaksud adalah inovasi produk, pemasaran, dan inovasi organisasi. Pengenalan produk baru, inovasi proses, dan inovasi pasar secara positif relevan dengan pertumbuhan suatu usaha. Inovasi produk berkontribusi pada kinerja usaha (Muñoz-Pascual, Curado and Galende, 2019). Inovasi sering digambarkan dengan sumber kehidupan organisasi dan memiliki peran penting dalam dunia usaha. Kemampuan wirausaha untuk memainkan inovasi dapat

mengarahkan kepada dominasi pasar atau mengembangkan pasar baru yang berkelanjutan (Hamali *et al.*, 2016).

Peningkatan kinerja berbasis inovasi sebagai tindakan yang positif dalam mendukung produk lokal untuk bertahan ketika kondisi daya beli menurun. Inovasi produk berfungsi sebagai penentu ekspansi produk di masa depan (Braguinsky *et al.*, 2021). Kesuksesan dalam mengkomersialisasi inovasi merupakan strategi penting bagi pengusaha. Kewirausahaan merupakan semangat, perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan.

Dunia usaha adalah menciptakan dan menyediakan sesuatu yang memiliki nilai kebermanfaatannya serta penerapan cara kerja yang efisien, berani mengambil risiko, memiliki kreativitas serta kemampuan manajemen. Kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Hartono and Anwar, 2018). Argumentasi tersebut didukung oleh Ropke yang menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan proses penciptaan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain, atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan sebelumnya (Hamali *et al.*, 2016). Tujuannya adalah untuk tercapainya kesejahteraan individu dan nilai tambah bagi konsumen. Wirausaha mengacu pada orang yang melaksanakan penciptaan kekayaan dan nilai tambah melalui gagasan baru dengan memadukan sumber daya. Mekanisme penciptaan inovasi baru dalam suatu bisnis merupakan hal yang fundamental dalam meningkatkan performa bisnis.

KESIMPULAN

Beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis telah diuji secara parsial dan simultan yang menunjukkan hal yang berbeda antara ketiga faktor/variabel tersebut. Kepribadian Islami tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis pada usaha penyulingan minyak daun cengkeh. Sehingga saat kepribadian Islami naik atau menurun tidak diiringi dengan peningkatan kinerja bisnis. Akses informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis penyulingan minyak daun cengkeh. Sehingga saat akses informasi naik, maka meningkatkan kinerja bisnis. Inovasi bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis usaha penyulingan minyak daun cengkeh. Sehingga saat inovasi bisnis naik, maka dapat meningkatkan kinerja bisnis. Namun secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis. Sehingga tetap perlu memperhatikan ketiga aspek tersebut dalam mendukung kinerja bisnis ke arah yang positif.

Akses informasi merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kinerja bisnis usaha penyulingan minyak daun cengkeh. Nilai koefisien parsial ganda menunjukkan bahwa akses informasi lebih berpengaruh secara signifikan dibandingkan dengan kepribadian Islami dan inovasi bisnis. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kinerja bisnis perlu mengikuti perkembangan teknologi agar memiliki akses-akses informasi yang mendukung. Selain itu, perlu memperhatikan informasi

yang diterima agar tidak mendapatkan informasi yang hoax atau informasi yang dapat berdampak negatif pada perkembangan bisnis yang sedang dikerjakan. Implikasi penelitian ini agar menjadi sumber informasi bagi para usaha-usaha untuk memperhatikan aspek-aspek yang dapat meningkatkan kinerja bisnis yang dijalankan sekaligus sebagai dasar dalam mempertimbangkan keputusan yang diambil.

REFERENSI

- Abdul, M. (2005). *Perencanaan Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Abdus, S., & Muzayyidatul, H. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Nasabah dengan Keputusan Menjadi Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi pada BPD Jateng Syariah, BRI Syariah dan Bank Muamalat) di Kota Semarang. *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*(1), 33.
- Dermawan, R. (2013). *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofis, Konsep Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- H. Djaslim Saladin, S. (1994). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- H Djauhari, M. S. (2022). Strategi Penghimpunan Zakat oleh Baznas di Kota Manado . *Journal of Principles Management and Business*, 1(01).
- Hermawan Kartajaya, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Indoensia, B. (2016). *Buku Panduan Guru Ekonomi Muatan Kebanksentralan*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Indonesia, B. (2019, Juli 01). *Karawo Merakyat dan Mendunia Program Pengembangan Klaster Sulaman Karawo Provinsi Gorontalo*. Retrieved from Perpustakaan BI: [www. BI.go.id](http://www.BI.go.id).
- Karsum, D. (2019, Juli 02). Pengrajin Karawo Ketua Kelompok Sumber Usah. (A. Latif, Interviewer)
- Komunikasi, D. (2018). *Pengembangan UMKM Membutuhkan Ekosistem yang Kondusif*. Jakarta: Departemen Komunikasi.
- Lexy, M. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nuralam, I. P. (2017). *Etika Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: UB Press.
- Nurhisam, L. (2017). Etika Marketing Syariah. *Iqtishadia Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 4 No.2, 187-188.
- Octavia Habie, R. (2022). Kebijakan Ekonomi Khalifah Umar Bin Khattab Dan Pengaruhnya Pada Kesejahteraan Masyarakat. *Journal of Principles Management and Business*, 1(01)
- Ratna Purnama Sari, A. M. (2018). Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Universitas Ibn Khaldun Bogor AL- INFAQ*, 131.

- S, M. G. (2005, 07 07). Kebijakan Perbankan dalam mendukung Pengembangan UMKM . *Makalah disampaikan dalam seminar Nasional, diselenggarakan oleh pimpinan(DPP-HIPPI)*, pp. 40-60.
- Sudaryono, D. (2017). *Pengantar Manajemen Teori dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Toriquddin, M. (2015). Etika Pemasaran Perspektif Al-Quran Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Dan Syariah, Vol 7 No.2*, 116.