**THE ROLE OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS ON HAJJ AND UMRAH TRAVEL BUSINESS SUSTAINABILITY**

**1Nurbayani, 2Muliana**

**1,2Universitas Fajar**

**1,2Jl. Prof. Abdurrahman Basalamah No. 101 Makassar**

1[**nurrahman260114@gmail.com**](mailto:nurrahman260114@gmail.com)**, 2**[**mulianafachrul@gmail.com**](mailto:mulianafachrul@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan dimaksudkan untuk menganalisis dan mengkonfirmasi bagaimana penerapan etika bisnis islam dalam mewujudkan loyalitas jamaah dan kelangsungan usaha biro travel haji dan umrah di kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dan menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* yakni PLS (Partial Least Square) dalam menganalisis pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap kelangsungan usaha. Hasil riset ditemukan bahwa pengelola biro travel telah menerapkan etika bisnis islam dalam menjalankan kegiatan operasionanya diantaranya prinsip keesaan, prinsip keadilan, prinsip bertanggung jawab serta prinsip kebenaran yang cukup tinggi sehingga mampu mewujudkan kelangsungan usaha atau eksistensi biro travel haji dan umrah di kota Makassar. Hasil riset ini merupakan informasi yang sangat menggembirakan bagi para calon jamaah haji dan umrah di kota Makassar.

**Kata kunci**: **Etika; Bisnis; Islam**

***Abstrack***

*The study aims to determine and analyze how the Islamic business ethics applicate in the Hajj and Umrah travel agencies business contuinity in Makassar city. This research is a field research using a quantitative approach, and using tool analysis of Structural Equation Modeling (SEM), namely PLS (Partial Least Square) to analyze the effect of implementing Islamic business ethics on business continuity. The results of the research found that travel agency managers have implemented Islamic business ethics in carrying out their operational activities including the principle of oneness of God, the principle of justice, the principle of responsibility and the principle of truth which is quite high so that it is able to realize business continuity or the existence of a hajj and umrah travel agency in Makassar city. The results of this research are very encouraging information for Hajj and Umrah pilgrims prospective in Makassar city*.

***Key words: Ethics; Business; Islam***

**PENDAHULUAN**

Dalam Islam, dianjurkan serta diajarkan kepada semua pemeluknya untuk menjalankan kegiatan ekonomi sesuai peraturan, norma serta etika bisnis Islam. Tujuan etika bisnis islam yakni mengajarkan kepada para pelaku bisnis dalam membentuk partnership secara gotong-royong atau tolong-menolong dan menghindari hal-hal yang tidak sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Fungsi Etika bisnis Islam dapat mengontrol setiap aktivitas bisnis. Etika bisnis Islam merupakan suatu kombinasi bisnis dengan nilai etika ditambah dengan nilai spiritual (agama). Menjalankan bisnis secara Syariah berarti menjalankan bisnis secara santun, menjalin kebersamaan yang islami serta penuh penghormatan atas hak dan kewajiban masing-masing pihak. Dalam *syari‟at* Islam etika bisnis merupakan prilaku dalam mengoperasikan bisnis telah sesuai dengan ajaran atau nilai-nilai Islam, sehingga tidak perlu merasa kwatir dalam menjalankan usahanya karena telah diyakini bahwa hal tersebut merupakan suatu hal yang benar lagipula baik. Sebagaimana firman Allah Swt dalam QS An Nisa Ayat 29, (Departemen Agama, 2012)

Bisnis travel haji dan umrah dapat menarik perhatian para pelaku bisnis. Permintaan yang begitu banyak serta kemudahan proses perjalanan haji dan umrah mengakibatkan menjamurkan jumlah biro travel khusus perjalanan ibadah tersebut. Jika biro trave memperoleh keuntungan bersih rata-rata USD 300 saja dari setiap jamaah yang berangkat, serta jika jumlah jamaah mencapai 3.500 orang, sehingga biro travel mampu memperoleh margin dalam satu tahun sekitar USD 1 juta atau lebih dari Rp 9 miliar (Masitah, 2015). Bahkan memungkinkan untuk dapat memperoleh margin yang lebih besar lagi, berhubung biro travel sering pula mendapatkan harga spesial dari penyelenggara haji dan umrah di Arab Saudi. Margin tersebut menjadi daya tarik tersendiri oleh para pelaku bisnis, sehingga perkembangan bisnis biro travel haji dan umrah di Indonesia sekarang ini memang meningkat secara signifikan.

Makassar merupakan salah satu kota padat penduduk dan mayoritas muslim sehingga animo masyarakat untuk menjalankan ibadah haji dan umrah sangat tinggi sehingga para pelaku bisnis biro travel haji dan umroh yang tidak bertanggung jawab dapat memanfaatkan situasi tersebut. Di Makassar pun telah banyak jamaah tertipu dengan harapan berangkat sekeluarga namun, tak seorangpun diberangkatkan, dan tidak hanya terjadi pada satu travel saja bahkan beberapa travel. Selain itu, calon jamaah tidak saja terlantar di bandara, namun fasilitas yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan fasilitas yang telah disepakati. Dan yang paling memprihatinkan adanya penggelapan dana jamaah yang dilakukan oleh pemilik atau pengelola travel tersebut. Banyak dari jamaah tidak memiliki pengetahuan dalam menentukan pilihan terhadap biro travel yang amanah, profesional serta tidak mencari hanya keuntungan semata melainkan mengharap ridho dari Allah Swt sehingga dalam menjalankan kegiatan bisnisnya menerapkan etika bisnis islam yang sedapat mungkin dapat mendukung loyalitas jamaah serta mewujudkan kelangsungan usaha travel itu sendiri.

Penelitian yang sejalan dengan penelitian ini yakni (Che Omar & Saripuddin, 2015), (Anindya, 2017), (Zahrotul, 2017) dan (Amir, 2018) terlihat bahwa penelitian tentang etika bisnis islam belum ada yang mengkaji hubungan etika bisnis islam terhadap kelangsungan usaha (Sustainability) sehingga menarik untuk melakukan penelitian lanjutan dengan objek kajian yang berbeda, objek penelitian ini tertuju pada bentuk penerapan etika bisnis secara Syariah yang diterapka oleh pelaku bisnis travel haji dan umrah di kota Makassar, selain itu penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis *Partial Least Square (PLS)* dan metode studi penelitian lapangan, dimana model penelitian ini masih langka dilakukan oleh peneliti sebelumnya terkait etika bisnis islam dan kelangsunga usaha (Sustainability). Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menganalisis dan mengkonfirmasi bagaimana penerapan etika bisnis islam terhadap loyalitas jamaah dan kelangsungan usaha biro travel haji dan umrah di kota Makassar.

**TINJAUAN PUSTAKA**

**Etika Bisnis Islam**

Anindya (2017) menyatakan bahwa ahklak, moral dan etika merupakan nilai-nilai yang mampu membuat seseorang menjadi pribadi yang memiliki sikap yang berupa cinta dan kasih, jujur, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, serta kebahagiaan. Jika nila-nilai etika tersebut dilakukan mampu membuat sempurna hakikat manusia seutuhnya. Tiap-tiap individu bisa saja memiliki asumsi tersendiri terkait nilai etika saat menjalankan bisnis, namun secara basic pemahaman yang tertuju mengarah dan mampu mengendalikan tindakan seorang muslim yakni Al Qu’an dan As-Sunnah (Hadis) yang merupakan pedoman serta sumber segala nilai pada tiap fase kehidupan, diantaranya menjalankan kegiatan bisnis. Bersumber dari dua acuan tersebut yang dapat dijadikan sebagai pengendali dari perilaku yang kurang baik pada setiap Langkah-langkah bisnis, jika setiap kegiatan memegang teguh pada kedua sumber tersebut, maka masing-masing individu dapat terarah pada perilaku terpuji. Perilaku terpuji merupakan perilaku yang memiliki syarat-syarat kebaikan yang tentunya dicintai dan dianjurkan dalam dalam Islam**.**

Terdiri tiga fungsi serta perilaku mewujudkan dalam etika diantaranya: *Pertama* etika deskriptif, yakni mendeskripsikan pengalaman moral secara naratif untuk memahami keinginan, tujuan serta motivasi suatu perilaku dalam tindakan seseorang. *Kedua*, etika normatif, yakni mendeskripsikan maksud seseorang berperilaku sama yang pada umumnya orang lakukan, serta bagaimana prinsip-prinsip pada masing-masing fase kehidupan manusia. *Ketiga*, metaetika, berusaha untuk memberikan makna, istilah dan bahasa yang digunakan dalam pembicaraan etika, serta cara berpikir yang digunakan untuk membenarkan pernyataan pernyataan etika (Nawatmi, 2010). Sebagaimana bisnis memiliki makna yang begitu luas. Kegiatan bisnis tidak saja merupakan kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa, melainkan sebagai kegiatan mendistribusikan barang dan jasa tersebut pada pihak-pihak yang membutuhkan dan kegiatan lain yang menunjang kegiatan produksi dan distribusi tersebut (Agoes, dan Ardana, 2014) Sejalan dengan (Kasmir dan Jakfar, 2012) menyatakan Bisnis merupakan suatu usaha yang dilakukan dengan maksud serta tujuan utamanya yakni memperoleh margin atau keuntungan.

**Loyalitas Jamaah**

Swasta (2009), menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan merupakan bentuk kesetiaan seorang pelanggan dalam menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan secara terus menerus. Loyalitas jamaah menggambarkan perilaku jamaah yang diharapkan sehubungan dengan produk atau jasa. Loyalitas jamaah akan tinggi jika suatu produk atau jasa berupa pelayanan dinilai mampu memberi kepuasan tertinggi sehingga jamaah tidak akan beralih ke travel lain. Adapun ciri-ciri konsumen yang loyal terhadap barang atau jasa menurut Griffin, (2002) adalah sebagai berikut: (a) melakukan pembelian berulang secara teratur; (b) membeli antar lini produk atau jasa; (c) mereferensikan kepada orang lain; (d) menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas Pelanggan yakni promosi dan kualitas produk (Dharmmesta, 1999). Jamaah yang mendapat kepuasan atas pelayayan yang diberikan oleh biro travel haji dan umrah yang digunakan sebagai fasilitator ibadah umrah cenderung menggunakan biro travel yang sama. Kualitas layanan oleh biro travel merupakan salah satu faktor penting yang dapat membuat jamaah loyal. hal Ini dapat diterapkan oleh para pengelola travel untuk mengembangkan loyalitas para jamaahnya. Pelaku bisnis travel yang kurang atau bahkan tidak memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada para jamaah maka tentu mendapatkan konsekuensi tidak loyalnya para jamaah.

**Kelangsungan Usaha**

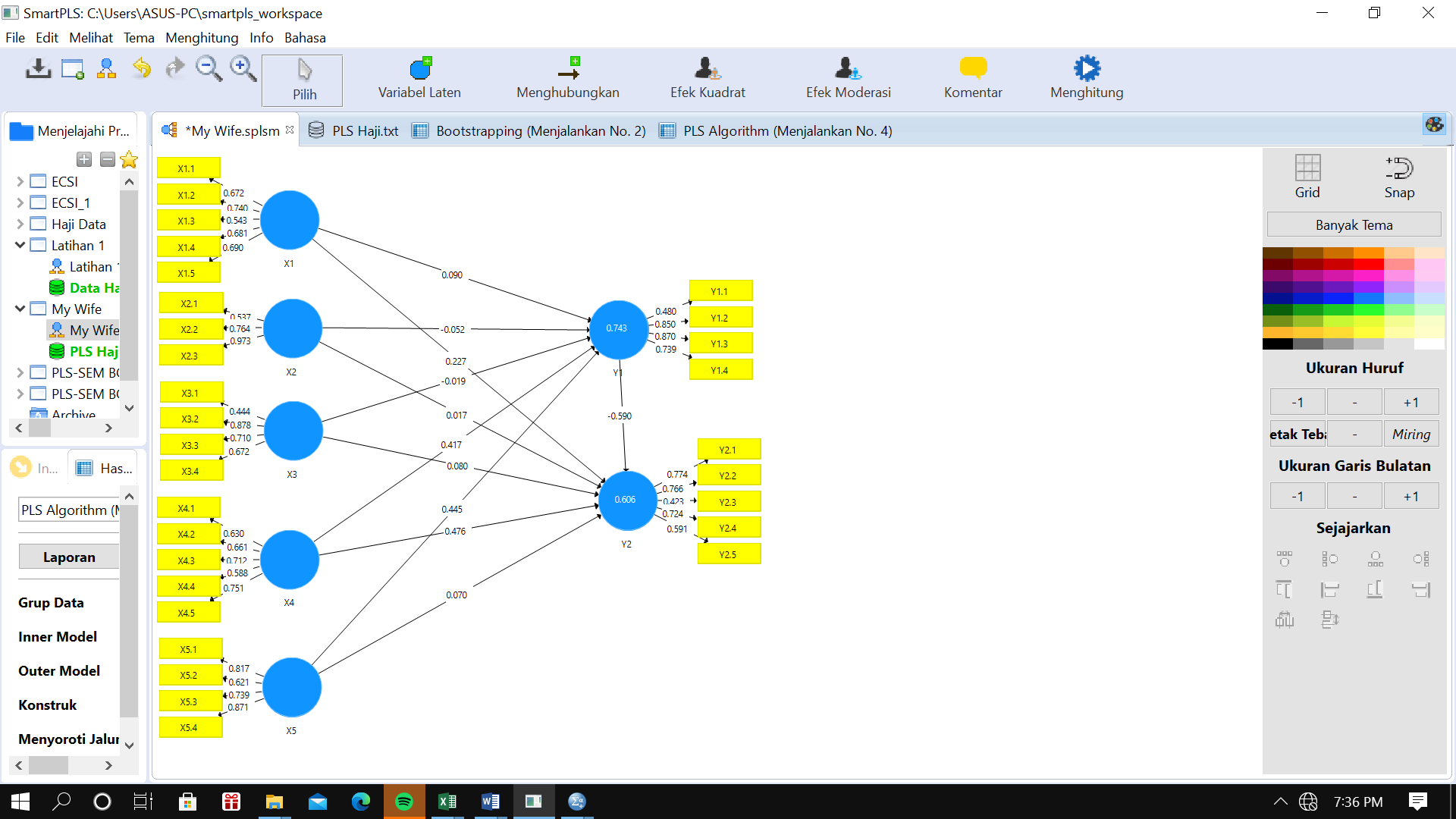
Kamus Lengkap Bahasa Indonesia mendefenisikan kelangsungan merupakan bentuk kata kerja yang menjelaskan suatu kondisi yang sementara berlanjut secara berkepanjangan dan berlangsung, sebagai proses yang sementara berjalan dan akhirnya mewujudkan keberadaan suatu kondisi (KBBI) . Keberlanjutan bisnis dianalisis untuk adaftasikan bagian-bagian penting pada suatu bisnis, diantaranya:

* 1. Keberlangsungan modal , merupakan bentuknya dapat berupa (financial, goods, serta aset) yang memiliki sifat dasar dapat digunakan dalam melakukan suatu bisnis.
  2. Keberlangsungan tenaga kerja, yakni sebagai SDM yang dimiliki suatu entitas, serta SDM tersebu yang akan merajuk masingmasing individu yang terdapat di suatu entitas. SDM lebih dikenal sebagi tenaga kerja atau karyawan memiliki sebuah potensi (yang bersumber serta dimiliki oleh masing-masing individu) daripada manusia itu sendiri yang dapat dikembangkan dan dijaga kelangsungannya untuk proses-proses yang terjadi dalam usahanya baik produksi ataupun pemasaran.
  3. Keberlangsungan Produksi, merupakan suatu proses menghasilkan dan memperoleh output, hal ini menjunjukkan suatu proses koordinasi material-material dan kekuatan-kekuatan dalam pembuatan suatu barang atau jasa. Dalam keberlangsungan produksi antara lain mencakup faktor-faktor atau aspek-aspek yang berhubungan dengan bahan baku, teknologi dan kualitas serta kuantitas barang hasil produksi. (Handayani, 2007).

Dwiyananda & Mawardi, (2015) factor-faktor yang berpengaruh terhadap kelangsungan usaha diantaranya kurangnya jumlah customer, berkurangnya penjualan, kesulitan mengembangkan usaha, kesulitan mendapatkan keuntungan atau laba, berkurangnya dana untuk kulakan, bertambah banyak barang yang kadaluarsa, menumpuknya hutang kepada pemberi pinjaman modal dan penurunan jumlah pemesanan barang.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dan menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* yakni PLS (Partial Least Square) dalam menganalisis pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap kelangsungan usaha. Pentuan sampel menggunakan teknik *purpossive sampling* dengan menentukan berapa kriteria diantaranya a) Terdaftar di Kementerian Agama Kota Makassa; b) Sudah berdiri ≥ 3 tahun c) Memiliki sturktur organisasi, d) Memiliki Karyawan dalam menjalankan usahanya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Jenis data berupa data primer terkait prinsip keesaan, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip bertanggung jawab, dan prinsip kebenaran yang diperoleh dari para pengelola biro travel haji dan umrah di kota Makassar. Teknik analisis data berupa statistik deskriptif, variabel independent terdiri dari: Prinsip keesaan (X1); Prinsip keadilan (X2); Prinsip kehendak bebas (X3); Prinsip bertanggung jawab (X4); Prinsip kebenaran (X5). Sedangkan, variable dependennya terdiri Kelangsungan loyalitas Jamaah (Y1), dan Kelangsungan Usaha (Y2). Berikut gambar model penelitian PLS.

Gambar 1. Model Penelitian

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilaksanakan di kota Makassar khusus pada pelaku bisnis travel haji dan umrah. sampel yang terpilih sebanyak 97 responden yang telah memenuhi kriteria penentuan sampel.

**Hasil Analisis Data dengan Pendekatan PLS**

Tahapan analisis PLS SEM menggunakan pengukuran outer model untuk uji validitas tahapan diantaranya 1) Convergent Validity, 2) Discriminant Validity dan uji realibilitas yaitu Composite Realibility. Menurut (Jogiyanto, H.M. dan Abdillah, 2009) Pengukuran dapat dikategorikan mempunyai validitas konvergen apabila nilai loading factor > 0,7 dan nilai AVE 0,5 dan validitas diskriminan ditentukan dengan mengamati nilai cross loading dari setiap variabel dan dikategorikan validitas diskriminan apabila memiliki nilai cross loading mencapai 0,7. Validitas Konvergen, Validitas konvergen adalah korelasi antara skor indikator dengan skor konstruknya. Analisis Model PLS SEM memiliki convergent validity dapat dinyatakan valid apabila nilai loading factor > 0,7 dan nilai AVE 0,5. Hasil korelasi antara indicator dengan konstruknya menunjukkan nilai outer loading > 0,7, yang dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 1. Hasil Pengujian *Convergent Validity* sebelum dan setelah Eliminasi**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Indikator | Model Awal | Modifikasi  (≥ 0,7) | Keterangan |
| Prinsip Keesaan | X1.1 | 0.672 | 0.767 | Diterima |
|  | X1.2 | 0.740 | 0.730 | Diterima |
|  | X1.3 | 0.543 | 0.740 | Diterima |
|  | X1.4 | 0.681 | 0.701 | Diterima |
|  | X1.5 | 0.690 | 0.798 | Diterima |
| Prinsip Keadilan | X2.1 | 0.537 | 0.707 | Diterima |
|  | X2.2 | 0.764 | 0.771 | Diterima |
|  | X2.3 | 0.973 | 0.977 | Diterima |
| Prinsip Kehendak Bebas | X3.1 | 0.444 |  |  |
|  | X3.2 | 0.878 | 0.927 | Diterima |
|  | X3.3 | 0.710 | 0.768 | Diterima |
|  | X3.4 | 0.672 | 0.798 | Diterima |
| Prinsip Bertanggung | X4.1 | 0.630 | 0.732 | Diterima |
| Jawab | X4.2 | 0.661 | 0.765 | Diterima |
|  | X4.3 | 0.712 | 0.713 | Diterima |
|  | X4.4 | 0.588 | 0.787 | Diterima |
|  | X4.5 | 0.751 | 0.745 | Diterima |
| Prinsip kebenaran | X5.1 | 0.817 | 0.814 | Diterima |
|  | X5.2 | 0.621 | 0.716 | Diterima |
|  | X5.3 | 0.739 | 0.745 | Diterima |
|  | X5.4 | 0.871 | 0.873 | Diterima |
| Loyalitas Jamaah | Y1.1 | 0.480 |  |  |
|  | Y1.2 | 0.850 | 0.885 | Diterima |
|  | Y1.3 | 0.870 | 0.860 | Diterima |
|  | Y1.4 | 0.739 | 0.760 | Diterima |
| Kelangsungan Usaha | Y2.1 | 0.774 | 0.807 | Diterima |
|  | Y2.2 | 0.766 | 0.803 | Diterima |
|  | Y2.3 | 0.423 |  |  |
|  | Y2.4 | 0.724 | 0.881 | Diterima |
|  | Y2.5 | 0.591 | 0.756 | Diterima |

Sumber: Hasil Pengolahan dengan PLS, 2020

Dengan menggunakan pengolahan smartPLS dapat ditunjukkan pada tabel 1. Nilai outer model atau korelasi antara konstruk dengan variabel pada awalnya belum memenuhi *konvergen validity* karena beberapa indicator yang memiliki nilai *loading factor* dibawah 0.7, diantaranya X3.1, Y1.1, dan Y2.3, sehingga modifikasi model dilaksanakan dengan mengeluarkan indikator-indikator yang memikili nilai *loading factor* dibawah 0.70. pada model modifikasi sebagaimana ditunjukkan pada tabel 1. tersebut menunjukkan bahwa *loading factor* memiliki nilai di atas 0.70, sehingga konstruk untuk semua variabel sudah tidak ada yang dieliminasi dari model.

*Discriminant Validity*

Model pengukuran reklektif indikator *discriminant validity* dapatdiukur berdasarkan nilai AVE (Average Variance Extracted) *Discriminant validity* digunakan untuk mengukur korelasi konstruk yaitu, dalam mengidentifikasi indikator tertinggi dalam suatu variabel.pengujian validitas konvergen dapat diamati dari nilai AVE *(Average Variance Extracted).*variabel dalam penelitian ini memiliki AVE > 0,5. Nilai AVE dalam model yang dapat ditunjukkan pada tabel 2 berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji AVE (*Average Variance Extracted)***

|  |  |
| --- | --- |
| **Variabel** | **AVE (>0,5)** |
| Prinsip Keesaan | 0.547 |
| Prinsip Keadilan | 0.602 |
| Prinsip Kehendak Bebas | 0.554 |
| Prinsip Bertanggung Jawab | 0.550 |
| Prinsip Kebenaran | 0.590 |
| Loyalitas Jamaah  Kelangsungan Usaha | 0.700  0.547 |

Sumber: Hasil Pengolahan dengan PLS, Tahun 2020

Dari data yang tersaji pada table 1 dan 2 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan nilai *outer loading* dan EVA, data penelitian ini telah memenuhi persyaratan pengujian validitas konvergen.

*Composite Reliability*

Dalam PLS*, Composite Reliability* merupakan uji reliabilitas yang menggambarkan akurasi serta tingkat konsistensi dari ketetapan suatu alat ukur didalam pengukuran. Jika nilai *composite reliability* masing-masing variabel ˃0,7 maka *Composite Reliability*-nya baik, hasil uji *composite reliability* dapat diamati pada table 3 berikut.

**Tabel 3. Hasil Uji *Composite Reliability***

|  |  |
| --- | --- |
| **Variabel** | ***Composite Reliability* (˃0,7)** |
| Prinsip Keesaan | 0.800 |
| Prinsip Keadilan | 0.810 |
| Prinsip Kehendak Bebas | 0.782 |
| Prinsip Bertanggung Jawab | 0.802 |
| Prinsip Kebenaran | 0.850 |
| Loyalitas Jamaah  Kelangsungan Usaha | 0.875  0.827 |

Sumber: Hasil Pengolahan dengan PLS, Tahun 2020

**Model *Partial Least Square* (PLS)**

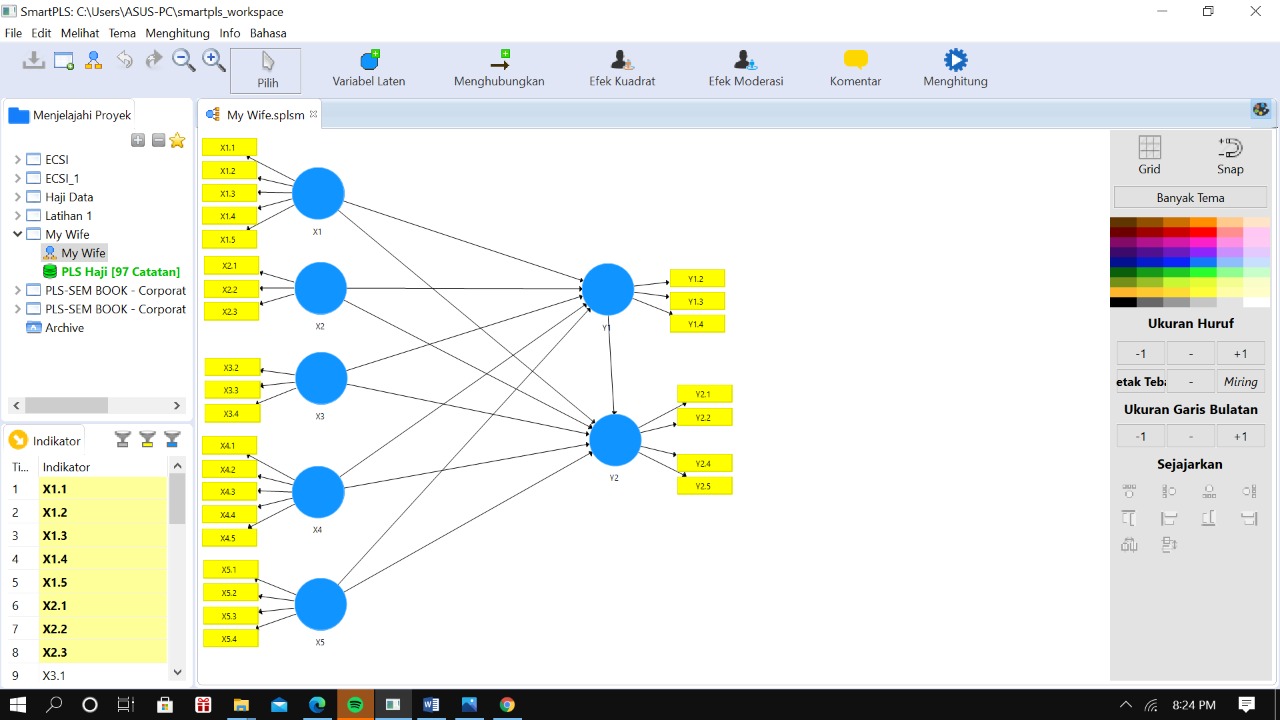
PLS merupakan *Structural Equation Modeling (*SEM) yang memiliki metode pendekatan alternatif dari basis kovarian ke basis varian. Dalam penelitian ini menggunakan software *SmartPLS3* dalam menguji model struktural dalam PLS. Tahap pertama yang perlu dilakukan dalam Permodelan PLS yakni membuat spesifikasi model dengan membuat rancangan *inner* model atau *outer* model. Inner model sebagai struktur penghubung antara variabel laten pada substantive teori yaitu, variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) , variabel X dalam penelitian ini diantaranya prinsip keesaan (X1), prinsip keadilan (X2), prinsip kehendak bebas (X3), prinsip bertanggung jawab (X4), dan prinsip kebenaran (X5) sedangkan, variabel dependen yaitu loyalitas jamaah (Y1), dan kelangsungan usaha (Y2). Selanjutnya proses eliminasi dilakukan untuk membuang atau mengeleminasi yang nilainya dibawah standar nilai dengan teknik *bootstrap,* dapat diamati padatabel berikut ini:

**Tabel 4. Nilai Loading Faktor Setelah Eliminasi dan Hasil Bootstrap Indikator Variabel dan Indikator Laten**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Indikator | Setelah eliminasi | Hasil Bostrap |  |
| Prinsip Keesaan | X1.1 | 0.672 | 0.767 |  |
|  | X1.2 | 0.740 | 0.730 |  |
|  | X1.3 | 0.543 | 0.740 |  |
|  | X1.4 | 0.681 | 0.701 |  |
|  | X1.5 | 0.690 | 0.798 |  |
| Prinsip Keadilan | X2.1 | 0.537 | 0.707 |  |
|  | X2.2 | 0.764 | 0.771 |  |
|  | X2.3 | 0.973 | 0.977 |  |
| Prinsip Kehendak Bebas | X3.1 | 0.444 |  |  |
|  | X3.2 | 0,878 | 0.927 |  |
|  | X3.3 | 0,710 | 0.768 |  |
|  | X3.4 | 0,672 | 0.798 |  |
| Prinsip Bertanggung | X4.1 | 0,630 | 0.732 |  |
| Jawab | X4.2 | 0,661 | 0.765 |  |
|  | X4.3 | 0,712 | 0.713 |  |
|  | X4.4 | 0,588 | 0.787 |  |
|  | X4.5 | 0,751 | 0.745 |  |
| Prinsip kebenaran | X5.1 | 0.817 | 0.814 |  |
|  | X5.2 | 0.621 | 0.716 |  |
|  | X5.3 | 0.739 | 0.745 |  |
|  | X5.4 | 0.871 | 0.873 |  |
| Loyalitas Jamaah | Y1.1 | 0.480 |  |  |
|  | Y1.2 | 0.850 | 0.885 |  |
|  | Y1.3 | 0.870 | 0.860 |  |
|  | Y1.4 | 0.739 | 0.760 |  |
| Kelangsungan Usaha | Y2.1 | 0.774 | 0.807 |  |
|  | Y2.2 | 0.766 | 0.803 |  |
|  | Y2.3 | 0,423 |  |  |
|  | Y2.4 | 0,724 | 0.881 |  |
|  | Y2.5 | 0,591 | 0.756 |  |

Sumber: Hasil Pengolahan dengan PLS, Tahun 2020

Setelah mengamati hasil analisis permodelan PLS pada tabel 4. di atas terkait etika bisnis islam terhadap Y1. Loyalitas jamaahdan Y2. Kelangsungan Usaha, maka dalam penelitian ini terlihat bahwa semua indikator yang digunakan telah memenuhi kriteria dari *rule of thumb* dan kriteria *convergent validity* yang memiliki angka faktor loading ˃0,5. Diagram jalur setelah hasil dari permodelan PLS setelah *bootstrap* sebagai berikut.



Gambar 2. Model Struktural Setelah Modifikasi dan Setelah *Bootstrap*

**Evaluasi *Goodness of Fit* Model Struktural (*Inner* Model)**

Evaluasi *Goodness of Fit* pada tahapan *inner* model, untuk mengukur model struktural yang dilakukan sebagai pengukuran dengan menggunakan *R-Square* variabel laten dependen, yang bertujuan untuk mengukur seberapa baik nilai dari observasi yang telah dihasilkan dari model.

**Pengujian Hipotesis**

Uji hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dari variabel X terhadap variabel Y untuk melihat nilai *t-values* pada setiap *path*. Nilai t-hitung didapat dari hasil setelah *bootstraping* dengan menggunakan software SmartPLS3, untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian makan digunakan pengujian *bootstrap*. Untuk tingkat keyakinan sebesar 95% maka koefisien inner weight dari model struktural dinyatakan siignifikan jika t-hitung ˃ t-tabel sebesar 1,96 atau 2,000. Hasil pengujian hipotesis penelitian dapat dilihat pada table berikut.

**Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel Independen** | **Variabel Dependen** | **Koefisien Inner Weight** | **t-hitung** | **Keterangan** |
|  |
| Prinsip Keesaan | Loyalitas Jamaah | 0,065 | 1,831 | Responden tidak setuju prinsip keesaan berpengaruh terhadap loyalitas jamaah pada biro travel haji dan umrah di kota Makassar |  |
| Prinsip Keadilan | Loyalitas Jamaah | 0,078 | 0,522 | Responden tidak setuju prinsip keadilan berpengaruh terhadap loyalitas jamaan p |  |
| Prinsip Kehendak Bebas | Loyalitas Jamaah | 0,082 | 0,286 | Responden tidak setuju prinsip kehendak bebas berpengaruh terhadap loyalitas jamaah pada biro travel haji dan umrah di kota Makassar |  |
| Prinsip Bertanggung Jawab | Loyalitas Jamaah | 0,094 | 3,401 | Responden setuju prinsip bertanggung jawab berpengaruh terhadap loyalitas jamaah pada biro travel haji dan umrah di kota Makassar |  |
| Prinsip Kebenaran | Loyalitas Jamaah | 0,102 | 4,93 | Responen setuju prinsip kebenaran berpengaruh terhadap loyalitas jamaan pada biro travel haji dan umrah di kota Makassar |  |
| Prinsip Keesaan | Kelangsungan Usaha | 0,122 | 2,008 | Responden setuju prinsip keesaan berpengaruh terdahap kelangsungan usaha pada biro travel haji dan umrah di kota Makassar |  |
| Prinsip Keadilan | Kelangsungan Usaha | 0,075 | 0,551 | Responden tidak setuju prinsip keadilan berpengaruh terhadap kelangsungan usaha pada biro travel haji dan umrah di kota Makassar |  |
| Prinsip Kehendak Bebas | Kelangsungan Usaha | 0,093 | 1,120 | Responden tidak setuju prinsip kehendak bebas berpengaruh terhadap kelangsungan usaha pada biro travel haji dan umrah di kota Makassar |  |
| Prinsip Bertanggung Jawab | Kelangsungan Usaha | 0, 115 | 5,152 | Responden setuju prinsip bertanggung jawab terhadap kelangsungan usaha pada biro travel haji dan umrah di kota Makassar |  |
| Prinsip Kebenaran | Kelangsungan Usaha | 0,171 | 2,115 | Responden setuju prinsip kebenaran berpengaruh terhadap kelangsungan usaha pada biro travel haji dan umrah di kota Makassar |  |

**KESIMPULAN**

Hasil penelitian penerapan etika bisnis islam terhadap loyalitas jamaah dan kelangsungan usaha pada biro travel haji dan umrah di kota Makassar, dapat disimpulkan bahwa para pengelola bisnis travel haji dan umrah dalam mengelola bisnisnya telah menjalankan system dan kinerja yang berpegang pada prinsip Syariah, memberikan pelayanan yang trasfaran terhadap jamaah baik dari segi administrasi maupun keuangan, melayani semua jamaah secara ramah, professional serta penuh dengan rasa kekeluargaan. Hal ini merupakan hasil yang sangat menggembirakan bagi semua calon jamaah haji dan umrah di kota Makassar. Mengingat Makassar merupakan salah satu kota padat penduduk dan mayoritas muslim sehingga animo masyarakat untuk menjalankan ibadah haji dan umrah sangat tinggi, yang tentunya tidak perlu khawatir lagi akan terjadinya penipuan. Menjalakan system dan kinerja yang berpegang teguh pada prinsip Syariah tentunya dapat menunjang kelangsungan usaha travel yang mereka jalankan. Namun di sisi lain, pengaruhnya terhadap loyalitas jamaah belum signifikan hal ini menunjukkan para jamaah cenderung tidak konsisten memilih salah satu biro travel yang digunakan sebagai fasilitator penjalanan ibadah umrahnya ke Baitullah.

**DAFTAR PUSTAKA**

Agoes, Sukrisno dan Ardana, I. C. (2014). *Etika Bisnis dan Profesi*. Salemba Empat.

Amir, S. (2018). Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas di Kota Palembang. *ISLAMIC BANKING*, *4*.

Anindya, D. A. (2017). No TitlePENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEUNTUNGAN USAHA PADA WIRAUSAHA DI DESA DELITUAKECAMATAN DELITUA. *At-Tawassuth*, *2*.

Che Omar, C. M. Z., & Saripuddin, A. S. S. (2015). Concept of Business Ethics in Islam - Approach To the Entrepreneur 2 . Sources of Islamic Business Ethics. *Journal of Asian Business Strategy*, *5*(1), 13–18. https://doi.org/10.18488/journal.1006/2015.5.1/1006.1.13.18

Departemen Agama, R. I. (2012). *Al-Qur’anul Karim Tafsir Per Kata Tajwid Kode* (Cetakan 3). Yayasan Qiblat Al Khairiyyah.

Dharmmesta, B. S. (1999). Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, *14*.

Dwiyananda, O. M., & Mawardi, I. (2015). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Ritel Modern Terhadap Keberlangsungan Usaha Ritel Tradisional di Gresik. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, *2*(9), 759. https://doi.org/10.20473/vol2iss20159pp759-771

Griffin, J. (2002). *Costumer Loyalty.* Erlangga.

Handayani, N. (2007). *Modal Sosial dan Keberlangsungan Usaha*. Universitas Sebelas Maret.

Jogiyanto, H.M. dan Abdillah, W. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. BPFE-Yogyakarta.

Kasmir dan Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis* (Revisi). Prenada Kencana.

Masitah, D. (2015). Dinamika Bisnis Travel Umroh Se Kota Pasuruan Di Era Globalisasi. *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, *2*(2), 242. https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v2i2.850

Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Fokus Ekonomi*, *9*.

Swasta, B. (2009). *Azas-azas Marketing*. Liberty.

Zahrotul, W. (2017). *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Pada Baitul Māl Wat Tamwil (Bmt) Tumang Boyolali*. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Surakarta.