

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
TERHADAP TINGKAT KEUNTUNGAN USAHA PEDAGANG PAKAIAN**

(Studi Kasus di Pasar Anyar Kecamatan Sukatani Kabupaten Purwakarta)

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Oleh

Devirda Haerinisa

NIM 0103.1601.017



PROGRAM SARJANA

SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI)

DR. KHEZ MUTTAQIEN

PURWAKARTA

2020 M/1441 H

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
TERHADAP TINGKAT KEUNTUNGAN USAHA PEDAGANG PAKAIAN
(Study Kasus di Pasar Anyar Kecamatan Sukatani Kabupaten Purwakarta)**

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Oleh

Devirda Haerinisa

NIM 0103.1601.017



Pembimbing 1 : Arief Mulyawan Thoriq, M.E.Sy

Pembimbing 2 : Adriansyah, M.Pd

**PROGRAM SARJANA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI)
DR. KHEZ MUTTAQIEN
PURWAKARTA
2020 M/1441**

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
TERHADAP TINGKAT KEUNTUNGAN USAHA PEDAGANG PAKAIAN
(Studi Kasus di Pasar Anyar Kecamatan Sukatani Kabupaten Purwakarta)**

Oleh
Devirda Haerinisa
NIM. 0103.1601.017

Menyetujui

Pembimbing 1



Arief Mulyawan Thoriq, M.E.Sy

NIDN. 2113019101

Pembimbing 2



Adriansyah, M.Pd

NIDN. 2115128902.

Mengetahui

Ketua STAI



Dr. Imam Tabroni, M.Pd.I

NIDN. 2112078501

Ketua Program Studi



Arief Mulyawan Thoriq, M.E.Sy

NIDN. 2113019101

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN
(Study Kasus di Pasar Anyar Kecamatan Sukatani Kabupaten Purwakarta)**



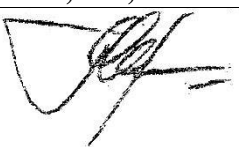
Devirda Haerinisa

NIM 0103.1601.017

Dinyatakan Lulus Sidang Munaqosah Skripsi oleh Tim Penguji

Pada Tanggal 24 Agustus 2020

Tim Penguji,

Penguji 1	
	Edward, Drs., MM.
Penguji 2	
	Arris Syafa'at, SE., S.Kom., MM.
Penguji 3	
	Haris Abu Bakar, MM.

Mengetahui

Ketua STAI



Dr. Imam Tabroni, M.Pd.I
NIDN. 2112078501

Ketua Program Studi



Arief Mulyawan Thoriq, M.E.Sy
NIDN. 2113019101

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul *Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam transaksi jual beli terhadap Tingkat Keuntungan Pedagang di Pasar Anyar Sukatani* adalah sepenuhnya karya saya sendiri.

Tidak ada bagian didalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada Klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Purwakarta, Agustus 2020

Penulis,

ditandatangani di atas materai 6000



Devirda Haerinisa

NIM. 0103.1601.017

PEDOMAN TRANSLITERASI

1) Huruf Arab dan Latin

Huruf Arab	Huruf Latin
ا	Tidak dilambangkan
ب	B
ت	T
ث	Ṣ
ج	J
ح	H
خ	Kh
د	D
ذ	Ẓ
ر	R
ز	Z
س	S
ش	Y
ص	Ṣ
ظ	Ḍ

Huruf Arab	Huruf Latin
ط	T
ظ	Z
ع	‘
غ	G
ف	F
ق	Q
ك	K
ل	L
م	M
ن	N
و	W
ه	H
ء	‘
ي	Y

2) Maddah atau Vokal Panjang

Harakat dan Huruf	Huruf dan Tanda
اى	Ā
ي	Ī
و	Ū
يا	Ai
وا	Au

ABSTRAK

Devirda Haerinisa: "Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam transaksi Jual Beli terhadap Tingkat Keuntungan Usaha Pedagang di Pasar Anyar Sukatani Purwakarta", Purwakarta, STAI DR KH.EZ Muttaqien, 2016.

Dalam Islam, berbisnis juga harus diatur dalam etika bisnis Islam, dimana dibutuhkan suatu sistem yang dapat mengatur bagaimana sebaiknya dan seharusnya manusia bergaul dengan baik. Sistem yang mengatur dan mengenai pergaulan tersebut kemudian membuat masyarakat saling menghormati satu sama lain, dan memiliki tata Krama, sopan santun dan lainnya yang disebut etika. Etika ini diperlukan untuk membentuk dan membangun sikap apapun aspeknya termasuk etika bisnis Islam. Terlebih, agama Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi nilai-nilai norma dan juga sopan santun serta menghargai makhluk satu sama lain. Akan tetapi pada zaman sekarang, orang tidak mengedepankan etika dalam bentuk apapun, termasuk dalam bertransaksi jual beli, mereka lebih mengutamakan tingkat keuntungan usaha dengan melupakan etika etika yang harus diterapkan atau diperhatikan sebagai pedagang.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam bertransaksi terhadap tingkat keuntungan usaha pedagang yang berada di Pasar Anyar Sukatani. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dimana terdapat dua variabel yaitu variabel etika bisnis islam sebagai variabel bebas (Independent) dan tingkat keuntungan usaha sebagai variabel terikat (Dependent). Data penelitian ini dikumpulkan dari penyebaran kuisioner, dan wawancara.

Populasi dalam penelitian ini yaitu pedagang pakaian di Pasar Anyar Sukatani yang berjumlah 63 pedagang. Sampel penelitian ini ditentukan menggunakan rumus slovin dan diperoleh 38 responden sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan metode random sampling (sample acak) yaitu dengan cara pengambilan sampel secara acak dari anggota populasi tanpa memperdulikan tingkatan.

Teknik pengumpulan data menggunakan angket yang telah diuji coba terlebih dahulu dan diuji validitas serta uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana, uji Normalitas, uji heterokedestisitas, Linearitas, uji t dan uji R².

Hasil analisis regresi sederhana memperoleh hasil nilai f hitung lebih besar dari f tabel yakni 52,383 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel x etika bisnis islam dengan variabel y tingkat keuntungan. Hasil analisis regresi juga memperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,593, ini berarti 59,3% variabel tingkat keuntungan usaha dipengaruhi oleh variabel etika bisnis islam. Sisanya sebesar 40,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Etika Bisnis Islam, Keuntungan Usaha.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam transaksi Jual Beli terhadap Tingkat Keuntungan Usaha Pedagang di Pasar Anyar Sukatani”*, sholawat serta salam semoga kiranya Allah SWT limpahkan kepada Rasulullah SAW beserta keluarga, sahabat, dan umatnya hingga akhir zaman yang tetap setia mengikuti beliau.

Dengan diselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan do'a, perhatian, dorongan dan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr., Imam Tabroni, M.Pd.I. selaku Ketua STAI DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta.
2. Bapak Arief Mulyawan Thoriq, M.E.Sy selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Bapak Arief Mulyawan Thoriq, M.E.Sy selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan masukan yang sangat berguna kepada penulis.
4. Bapak Adriansyah, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan masukan yang sangat berguna kepada penulis.
5. Seluruh Dosen Ekonomi Syariah STAI DR. KHEZ Muttaqien Purwakarta.
6. Kedua Orang tua tercinta serta kakak-kakak yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil.
7. Para sahabat saya dan rekan seperjuangan Ekonomi Syariah Non Reguler 2016 yang selalu memberikan dukungan untuk saya.
8. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tentunya masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan juga pembaca pada umumnya.

Purwakarta, 09 Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Kegunaan Penelitian.....	9
G. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II PEMBAHASAN	12
A. Deskripsi Teori.....	12
1. Etika Bisnis Islam.....	12
a. Definisi Etika Bisnis Islam.....	12
b. Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam.....	14
c. Etika yang harus dimiliki pedagang.....	19
d. Indikator.....	20
2. Definisi Jual Beli.....	21
a. Definisi Jual Beli.....	21
b. Rukun dan Syarat Jual Beli.....	23

c. Prinsip Prinsip Jual Beli	26
3. Definisi Keuntungan.....	28
a. Definisi Keuntungan	28
b. Dasar Dasar Pengukuran Laba	31
c. Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba.	33
d. Indikator.....	33
B. Kerangka Berfikir	34
C. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	34
D. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel	38
D. Jenis dan Sumber Data.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Definisi Operasional.....	43
G. Instrumen Penelitian	43
1. Kisi Kisi.....	44
2. Instrumen	44
H. Teknik Analisis Data	47
1. Uji Data.....	47
a. Uji Validitas	47
b. Uji Reliabilitas	47
2. Uji Asumsi Klasik.....	48
a. Uji Normalitas.....	49
b. Uji Heterokedestisidas.....	50
c. Uji Linearitas.....	51
3. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	51
4. Uji Koefisien Determinasi	52
5. Pengujian Hipotesis	52
a. Uji t.....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	53
A. Deskripsi Tempat Penelitian.....	53
a. Gambaran Umum Pasar Anyar Bendul Sukatani	53
b. Profil.....	53
c. Visi dan Misi	55
d. Struktur Kepengurusan	56
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	57
1. Deskripsi Data Responden	57
a. Berdasarkan Usia Responden	57
b. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
d. Berdasarkan Lama Waktu Usaha	59
e. Berdasarkan Pekerjaan Sebelumnya	60
f. Berdasarkan Jumlah Karyawan	61
2. Deskripsi Data Variabel	61
a. Deskripsi Variabel Etika Bisnis Islam.....	61
b. Deskripsi Variabel Tingkat Keuntungan	63
3. Uji Validitas dan Reliabilitas	64
a. Uji Validitas	64
b. Uji Reliabilitas.....	65
4. Uji Asumsi Klasik	66
a. Uji Normalitas.....	66
b. Uji Heterokedestisitas.....	67
c. Uji Linearitas.....	68
5. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	69
6. Pengujian Hipotesis Penelitian	70
a. Uji t.....	70
C. Analisis Data (Pembahasan)	71
BAB II PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73

B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Indikator Variabel X.....	20
Tabel 4.2 Indikator Variabel Y	33
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Lama Usaha	59
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel X.....	61
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Y	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas X.....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Y	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas.....	68
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Sederhana	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir.....	34
Gambar 2.1 Peta Lokasi Pasar	54
Gambar 4.1 Struktur Kepengurusan	55
Gambar 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan Sebelumnya.	61
Gambar 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	61
Gambar 4.4 Hasil Grafik Scatterplot.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Dokumentasi Penelitian	81
Data Personal Responden	83
Kuisisioner Penelitian.....	84
Distribusi Jawaban Variabel X	86
Distribusi Jawaban Variabel X	89
Distribusi Nilai R Tabel.....	93
Distribusi F Tabel	96
Distribusi T Tabel.....	97
SK Skripsi	98
Surat Perizinan Penelitian	99
Surat Balasan Penelitian	100
Daftar Riwayat Hidup	101

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perdagangan merupakan kegiatan ekonomi yang mengaitkan dua pihak yaitu penjual dan pembeli yang melakukan suatu transaksi, yang dimana transaksi ini penjual dan pembeli dapat mengambil manfaat dalam memenuhi kebutuhan ekonominya. Masyarakat pada umumnya juga menjadikan berdagang sebagai satu pilihan dalam mencari penghasilan untuk menafkahi keluarganya. Akan tetapi, dalam melakukan perdagangan juga harus mempunyai etika/sikap yang baik dalam hal berdagang. Adanya etika yang baik dapat menghindari timbulnya rasa kecewa pembeli dalam melakukan transaksi.

Dengan persaingan yang begitu tinggi terkadang membuat para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan bahkan sampai para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Seperti contoh banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan – penyimpangan dalam berdagang. Masalah yang rawan terjadinya penyimpangan adalah pasar tradisional. Perilaku menyimpang ditemukan dipasar tradisional antara lain

seperti pengurangan takaran timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk dan penjualan barang haram.¹

Batasan batasan mengenai suatu hal yang boleh atau yang tidak boleh, yang benar dan salah serta halal dan haram dalam aktivitas bermuamalah yang dikenal dengan istilah etika bisnis islam. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis islam.² Etika menurut islam tergolong ke dalam nilai dasar akhlak yang menjadi kesatuan atau menyatu dengan nilai dasar Islam lainnya, yakni akidah dan syariah.³ Islam memandang kegiatan transaksi bisnis sebagai satu aktivitas yang memiliki nilai ganda bagi kehidupan individu dan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan material dan spritualnya. Melalui interaksi dan transaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli dalam suatu tempat, yang kemudian kita kenal dengan pasar, yaitu suatu tempat dimana antara penjual dan pembeli bertemu dalam rangka melaksanakan aktivitas jual beli atau tempat dimana penjual menawarkan barang maupun jasa pada pembeli.⁴

Manusia muslim, individu maupun kelompok dalam lapangan ekonomi atau bisnis—disatu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar – besarnya. Namun, disisi lain ia terikat dengan iman dan etika sehingga tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya

¹ Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010, hlm.2

² Fitri Amallia, *Implementasi Etika Bisnis Islam pada pedagang di Bazar Madinah Depok*; Jakarta; UIN Syarif Hidayatullah, t.t.), h1m.2

³ Mukhtar Samad, *Etika Bisnis Syariah, Berbisnis Sesuai Dengan Moral Islam* (Yogyakarta: Sunrise, 2016),hlm.7

⁴ Muhammad, *Aspek Hukum dalam Muamalat* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007),hlm.93

atau membelanjakan hartanya.⁵ Masyarakat muslim tidak bebas tanpa kendali dalam memproduksi segala sumber daya alam, mendistribusikannya atau mengkonsumsikannya. Ia terikat dengan buhul akidah serta etika etika, disamping itu juga dengan hukum – hukum islam.

Dengan menerapkan etika, pedagang dapat memahami persaingan, bagaimana menjaga sopan santun, bersikap ramah, bagaimana cara berpakaian yang baik hingga cara bertutur kata untuk menghadapi pembeli. Akan tetapi, etika tersebut kadang tak dihiraukan oleh para pedagang, seiring dengan kemajuan ekonomi yang pesat dan persaingan yang ketat, pedagang melakukan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi tanpa memperhatikan etika. Padahal, etika dalam berbisnis itu penting bagi suatu usaha demi menjaga kepercayaan pelanggan terhadap image usaha tersebut.

Etika juga berfungsi sebagai controlling (pengatur) aktifitas ekonomi. Dan bisnis yang sehat adalah bisnis yang berpegang pada prinsip – prinsip etika. Seorang penjual harus memiliki etika yang baik dengan memiliki sifat – sifat seperti; jujur, ramah, sopan, pandai berbicara dan bergaul, amanah, mempunyai kepribadian yang menarik, serta mengetahui cara-cara berjualan.

Jujur menjadi pondasi awal dalam segala hal khususnya dalam melakukan aktifitas ekonomi, karena nilai kejujuran dipraktekan oleh Nabi Muhammad SAW, Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan

⁵ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Kairo : Mesir, Maktabah Wahbah, 1995 M), h.35

kejujurannya. Seperti dalam surat sesuai dengan Ayat Al-Qur'an Surah Al-Azhab 70 – 71.

- ❖ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا
- ❖ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا⁶

Artinya: (70) Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah perkataan yang benar. (71) Niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar”

Dan surah Asy- Syu'araa ayat 181-183;

- ❖ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ
- ❖ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ
- ❖ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ⁷

Artinya: sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela dimuka bumi dengan membuat kerusakan.

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa seluruh umat manusia dianjurkan untuk berlaku jujur dalam segala hal terutama bagi para pelaku bisnis ketika menjalankan bisnisnya dalam bentuk apapun. Contohnya para pedagang harus jujur dalam menimbang takaran, tanpa mengurangi

⁶ Al- Qur'an :33 -70.71

⁷ Al- Qur'an :26 -181.18

dan melebihi. Seorang pedagang harus berpegang teguh etika dan moral bisnis islami yang mencakup Husnul Khuluq.

Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pembisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli.

Akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis. Selain jujur, akhlak yang lainnya adalah Amanah, dalam hal ini pedagang harus menjaga muamalahnya dari unsur yang melampaui batas atau sia – sia. Seorang pedagang harus dapat dipercaya, sehingga tidak mendzolimi kepercayaan yang diberikan kepadanya.

Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang. Banyaknya perilaku pedagang, mengakibatkan juga banyaknya tanggapan tentang apa yang terjadi. Perilaku pedagang juga akan mempengaruhi harga yang ada pada pasar, terkait dengan apa yang telah disajikan oleh pemerintah atau isu yang telah berkembang.

Dalam hal ini perlu adanya etika bisnis islam, yang dimana etika bisnis islam ini bertujuan untuk mengajarkan manusia dalam menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan

dendam. Etika dalam berbisnis merupakan benteng yang dapat melindungi diri dari godaan memperoleh keuntungan yang tidak wajar serta godaan untuk menang sendiri.

Etika bisnis islam perlu dimiliki oleh setiap pelaku dalam melakukan kegiatan ekonomi, baik seorang pedagang dalam menjalankan aktivitas dagang dan untuk menghindari diri dari tindakan yang tidak baik. Salah satu yang dapat mempengaruhi penjualan adalah perilaku pedagang dalam melayani pembeli. Karena hal tersebut sering menjadi perhatian para pembeli.

Pasar merupakan tempat orang – orang yang berkumpul dengan tujuan untuk menukar kepemilikan barang atau jasa dengan uang.⁸ Pasar menjadi salah satu wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis, islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai – nilai, meskipun tetap dalam susana bersaing. Artinya, konsep pasar dalam islam adalah pasar yang ditumbuhi nilai nilai syariat seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran dan persaingan sehat yang merupakan nilai – nilai universal untuk setiap pelaku pasar.⁹

Penegakan nilai nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar. Artinya, nilai – nilai moralitas merupakan nilai yang sudah tertanam dalam diri para pelaku pasar, karena merupakan refleksi keimanan kepada Allah SWT.

Dengan demikian, seseorang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari

⁸ Budi Untung. *Hukum dan Etika Bisnis* (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta 2012). Hal. 78

⁹ Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisal Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h.28

keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam islam bukan sekedar mencari besarnya keuntungan, melainkan juga mencari keberkahan usahanya.¹⁰

Pasar Anyar Sukatani merupakan salah satu pasar yang dapat memenuhi kehidupan ekonomi para masyarakat, yang mayoritas para pedagangnya muslim, dan hal ini menjadi fokus penelitian dalam melakukan transaksi jual beli dipasar tersebut sesuai etika bisnis islam atau tidak. Dan tidak bisa dipungkiri juga dengan berbagai sikap dari penjual atau pembeli yang dapat memicu lahirnya ketersinggungan dan ketidaksesuaian dalam berakad mengenai kesepakatan harga.

Penulis memilih Pasar Anyar Sukatani menjadi objek penelitian, karena perilaku pedagang di Pasar Anyar sepertinya kurang sesuai dengan etika bisnis. Selain itu pedagang yang ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah dan kurang bersopan santun. Melihat hal ini penulis ingin mengetahui apakah dengan perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam tersebut berpengaruh terhadap tingkat keuntungan pedagang.

Dengan adanya perilaku pedagang yang sudah penulis uraikan diatas, maka penulis menguraikan pengalaman yang pernah dialami pembeli di pasar anyar bendul sukatani, diantaranya adalah : ada calon pembeli disalah satu toko di pasar tersebut, karena pelayanannya terkesan jutek dan tidak ramah, maka pembeli tersebut membatalkan nya dan

¹⁰ Ibid., 27-28

memilih untuk berpindah ke toko yang lain yang pelayanannya ramah dan baik.

Dari pemaparan penulis diatas, terdapat beberapa hal yang perlu dikaji lebih lanjut yaitu terkait dengan penerapan etika bisnis islam pada pedagang obat di pasar anyar tersebut.

Dengan latar belakang yang telah dijabarkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian serta membahas masalah tersebut di Pasar Anyar Sukatani dengan judul **“Pengaruh Etika Bisnis Dalam Transaksi Jual Beli Terhadap Tingkat Keuntungan Pedagang Di Pasar Anyar Sukatani”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah, maka peneliti mengidentifikasi masalah – masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya pengetahuan pedagang pasar mengenai etika dalam melakukan transaksi jual beli
2. Penerapan nilai nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar.
3. Perilaku pedagang dalam melayani pembeli dapat mempengaruhi penjualan

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas, peneliti akan memberi batasan masalah yang bertujuan untuk memfokuskan pembahasan dalam skripsi ini yakni

mengenai implementasi etika bisnis islam dalam menjalankan transaksi jual beli di Pasar tersebut.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Apakah etika bisnis islam berpengaruh terhadap tingkat keuntungan usaha pedagang pakaian di Pasar Anyar Sukatani?
2. Berapa besar pengaruh etika bisnis Islam pedagang pakaian terhadap tingkat keuntungan usaha pedagang pakaian di Pasar Anyar Sukatani?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh etika bisnis islam terhadap tingkat keuntungan usaha pedagang pakaian di Pasar Anyar Sukatani
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh etika bisnis Islam terhadap tingkat keuntungan usaha pedagang pakaian di Pasar Anyar Sukatani

F. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, meliputi:

1. Manfaat Praktis

Bagi peneliti dapat menambah wawasan teori dan praktek tentang etika bisnis islam. Bagi pedagang dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran, bagi pihak lain semoga hasil penelitian ini

diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta informasi bagi semua pihak terutama masyarakat muslim dan juga sebagai evaluasi terhadap penerapan etika bisnis islam sekaligus sebagai acuan dan masukan dalam membuat kebijakan yang akan datang.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam menyusun penelitian ini terbagi ke dalam lima bab, yaitu :

BAB I merupakan Pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Teori yang menjelaskan deskripsi teori tentang etika bisnis Islam, transaksi jual beli, keuntungan usaha, kerangka berfikir, penelitian terdahulu yang relevan dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian, berisi jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan metode analisis data.

BAB IV Analisa Data dan Pembahasan, akan mengemukakan tentang gambaran umum Pasar Anyar Sukatani, deskripsi data penelitian

dan responden, uji validitas dan reliabilitas, deskripsi variabel penelitian, hasil analisis dan pembahasan.

BAB V Penutup, berisi kesimpulan, saran-saran dan kata penutup.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Etika Bisnis Islam

a. Definisi Etika Bisnis Islam

Etika secara umum diartikan tingkah laku yang baik, sopan santun, kejujuran, moral dan berkaitan dengan hal hal yang positif. Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Etika dimaknai sebagai moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.¹¹

Istilah etika secara teoritis dapat dibedakan dalam dua pengertian. Pertama, yaitu etika berasal dari bahasa Yunani "*Ethos*" yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam pengertian ini, etika dan moralitas, sama sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagaimana manusia yang telah dilembagakan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian

¹¹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hal.4

terwujud dalam pola perilaku yang tetap dan teruang dalam kurun waktu yang lama sebagai sebuah kebiasaan¹².

Selanjutnya, pengertian yang kedua, etika juga dipahami dalam pengertian sekaligus berbeda dengan moralitas. Dalam pengertian ini etika mempunyai pengertian sebagai filsafat moral, atau ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma yang diberikan moralitas dan etika dalam pengertian yang pertama. Dengan demikian etika merupakan filsafat moral yang tidak langsung memberi perintah konkret siap pakai sebagaimana pengertian yang pertama. Sebagai sebuah cabang filsafat, etika disini lebih menekankan pada pendekatan kritis dalam melihat nilai dan norma moral dalam segala permasalahannya yang hidup ditengah masyarakat.

Sementara itu, bisnis memiliki pengertian yang sangat luas. Dengan demikian, etika bisnis berarti seperangkat bisnis dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai 'daratan' atau tujuan tujuan bisnisnya dengan selamat.¹³

Menurut Mustaq Ahmad, etika bisnis islam adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan jasa yang mengacu pada Al-

¹² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta; Penebar Plus, hlm.13

¹³ Ibid., 15

Qur'an dan Hadits.¹⁴ Adapun menurut Prof. Dr. Amin Suman SH, MM, yang dimaksudkan etika bisnis Islam adalah konsep tentang usaha ekonomi perdagangan dari sudut pandang baik dan buruk serta benar dan salah menurut standar akhlaq Islam.¹⁵

b. Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam

Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis juga banyak dilakukan umat Muslim tapi tidak memperhatikan sumber utama, yaitu Al-qur'an. Menurut Riawan Amin dkk, bisnis dalam Al-qur'an mempunyai visi masa depan yang tidak sekadar mencari keuntungan sesaat, melainkan mencari keuntungan yang hakiki; baik dan berakibat baik pula bagi kesudahannya.¹⁶

Imam Ibn Taimiyah dalam kitab Al-Hisbah yang diterjemahkan oleh Mukhtar Holland (1985) memberikan pedoman bagaimana berbisnis yang beretika, diantaranya yaitu:

1. Sempurna dalam Timbangan

Bahwa dalam surat al-muthaffin Allah menjelaskan keadaan salah satu jenis pekerjaan (perbuatan) yang melewati batas, yaitu berlaku curang dalam menakar dan menimbang. Bahwa bagi orang yang berani melakukan kecurangan dalam menakar dan menimbang akan memperoleh kehinaan dan siksaan kelak saat

¹⁴ Inasari, *Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha* (Studi Pada Pasar Butung Makasar), Skripsi (Makasar : Uin Alauddin, 2017), 32

¹⁵ Ibid.,32

¹⁶ Fitri Faa'izah, *Pengaruh Penerapan Konsep Spiritual Management Terhadap Kinerja Karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya*, Skripsi (Palangka Raya : STAIN Palangka Raya), 2

dimana tidak ada lagi yang bisa menyelamatkan diri dari pengadilan Allah SWT.

2. Hindari Penipuan dan Kecurangan

Diriwayatkan dari Hakim bin Hizam r.a., dia berkata: Rasulullah SAW bersabda: "Penjual dan Pembeli memiliki hak khiyar (tetap melanjutkan jual beli atau membatalkannya) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya berkata benar dan menjelaskan apa adanya maka jual beli mereka diberkahi. Tetapi, jika keduanya menyembunyikan cacat yang ada dan berkata dusta maka jual beli mereka tidak diberkahi" (H.R. Muttafaq'Alaih)

3. Hindari Kontrak Bisnis yang tidak sah (Illegal)

Kontrak yang terkait dengan riba dan judi, seperti jual beli spekulatif (bai'al-gharar), membeli ternak yang masih dalam kandungan (mulamasa), menawar tinggi untuk menaikkan harga, dan bukan berniat untuk membeli (najas)

4. Kondisi ketidaksempurnaan pasar

Abdullah bin Umar r.a berkata bahwa Rasulullah SAW pernah bersabda : "Janganlah memperjualbelikan barang yang sedang dalam proses transaksi dengan orang lain, dan janganlah menghadang barang dagangan sebelum sampai dipasar atau sebelum penjual mengetahui harga yang berlaku dipasar)

5. Hindari Penimbunan (Ikhtikar)

Penimbun adalah mereka yang memborong komoditas tertentu yang dibutuhkan publik dengan harapan ketika terjadi kekurangan (shortage) harga barang meningkat drastis. Pemegang otoritas diberikan hak untuk memaksa pemilik komoditas untuk menjual barangnya dengan harga yang fair dan pantas.

Menurut Muhammad Ayub, prinsip etika bisnis islam adalah larangan utama yang meliputi riba, gharar, dan perjudian. Kitab suci Al-Qur'an dan Sunnah menunjukkan beberapa norma dan prinsip yang mengatur hak dan kewajiban semua pihak dari kontrak (akad).

Prinsip yang memaparkan keadilan, saling membantu, persetujuan dan kejujuran dari semua pihak dalam sebuah kontrak (akad) yang mencegah penipuan, kesalahan interpretasi dan pernyataan akan fakta, serta negoisasi ketidakadilan.

Bukhari Alma dan Priansa menuturkan bahwa prinsip dasar etika bisnis Islam meliputi :¹⁷

1) Janji

Sebagai seorang muslim selalu diajarkan untuk menepati janji. Janji adalah semacam ikrar, kesanggupan yang telah

¹⁷ Karlinda Fitriani, *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng Di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo*, Skripsi (Ponorogo : IAIN Ponorogo), 4

dinyatakan kepada seseorang dan Allah SWT mengetahui janji tersebut. Dapat dilihat dari hadist Rasulullah Saw., "Dan tepatilah janji, karena sesungguhnya janji itu akan diminta pertanggungjawabannya" (H.R. Baihaqi)

2) Utang Piutang

Utang merupakan kegiatan yang biasa dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Hanya terkadang utang menimbulkan persoalan yang sangat sulit diatasi, sehingga menimbulkan pertengkaran, sampai masuk pengadilan bahkan sering tertawa pembunuhan dalam penagihan utang. Beberapa hadits yang menyangkut utang piutang adalah:

- a) "perkecil lah dosa, niscaya kematian akan menjadi lembut bagimu, perkecilah utang, niscaya kamu akan hidup bebas merdeka" (H.R Baihaqi)
- b) "menunda bunda membayar atau mencicil utang bagi orang yang mampu adalah suatu kezaliman" (H.R. Muttafaq'Alaih)
- c) "Siapa saja orang yang mengambil utang, sedang dia sengaja untuk tidak membayarnya kepada yang memberi pinjaman, niscaya dia akan bertemu dengan Allah SWT. Sebagai pencuri." (H.R. Ibnu Majah dan Baihaqi)

3) Kejujuran dalam jual beli

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا قَرِيبًا

مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ¹⁸

"Dan janganlah kamu makan harta diantara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui." (Q.S. Al-Baqarah:188).

4) Ukuran takaran dan timbangan

Dalam perdagangan, khususnya saat menentukan berat sebuah produk, penentuan takaran dan timbangan sangat menentukan. Islam mengajarkan penentuan takaran dan timbangan merupakan hal yang penting prinsip dalam beretika bisnis.

5) Menjual barang haram dan memabukan

إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ

اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ¹⁹

"Dengan minuman keras dan judi itu, setan hanyalah bermaksud menimbulkan permusuhan dan kebencian diantara kamu dari mengingat Allah dan melaksanakan shalat, maka tidaklah kamu mau berhenti?" (Q.S. al- maidah :91)

¹⁸ Al- Qur'an :2 -188

¹⁹ Al- Qur'an :5 -91

c. Etika yang harus dimiliki pedagang

Dalam jual beli tentu ada aturan serta etika yang harus dimiliki pedagang untuk memajukan usahanya. Sebuah usaha atau bisnis akan berkembang dan maju jika pedagang memiliki etika yang baik dan dapat memberikan pelayanan dengan baik dan ramah kepada konsumen. Namun etika bisnis yang wajib dimiliki oleh pelaku bisnis ialah kejujurannya.

Etika yang harus dimiliki oleh pedagang atau pelaku bisnis, yaitu :

a) Jujur

Seorang pedagang wajib bersikap jujur dalam melakukan usahanya. Jujur dalam arti luar, tidak berbohong tidak menipu tidak mengada ngada dan tidak memberikan sumpah palsu. Dalam Al-Qur'an diharuskan bersikap jujur dalam berdagang diterangkan dalam firman Allah, Surat Asy-Syuaraa ayat 181-183:²⁰

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ

وَزِنُوا بِالْقِسْطِ أَلْمُسْتَقِيمِ

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

b) Ramah dan berkomunikasi

Dalam berdagang tentu saja pedagang harus berusaha menarik perhatian pembeli dengan memberikan pelayanan yang baik

²⁰ Al- Qur'an : -181.183

agar si pembeli berkenan menjadi pelanggan. Maka dari itu tentulah pedagang harus beretika yang baik dalam melayani pembeli, seperti ramah dalam berbicara, tutur kata dan respon yang baik, dapat berkomunikasi secara baik dengan pembeli dan sopan santun. terkadang memang tidak semua pembeli sikapnya menyenangkan, ada beberapa pembeli yang sikapnya kurang menyenangkan, dan membuat pedagang pun memberikan respon dan pelayanan yang kurang baik. akan tetapi, justru seharusnya dalam menyikapi type pembeli seperti itu pedagang harus ramah dalam melayani pembeli seperti itu.

c) Tanggung Jawab (Amanah)

Setiap pedagang harus bertanggung jawab dengan usahanya. Tanggung jawab disini artinya kau dan mampu menjaga amanah masyarakat. Dengan demikian kewajiban dan tanggung jawab para pedagang antara lain: menyediakan barang atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta memberikan kegunaan dan manfaat.

d) tidak mudah emosi

e) menggunakan bahasa yang efektif

d. Indikator

Tabel 1 Indikator Variabel X

No	Variabel	Indikator
1	Etika Bisnis Islam (X)	<ul style="list-style-type: none"> • Ketauhidan

		<ul style="list-style-type: none"> • Kejujuran • Tanggung jawab • Kompetisi
--	--	--

2. Definisi Jual Beli

a. Jual Beli

Kata jual beli terdiri dari dua kata, yaitu jual dan beli. Kata jual dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah 'Al-Bay' yaitu bentuk mashdaf dari ba'a - yabi'u - bay'an yang artinya menjual.²¹ Adapun kata beli dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah Al-Syira yaitu mashdar dari kata syara yang artinya membeli.²² Dalam istilah Fiqh, jual beli disebut dengan al-bay yang berarti menjual, mengganti atau menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.

Jual beli juga diartikan dengan pertukaran harta atau dengan gantinya atau mengambil sesuatu yang digantikan nya itu.²³ Adapun definisi jual beli secara istilah, menurut Taqi al-Din Ibn Abi Bakar ibn Muhammad al-Husayni, adalah pertukaran harta dengan harta yang diterima dengan menggunakan ijab dan qobul dengan cara yang diizinkan oleh syara. Menurut Sayyid Sabiq jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling rela atau memindahkan milik dengan ganti yang dibenarkan. Sedangkan menurut Abu

²¹ H. Idri, Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi), Depok; Kencana, 2017. hlm.155

²² Ibid.,

²³ Ibid., hal 156

Muhammad Mahmud al-Ayni, pada dasarnya jual beli merupakan penukaran barang dengan barang yang dilakukan dengan suka sama suka, sehingga menurut pengertian syara, jual beli adalah tukar menukar barang atau harta secara suka sama suka. Definisi jual beli ini sejalan dengan firman Allah bahwa jual beli harus didasarkan pada keinginan sendiri atas dasar suka sama suka. Sebagaimana firman Allah dalam surah An-Nissa ayat 29,²⁴

رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ تِجَارَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالَكُمْ تَأْكُلُوا
لَا آمَنُوا الَّذِينَ أُيُّهَا يَا

"Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamu secara batil , kecuali bila berlaku dalam perdagangan atas dasar suka sama suka"

Jual beli adalah salah satu cara perpindahan kepemilikan yang dihalalkan oleh Al-Qur'an. al-Qur'an mengatur bisnis (tijaarah) yang didalamnya termasuk jual beli, agar pelaksanaan nya dilakukan atas dasar saling rela.

Jual beli dinyatakan halal sedangkan riba dinyatakan haram. Sebagaimana dalam firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 275:²⁵

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى
فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

²⁴ Al- Qur'an : 4 , 29.

²⁵ Al- Qur'an : 2, 275.

"Orang orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhan nya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambil nya dahulu (sebelum datang larangan) dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali mengambil riba, maka orang itu adalah penghuni neraka, mereka kekal didalamnya"

b. Rukun dan Syarat Jual Beli

Menurut Shalih IBN Ghanim al-Sadlan, rukun jual beli dibagi menjadi tiga yaitu Shighat yang berisi ijab dan qobul, dua pihak yang berakar yaitu penjual dan pembeli dan tempat akad yaitu harga dan barang.²⁶ Dalam menetapkan rukun jual beli, dikalangan para ulama terjadi perbedaan pendapat.

Menurut ulama Hanafiyah, rukun jual beli adalah ijab dan qobul yang menunjukan pertukaran barang secara rida, baik dengan ucapan maupun dengan perbuatan. Namun karena adanya unsur kerelaan berhubungan dengan hati, maka diperlukan sesuatu yang dapat memberikan indikator (qarinah) yang menunjukan

²⁶ Ibid., 172

tersebut dari kedua belah pihak dapat dalam bentuk perkataan (ijab dan qobulk atau dalam bentuk perbuatan, yaitu saling memberi (penyerahan barang dan penerimaan uang)

Disamping rukun, terdapat pula syarat-syarat jual beli yaitu sesuatu yang harus ada pada setiap rukun jual beli. Menurut jumhur ulama syarat syarat yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut: Pertama, syarat syarat orang yang berakar (aqid) yaitu penjual dan pembeli. Baik penjual maupun pembeli diharuskan memenuhi syarat tertentu sehingga aktivitas jual belinya sah secara hukum.²⁷

Syarat syarat itu adalah: (a) berakal (Aqil) dan dapat membedakan (tamyiz), oleh sebab itu jual beli orang gila, orang mabuk dan anak kecil yang tidak dapat membedakan atau mumayyiz tidak sah. (b) orang yang berakar harus cakap dalam bertindak hukum.²⁸

Kedua, syarat syarat barang atau objek jual beli (ma'qud alayh). Barang yang diperjual belikan harus memenuhi syarat syarat berikut:

- a. Barang itu harus ada. Maka tidak sah menjual barang yang tidak ada atau belum ada. Hal ini telah dijelaskan dalam hadis nabi yaitu :

لَا تَبِيعُ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ

²⁷ Ibid., 173

²⁸ Ibid., 173

“Janganlah kamu menjual barang yang tidak kamu miliki.”

(HR. Ahmad 15705, Nasai 4630, Abu Daud 3505, dan dishahihkan Syuaib al-Arnauth).

- b. Benda yang diperjual belikan itu harus miliknya sendiri atau milik orang lain yang diwakilinya. Jika benda yang diperjual belikan tersebut bukan miliknya sendiri, menurut mazhar Syafi'i, Maliki, dan Hambali, jual beli tersebut boleh dan sah dengan syarat harus mendapat izin pemiliknya. Akan tetapi, jika tidak mendapat izin dari pemiliknya, maka jual beli tersebut tidak sah.
- c. Barang tersebut dapat diserahkan saat akad berlangsung satu pada waktu yang telah disepakati bersama, ketika transaksi berlangsung, kemampun untuk menyerahkan barang yang disyaratkan tidak ada kesulitan. Misalnya, memperjual belikan ikan dalam kolam dan ikan tersebut bisa dilihat, dan air kolam itu tidak bertemu dengan air sungai atau air laut, maka hukumnya sah karena tidak ada unsur penipuan.
- d. Barang tersebut bisa diketahui oleh penjual dan pembeli. Mengetahui disini adakalanya waktu akad atau sebelum akad dengan syarat benda tersebut tidak berubah saat akad berlangsung. Menurut Mazhab Hanafi, untuk mengetahui benda yang diperjual belikan bisa dengan jalan isyarah atau menyebutkan sifat dan ciri ciri benda itu sendiri.

- e. Barang tersebut harus ada manfaatnya dan harus suci, maka tidak sah memperjualbelikan barang yang tidak ada manfaatnya dan barang najis. Dalam surah Al-Araf ayat 157 dijelaskan:²⁹

وَيُجِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ

"Dan Allah menghalalkan bagi mereka segala benda yang baik dan mengharamkan kepada mereka segala benda yang buruk"

Ketiga, syarat yang berkaitan dengan ijab dan qobul. agar ijab dan qobul dalam jual beli dapat sahnya dalam berakad, maka harus memenuhi beberapa syarat berikut:

- a) tujuan pernyataan itu jelas, sehingga dapat dipahami dari pernyataan itu jenis akad yang dikehendaki, karena akad akad itu sendiri berbeda dalam sasaran dan hukumnya.
- b) antara ijab dan qobul harus ada kesesuaian, misalnya penjual mengatakan "Saya jual buku ini seharga Rp. 15.000" lalu pembeli menjawab "Saya beli dengan harga Rp. 15.000".
- c) pernyataan ijab dan qobul itu mengacu kepada suatu kehendak masing masing pihak secara pasti tidak ragu ragu.

c. Prinsip Prinsip Jual Beli

Dalam aktivitas jual beli terdapat unsur tolong menolong, dimana pihak penjual mencari rezeki dan mencari keuntungan dari hasil

²⁹ Al- Qur'an : 7 ,157.

penjualan barangnya, sedangkan pembeli terpenuhi kebutuhan hidupnya. Berbagai penjelasan tentang jual beli diatas dimaksudkan agar aktivitas jual beli sesuai dengan prinsip prinsip jual beli dalam Islam, secara garis besar prinsip prinsip itu adalah;

Pertama, prinsip suka sama suka (an taradhin). Prinsip ini menunjukkan bahwa segala bentuk aktivitas perdagangan dan jual beli tidak boleh dilakukan dengan paksaan, penipuan, kecurangan, intimidasi dan praktik praktik lain yang dapat menghilangkan kebebasan, kebenaran, dan kejujuran dalam transaksi ekonomi.

Kedua, takaran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan nilai timbangan dan ukuran yang tepat dan standar benar benar harus diutamakan. Padahal Islam telah meletakkan penekanan penting dari faedah memberikan timbangan dan ukuran yang besar. Hal ini sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Muthaffifin (83) ayat 1-6:³⁰

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُواهُمْ يُخْسِرُونَ ۝

أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ ۝ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ۝ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ ۝

Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (1) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi (2) dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. (3) Tidakkah orang-orang itu yakin

³⁰ Al- Qur'an : 83 ,1-6.

bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan (4) pada suatu hari yang besar, (5) hari manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam? (6)

Ketiga, iktikad baik. Islam tidak hanya menekankan agar memberikan timbangan dan ukuran yang penuh, tapi juga dalam menunjukkan iktikad baik dalam bertransaksi bisnis karena hal ini dianggap sebagai hakikat bisnis.

3. Definisi Keuntungan

a. Keuntungan

Keuntungan (Laba) adalah perbedaan antara penghasilan dan biaya yang dikeluarkan.³¹ Laba adalah kelebihan penghasilan di atas biaya selama satu periode akuntansi.³²

Dalam bukunya Anis Cariri (Hilal, 2009: 17) laba adalah jumlah pendapatan yang diperoleh dalam satu periode. Disisi lain akuntan mendefinisikan laba dari sudut pandang perusahaan sebagai satu kesatuan. Laba akuntansi secara operasional didefinisikan sebagai perbedaan pendapatan yang direalisasikan dan transaksi yang terjadi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tertentu. Data laba sering dilaporkan dalam penerbitan laporan keuangan dan digunakan secara luas oleh pemegang saham

³¹ Rizky Andarways, *Analisis Keuntungan Pedagang Nasi Kuning (Studi Kasus Pedagang Nasi Kuning di Pasar Palaran Kecamatan Palaran Kota Samarinda)*, ejournal Administrasi Bisnis, 2016, 4

³² Ibid.,5

dan penanam modal serta potensial dalam mengevaluasi kemampuan perusahaan.³³

Salah satu tujuan berdagang adalah meraih laba atau keuntungan yang merupakan cerminan pertumbuhan harta. Didalam Islam, laba mempunyai pengertian khusus sebagaimana yang telah dijelaskan oleh para ulama salaf dan Khalaf. Mereka telah menetapkan dasar dasar penghitungan laba serta pembagiannya. Serta menjelaskan kapan laba itu digabung kan kepada modal pokok untuk tujuan penghitungan zakat, juga menetapkan kriteria kriteria yang jelas untuk menentukan kadar nisbah zakat yaitu tentang metode metode akuntansi penghitungan zakat.

Kriteria kriteria Islam secara umum yg dapat memberi pengaruh dalam penentuan batas laba adalah sebagai berikut :³⁴

1. Kelayakan dalam penetapan laba

Islam menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Pernyataan ini menjelaskan bahwa batasan laba ideal (yang pantas dan wajar) dapat dilakukan dengan merendahkan harga. Keadaan ini sering menimbulkan bertambahnya jumlah barang dan meningkatnya peranan uang dan pada gilirannya akan membawa pada pertambahan laba.

³³ Cut Yusriati, *Pengaruh Pinjaman Modal Kerja dan Profesionalitas Sumber Daya Manusia terhadap Laba Usaha Kecil Menengah kota Banda Aceh*, Jurnal Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, Vol I no. I, November, 2014, hlm.3

³⁴ Ayu Arina, *Pengaruh Beban Operasional Pendapatan Operasional dan Rasio Kecukupan Modal Terhadap Pertumbuhan Laba Bersih PT. Bank Muamalat Indonesia*, (Tulungagung : Skripsi IAIN, 2015) hal.15

2. Keseimbangan antara tingkat kesulitan dan laba

Semakin tinggi tingkat kesulitan dan risiko, maka semakin besar pula laba yang diinginkan pedagang. Semakin jauh perjalanan, semakin tinggi risikonya maka semakin tinggi pula tuntutan pedagang terhadap standar labanya.

3. Masa perputaran modal

Peranan modal berpengaruh pada standarisasi laba yang diinginkan oleh pedagang, yaitu dengan semakin panjangnya masa perputaran dan bertambahnya tingkat risiko, maka semakin tinggi pula standar laba yang diinginkan oleh pedagang. Begitu pula dengan semakin berkurangnya tingkat bahaya, pedagang pun akan menurunkan standarisasi labanya.

4. Cara menutupi harga penjualan

Jual beli boleh dengan harga tunai sebagaimana juga boleh dengan harga kredit. Juga boleh dengan tunai sebagian sisanya dibayar secara kredit dengan syarat adanya keridhoan antara keduanya (pedagang dan pembeli).

5. Unsur unsur pendukung

Disamping unsur-unsur yang dapat memberikan pengaruh pada standarisasi laba, seperti unsur unsur yang berbeda dari waktu ke waktu, atau keadaan ekonomi, baik yang marketable maupun yang nonmarketable, bagaimana pun juga unsur-unsur

itu tidak boleh bertentangan dengan kaidah kaidah hukum Islam.

b. Dasar - dasar Pengukuran Laba

Dasar dasar pengukuran laba menurut Islam, antara lain :³⁵

1) Taqlib dan Mukhatarah (Interaksi dan Resiko)

Laba adalah hasil dari perputaran modal melalui transaksi bisnis, seperti menjual dan membeli, atau jenis jenis apapun yang dibolehkan syar'i. Untuk itu, pasti ada kemungkinan bahaya atau resiko yang akan menimpa modal yang nantinya akan menimbulkan pengurangan modal pada suatu putaran dan penambahan pada putaran lain.

2) Muqabalah

Perbandingan antara jumlah hak milik pada akhir periode pembukuan dan hak hak milik pada awal periode yang sama, atau dengan membandingkan nilai barang yang ada pada akhir itu dengan nilai barang yang ada pada awal periode yang sama. Juga bisa, dengan membandingkan pendapatan dengan biaya biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan dengan biaya biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan income (pendapatan)

3) Keutuhan modal pokok

³⁵ Ibid, hlm 18

Laba tidak akan tercapai kecuali setelah seutuhnya modal pokok dari segi kemampuan secara ekonomi sebagai alat penukar barang yang dimiliki sejak awal aktivitas ekonomi.

4) Laba dari produksi

Hakikatnya dengan jual beli dan pendistribusian, yaitu penambahan yang terjadi pada harta selama setahun dari semua aktivitas penjualan dan pembelian, atau memproduksi dan menjual yaitu dengan pergantian barang menjadi uang dan pergantian uang menjadi barang dan seterusnya, maka barang yang belum terjual pada akhir tahun juga mencakup penambahan yang menunjukkan perbedaan antara harga yang pertama dan nilai harga yang sedang berlaku.

5) Penghitungan nilai barang di akhir tahun.

Tujuan penilaian sisa barang yang belum sempat terjual di akhir tahun adalah untuk penghitungan zakat atau untuk menyiapkan neraca neraca keuangan yang didasarkan pada nilai penjualan yang berlaku di akhir tahun itu, serta dilengkapi dengan daftar biaya biaya pembelian dan pendistribusian. Dengan cara ini, tampaklah perbedaan antara harga yang pertama dan nilai yang berlaku yang dapat dianggap sebagai laba abstrak.

c. Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba

Besar-kecil laba yang diperoleh suatu perusahaan atau individu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Mulyadi (2001:513), ada 3 faktor yang mempengaruhi laba, yaitu:

- a) Biaya, yaitu semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengolah suatu produk atau jasa sehingga mempengaruhi harga jual produk tersebut.
- b) Harga Jual, besar-kecilnya harga jual suatu produk akan berpengaruh pada jumlah atau volume penjualan produk tersebut.
- c) Volume Penjualan dan Produksi, besar-kecilnya volume penjualan suatu produk akan mempengaruhi jumlah produksi produk tersebut. Pada saat yang sama, volume produksi juga mempengaruhi besar-kecilnya biaya produksi.

d. Indikator

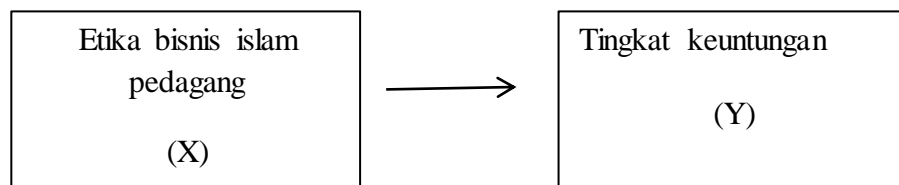
Tabel 4.2 Indikator Variabel Y

No	Variabel	Indikator
1	Keuntungan (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Keuntungan • Tingkat kedatangan pembeli • Penjualan • Lama usaha

B. Kerangka Berfikir

Uma Sekaran dalam bukunya *Business Research* (1992) mengemukakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai masalah yang penting.³⁶ Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenan dua variabel atau lebih. Apabila penelitian hanya membahas sebuah variabel atau lebih secara mandiri, maka yang dilakukan peneliti disamping mengemukakan deskripsi teoritis untuk masing masing variabel juga argumentasi terhadap variasi besaran variabel yang diteliti.³⁷

Gambar 1.1



C. Hasil Penelitian yang Relevan

Berdasarkan hasil eksplorasi terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, meskipun terdapat keterkaitan pembahasan namun masih memiliki perbedaan baik dari segi obyek dan tempat yang dituju, maupun jenis penelitian yang dipilih. Seperti pada penelitian :

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA CV, 2017, hlm. 60

³⁷ Ibid.,

1. Desy Astrid Anindya (2017) yang berjudul "Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua".³⁸ Pada penelitian ini Desy Astrid Anindya, bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap Keuntungan wirausaha di Desa Delitua. Perbedaannya terletak pada objek penelitian dan terfokus pada pedagang yang berwirausaha di Desa. Sedangkan untuk persamaannya, mengacu pada teori etika bisnis islam dan keuntungan.
2. Umi Mursidah (2017) yang berjudul "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Belitung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)".³⁹ Pada penelitian ini Umi Mursidah, bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli yang dilakukan di Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat. Perbedaannya terfokus pada penerapan etika bisnis para pedagang di Pasar Betung. Untuk persamaannya yakni mengacu pada teori Etika Bisnis yang dimiliki oleh pedagang pasar.
3. Fariihah (2017) yang berjudul "Etika dan Perilaku Bisnis Islam Pedagang Pada Kawasan Pasar Palmerah".⁴⁰ Tujuan penelitian Fariihah

³⁸ Desy Astrid Anindya, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua", (Jurnal--Universitas Muhamadiyah Sumatra Utara, 2017

³⁹ Umi Mursidah, *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli dan Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Selincah Kabupaten Lampung Barat)*, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017

⁴⁰ Fariihah, *Etika dan Perilaku Bisnis Islam Pedagang Pada Kawasan Pasar Palmerah*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.

ialah untuk mengetahui Etika dan Perilaku Bisnis Islam terhadap para pedagang di Kawasan Pasar Palmerah. Perbedaannya terletak pada objek penelitian dan terfokus pada Perilaku pedagang di Kawasan Pasar Palmerah. Sedangkan persamaannya, mengacu pada teori Etika Bisnis Islam nya.

4. Faisal Yusuf Saputra (2016) yang berjudul "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha Laundry di Kecamatan Tembalang".⁴¹ Pada penelitian ini Faisal Yusuf Saputra, bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha Laundry di Kecamatan Tembalang. Sedangkan persamaannya yaitu mengacu pada teori etika bisnis Islam dan hubungan tingkat keuntungan dengan etika bisnis Islam.
5. Rahmawati (2011) yang berjudul "Penerapan etika bisnis dalam melakukan transaksi penjualan dipasar tradisional kecamatan Marpoyan Damai di Pekanbaru menurut perspektif etika Ekonomi Islam".⁴² Tujuan penelitian Rahmawati ialah untuk mengetahui bagaimana gambaran yang objektif tentang penerapan etika bisnis dalam melakukan transaksi penjualan di pasar tradisional kecamatan Marpoyan Damai, dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang penerapan etika jual beli dalam melakukan transaksi jual beli dipasar Marpoyan Damai tersebut. Perbedaan pada penelitian Rahmawati

⁴¹ Faisal Yusuf Saputra, *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha Laundry di Kecamatan Tembalang*, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016.

⁴² Rahmawati, *Penerapan etika bisnis dalam melakukan transaksi penjualan dipasar tradisional kecamatan Marpoyan Damai di Pekanbaru menurut perspektif etika Ekonomi Islam*, Skripsi--UIN Syarif Kasim, Riau, 2011

menggunakan metode Kualitatif dan terfokus pada etika bisnisnya saja bukan pada pengaruh etika bisnis tersebut. Sedangkan persamaannya adalah menggunakan acuan teori etika bisnis Islam dan yang dituju ialah etika bisnis yang dimiliki oleh pedagang pasar.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah simpulan teoritis dan sementara dalam penelitian.⁴³ atau biasa dikatakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis yang dianggap paling mungkin atau paling tinggi tingkat kebenarannya.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁴⁴

Berdasarkan dari teori dan konsep yang telah dikemukakan pada rumusan masalah, ladsan teori dan tujuan penelitian, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ho= etika bisnis Islam Pedagang tidak berpengaruh pada tingkat keuntungan

Hi= etika bisnis Islam pedagang berpengaruh terhadap tingkat keuntungan

⁴³ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008, hal.76

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA CV, 2017, hlm. 63

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk angka atau numerik. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti. Analisis kuantitatif juga memungkinkan para peneliti untuk menguji hipotesis atau teori tertentu sehingga berbeda dengan penelitian kualitatif.⁴⁵

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 27 Maret 2020 dan mengambil lokasi di Pasar Anyar Sukatani yang berada di Sukatani dengan alamat Jl. Raya Bendul Km. 11 Kode pos 41167. Alasan peneliti memilih tempat penelitian ini dikarenakan tersedianya kelengkapan data yang diperlukan dalam penelitian ini sehingga sangat mempermudah dan sangat membantu kelancaran dalam melakukan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

⁴⁵ Suryani, Hendriyadi, *Metode Riset Kuantitatif*, Jakarta; Prenamedia Group, 2015, hlm.110

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan perumusan masalah dalam penelitian ini yang ingin mengetahui pengaruh etika bisnis Islam pedagang terhadap tingkat keuntungan di Pasar Anyar Sukatani.

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang pakaian di Pasar Anyar Sukatani. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara random (acak) dengan memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam penelitian ini jumlah populasinya ialah 63 orang.

b. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling (sampel acak) adalah sederhana Probability sampling. Setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih.

Kemudian penentuan responden menggunakan rumus slovin dapat memberikan bobot yang representatif sehingga dapat dilakukan perhitungan secara pasti jumlah besaran sampel untuk populasi tertentu. Hal ini digunakan karena populasi memiliki karakter yang digambarkan.

Total populasi pedagang pakaian sebanyak 63 orang

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, peneliti menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : ukuran sample

N : Jumlah populasi

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sample yang masih dapat ditolelir (10%)

Populasi dalam penelitian ini telah diketahui yaitu sebanyak 63, sehingga jumlah samp dapat ditentukan melalui perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{63}{1 + 63 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{63}{1 + 0,63}$$

$$n = \frac{63}{1,63}$$

n = 38,65 dibulatkan menjadi 38

Dari hasil perhitungan menggunakan rumus slovin ini, diperoleh jumlah sampel sebesar 38 unit sampel. Dengan mempertimbangkan hal tersebut diputuskan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebesar 38 pedagang.

D. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis data

Data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Jenis data dalam penelitian ini adalah : data jumlah pedagang pakaian yang diperoleh dari kantor UPTD Pasar Bendul Sukatani.

b. Sumber data

a) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti.⁴⁶ Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari pedagang pedagang di Pasar Anyar Sukatani yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh langsung melalui kuisioner. Kuisioner yang digunakan menggunakan kuisioner semi terbuka, agar penelitian ini mendapatkan fakta yang sebenarnya.

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data semacam ini sudah dikumpulkan pihak lain dengan tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini secara spesifik.⁴⁷

⁴⁶ Ibid, hal 171

⁴⁷ Ibid, hal 171

Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.⁴⁸ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku panduan, tinjauan pustaka, jurnal, skripsi dan internet.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Studi Lapangan

- a. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab dengan pimpinan Pasar Anyar Sukatani mengenai jumlah para pedagang di Pasar Anyar Sukatani.
- b. Kuisioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya serta untuk memperoleh data penilaian dari responden.⁴⁹

Kuisioner (angket) berbentuk rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pernyataan, kemudian diberikan kepada responden untuk diisi, kuisioner juga dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab responden dengan alternatif jawaban disediakan mulai dari

⁴⁸ Ibid, hal 147

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung; ALFABETA, hal. 142

sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan skor dari 1 sampai 5.

Simbol	Alternatif Jawaban	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

c. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mendapatkan data secara langsung dari gambar, data atau arsip pasar.

2) Studi Pustaka

Mempelajari dan mencari buku yang relevan dengan permasalahan yang ada, yang akan digunakan sebagai landasan teoritis yang digunakan dalam pemecahan masalah.

F. Definisi Operasional

Penelitian ini akan meneliti mengenal apakah ada pengaruh etika bisnis Islam pedagang terhadap tingkat keuntungan. Definisi operasional merupakan penentuan dari abstraksi fenomena fenomena kehidupan nyata yang diamati sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.

1. Variabel Bebas (X)

Etika Bisnis Islam adalah seperangkat aturan moral yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah, bohong dan jujur, yang dimana untuk mengendalikan perilaku manusia dalam menjalankan aktivitas bisnis yakni menjalankan pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan untuk memperoleh keuntungan.

Indikator etika bisnis Islam diukur menggunakan indikator dari teori Muhammad sebagai berikut : Ketauhidan, Keadialan (Keseimbangan), Kehendak Bebas, Tanggung Jawab dan Kebajikan.

Variabel X diukur menggunakan kuisioner (pertanyaan tertutup) dan menggunakan skala likert.

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keuntungan Pedagang. Definisi dari Keuntungan ini yaitu Peningkatan nilai yang timbul karena melakukan perdagangan. Variabel tingkat keuntungan dibuktikan dengan indikator: Keuntungan, Tingkat Kedatangan Pembeli, Penjualan Dan Lamanya Usaha.

G. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga datanya mudah diolah.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrument seperti menggunakan tes dalam mengumpulkan data.

- Kisi-kisi

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Pertanyaan	No Butir Soal
1	Etika Bisnis Islam	Tauhid	Ritual Shalat	walaupun sedang ramai pembeli ritual 5 waktu tetap saya jaga	13
			Syukur	nikmat yang saya peroleh merupakan titipan dari Allah SWT	4
			Do'a	meminta bantuan dukun atau kiai agar barang dagangan laku terjual selain berdo'a kepada Allah SWT	9
		Kejujuran	Kecacatan Barang	dalam berdagang selalu memberikan keterangan ketika ada kecacatan barang yang dijual	16
			Halal dan Haram	selalu memperhatikan kehalalan barang yang diperjualbelikan	20
			Manipulasi	tidak memanipulasi timbangan dan tidak melakukan penipuan	7
		Tanggung Jawab	Kualitas Produk	selalu memberikan kualitas produk terbaik bagi konsumen	2
			Service	jika ada keluhan dari pembeli, setiap keluhan kesah selalu ditanggapi dengan baik	11
			Peduli	menjaga kebersihan dan kesehatan lingkungan disekitar tempat saya berdagang	17
		Kompetisi	Semangat dalam berinovasi	persaingan pelayanan dengan pedagang lain membuat saya lebih bersemangat dalam berjualan	23
			Hasad	saya tidak menjelek-jelekan barang dagangan pedagang lain	21

			Lokasi	tempat berdagang saya mudah dijangkau oleh pembeli	6
2	Tingkat Keuntungan	Keuntungan	Hasil usaha	saya bisa menyisihkan hasil usaha untuk ditabung	10
			Profit	usaha saya telah mencapai real profit	22
			Modal usaha	balik modal usaha saya termasuk cepat	15
		Tingkat kedatangan pembeli	Minat pembeli	Intensitas pengunjung semakin meningkat	3
			Promosi	pembeli bisa berbelanja online ditempat saya melalui media sosial seperti facebook, Instagram atau yang lainnya	19
			Estetika	Tampilan barang dagangan menarik dan higienis	24
		Penjualan	Kondisi Pasar	persaingan sesama pedagang dipasar saat ini masih dalam kondisi wajar	5
			Perubahan pola konsumen	Adaktif dan kreatif dengan pola berbelanja konsumen secara daring	12
			Pendapatan	Profitabilitas peningkatan barang dagangan melonjak	14
		Lama Usaha	Keterampilan	Trendwatching sebagai dasar keterampilan pengambilan keputusan	18
			Strategi pemasaran	Mengaplikasikan strategi pemasaran dengan melihat perilaku konsumen	1
			Pengalaman	Saya belajar dari pengalaman pedagang yang sukses	8

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu data yang diperoleh melalui kuisioner. valid didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklarifikasi kan pada variabel variabel yang telah ditetapkan. Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid.

Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen penelitian, digunakan program SPSS 16. Dan untuk menentukan instrumen valid atau tidak adalah dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ dengan taraf signifikan 0,05 maka instrumen tersebut dinyatakan valid.
- Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ dengan taraf signifikan 0,05 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. suatu kuisioner dinyatakan reliabel atau handal jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Reliabilitas⁵⁰ (keandalan) merupakan ukuran kestabilan dan konsistenden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk- konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variable dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih satu variable.

Namun sebaliknya uji reliabilitas dilakukan pada masing-masing variable pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variable mana yang tidak reliable. Untuk pengujian menggunakan teknik *Alpha Cronbach* berikut rumusnya :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan :

r_{11}	= Koefisien reliabilitas alpha
k	= Jumlah item pertanyaan
$\sum \sigma^2 b$	= Jumlah varian butir
$\sigma^2 t$	= Varians total

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini memenuhi asumsi klasik atau tidak. Jika model regresi telah memenuhi beberapa asumsi klasik, maka akan diperoleh perkiraan yang tidak bias serta efisien. Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linear

⁵⁰ Tim Penyusun, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Manajemen* (Universitas Widyatama), 21.

sederhana terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu diperlukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut:

a) Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah di dalam model regresi linear variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.⁵¹ Uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan kita. Uji normalitas menjadi hal penting salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal).

Selain itu, ujian normalitas dalam penelitian ini juga akan mendasarkan pada nilai Kolmogrov-Smirnov untuk mengurangi keraguan pada analisis grafik diatas dan kriterianya adalah :

- a. dinyatakan normal apabila nilai probabilitas signifikansi $> \alpha$ (0,05);
- b. dinyatakan tidak normal apabila probabilitas signifikansi $< \alpha$ (0,05)

b) Heterokedestisidas

Uji heterokedestisidas menunjukkan bahwa varians variabel sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika varians dari residual

⁵¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang; Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, hlm. 4

satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedasitas. Model regresi yang bim adalah terjadi homokedasitas dalam model, atau dengan perkataan lain tidak terjadi heterokedestisidas.

Uji Heteroskedastisitas seperti halnya uji normalitas adalah cara yang sering digunakan dalam menentukan apakah suatu model terbebas dari masalah heteriskedastisitas atau tidak yaitu hanya melihat scatter plot yang selanjutnya apakah residusi memiliki pola tertentu atau tidak. Cara ini menjadi fatal karena pengambilan keputusan apakah suatu model terbebas dari masalah heteroskedastisitas atau tidak. Hanya berpatokan pada pengamatan gambar saja yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Untuk mengetahui ada tidaknya heterokedestisidas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik Scatter Plot pada output SPSS 16 antara nilai prediksi variabel terikat (Z_{pred}) dengan residualnya (S_{resid}). Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi (bebas) heterokedestisidas dalam data.

c) **Linearitas**

Menurut Prayitno, uji linearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang linear atau tidak secara signifikan variabel

penelitian. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian linearitas pada penelitian ini menggunakan test for linearity pada taraf signifikan 0,05 variabel penelitian dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi (linearitas) kurang dari 0,05.⁵²

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Setelah data terkumpul, kemudian dianalisis dengan metode regresi linear sederhana. Untuk menganalisis data dalam skripsi ini digunakan analisis regresi, untuk mengetahui tingkat signifikan dari pengaruh etika bisnis islam terhadap keuntungan usaha pedagang. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung persamaan garis regresi, yaitu:⁵³

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel bebas

X = Variabel terikat

a,b= Koefisien korelasi

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2 - (\sum X)^2)}$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

⁵² Hilmy Khoirotun Nisa, 2019, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Pedagang Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Legi Citra Niaga Jombang " Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam, Ekonomi Syariah , Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

⁵³ Supranto, *Statistika*, Jakarta : Erlangga, 1998, hlm 218

B adalah koefisien arah regresi linier yang digunakan untuk menyatakan perubahan rata – rata variabel y untuk setiap perubahan variabel x sebesar satu unit. Jika b positif maka terjadi penambahan dan jika b negatif maka terjadi penurunan dalam keuntungan usaha.

4. Uji Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi adalah besarnya kontribusi antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi dilambangkan dengan r^2 . Nilai ini menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel dependent yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linear dengan variabel independent, selain itu (sisanya) diterangkan oleh variabel yang lain.⁵⁴

5. Pengujian Hipotesis

a) Uji T

Untuk menguji hipotesis dalam ini menggunakan alat uji t menggambarkan persamaan regresi untuk mengetahui angka konstan ($\alpha = 0,05$).⁵⁵

Hipotesis:

Jika sig > 0,05, maka Ho diterima

Jika sig < 0,05, maka Ho ditolak

Keputusan:

Jika t hitung < t table, maka Ho diterima

Jika t hitung > t table, maka Ho ditolak

⁵⁴ Adrian sah & Supardi, *Statistik Ekonomi 1* (Bandung : CV Cendikia Press, 2019),

⁵⁵ Jontahan Sarwono, *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)* (Jakarta : PT. ElexMedia Komputerindo, 2012), hlm 190

Uji parsial ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 16 dan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat atau tidak

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Tempat Penelitian

a. Gambaran Umum Perusahaan

Pasar Anyar Sukatani merupakan kawasan perdagangan yang berada ditengah pemukiman masyarakat sekitar. Yang dimana menjadi tempat masyarakat untuk berbelanja memenuhi kebutuhan kesehariannya. Pasar Anyar Sukatani dibangun sejak 6 September 2004, yng dimana terdiri dari 5 blok : Blok A, B, C, D, dan E. Sampai saat ini Pasar Anyar Sukatani masih beroperasi dan sudah mengalami beberapa perkembangan yang signifikan

Dengan luas izin lokasi 12,500 m², luas lahan terbuka 6,022 m² dan jumlah keseluruhan lahan 11,938 m². Fasilitas umum yang ada di Pasar Anyar ini berupa mushola, pos keamanan, warung telephone dan warung internet, area bongkar muat serta area parkir.

b. Profil

Nama	: Pasar Anyar Sukatani
Alamat	: Jl. Raya Bendul Km. 11 Kode pos 41167
Tahun Berdiri	: 6 September 2004
Luas Lahan terbuka	: 6,022 m ²
Jumlah keseluruhan lahan	: 11,938 m ²
Luas Izin lokasi	: 12,500 m ²
Fasilitas Umum	: - Pos Keamanan

- Mushola
- Wartel & Warnet
- Area Bongkar Muat
- Area Parkir

Jumlah kios : 351

Tipe kios : - A : 26 Kios

- B : 134 Kios

- C : 110 Kios

- D : 20 Kios

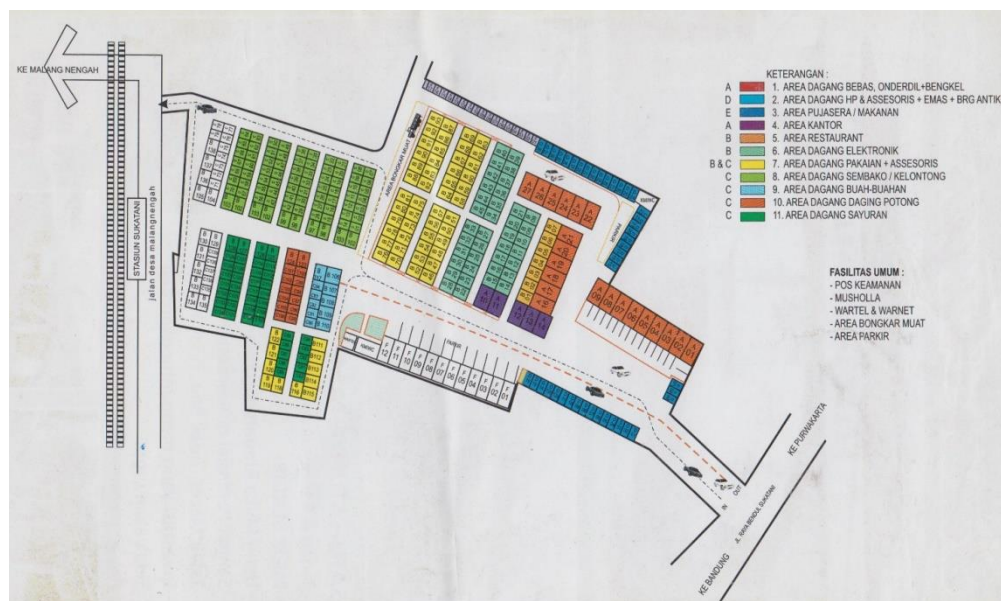
- E : 17 Kios

- Kios Kuliner : 44 Kios

Jenis usaha : Pasar tradisional

Peta Lokasi :

Gambar 1.2



c. Visi dan Misi**- Visi**

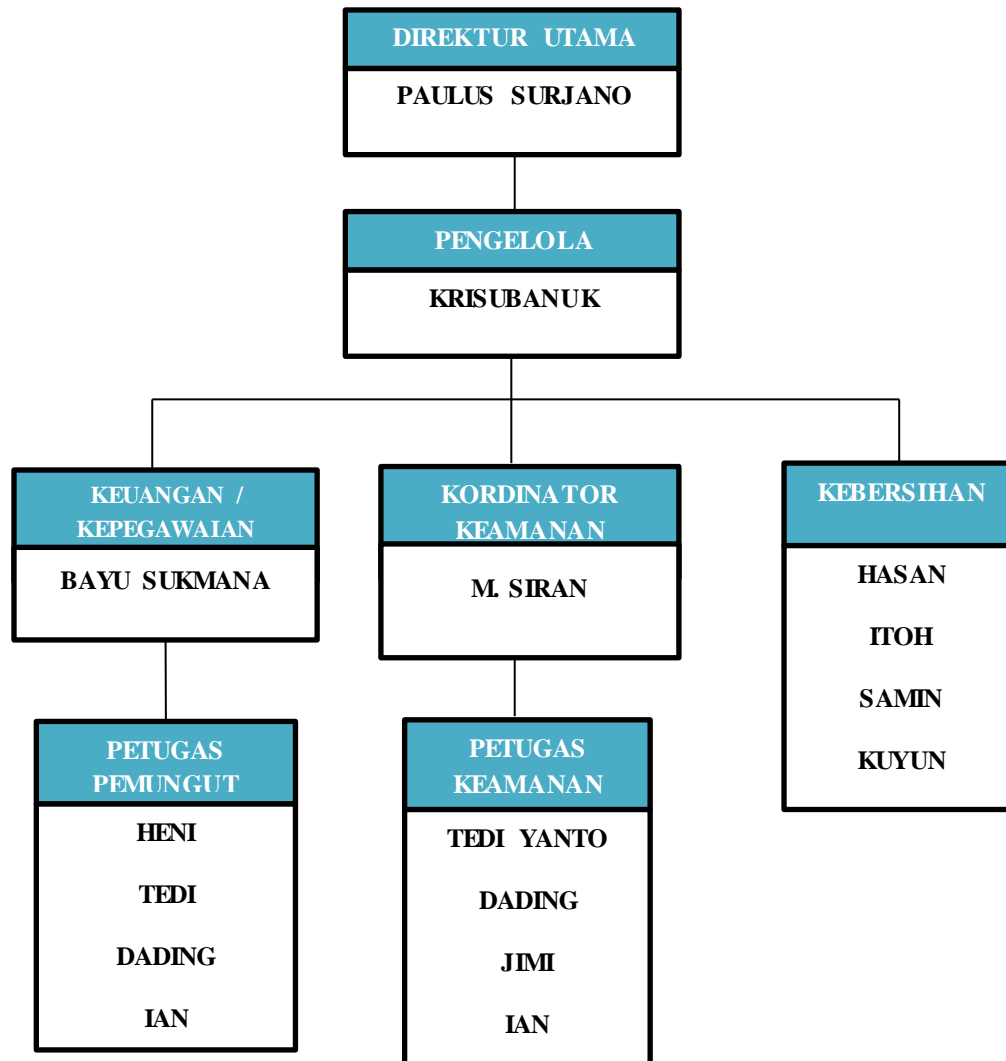
Terwujudnya pasar tradisional yang bersih, sehat, aman, nyaman dan sejahtera

- Misi

- 1) Meningkatkan penghasilan dan kemandirian dibidang ekonomi bagi masyarakat sekitar Desa Sukatani.
- 2) Mewujudkan pasar tradisional yang tertib, bersih, aman dan nyaman.
- 3) Meningkatkan kesejahteraan lahir dan batin masyarakat sekitar Desa Sukatani.

d. Struktur Kepengurusan

Gambar 4.1



B. Deskripsi Variabel Penelitian

1. Deskripsi Data Responden

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian di Pasar Anyar Sukatani, responden dalam penelitian ini adalah Pedagang Pakaian, jumlah

pedagang yang diambil sebagai responden sebanyak 38 orang dengan identitas sebagai berikut :

a. Berdasarkan Usia Responden

Dalam penelitian ini pengelompokan umur responden terbagi menjadi lima kelompok berikut datanya :

Tabel 4.3
Berdasarkan Usia Responden

		Usia Responden			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 27	9	16.1	23.7	23.7
	28 - 37	9	16.1	23.7	47.4
	38 - 47	9	16.1	23.7	71.1
	48 - 57	11	19.6	28.9	100.0
	Total	38	67.9	100.0	
Missing	System	18	32.1		
Total		56	100.0		

Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa mayoritas usia pedagang pakaian yaitu usia 48 – 57 tahunan sejumlah 11 orang (19%) dan yang usia 18 – 27 tahun berjumlah 9 orang (16%), usia 28 – 37 tahun berjumlah 9 orang (16%), dan usia 38 – 47 tahunan berjumlah 9 orang (16%).

b. Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin baik laki-laki ataupun perempuan, untuk mengetahui data tersebut dilihat pada table berikut ini :

Tabel 4.4
Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	17	44.7	44.7	44.7
	Perempuan	21	55.3	55.3	100.0
Total		38	100.0	100.0	

Dari table 4.4 dapat diketahui bahwa Jumlah Pedagang Pakaian di Pasar Anyar Sukatani berjenis kelamin perempuan sebanyak 21 responden (55%), sedangkan jumlah pedagang pakaian di pasar anyar sukatani berjenis kelamin laki-laki sebanyak 17 responden (44%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pedagang pakaian berjenis kelamin perempuan jauh lebih banyak dibandingkan pedagang pakaian berjenis kelamin laki-laki.

c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik Pendidikan Terakhir dari responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.5
Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Pendidikan Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	5	8.9	13.2	13.2
	SMP	7	12.5	18.4	31.6
	SMA	21	37.5	55.3	86.8
	Perguruan Tinggi	5	8.9	13.2	100.0
	Total	38	67.9	100.0	
Missing	System	18	32.1		
Total		56	100.0		

Dari tabel 4.5 diatas dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden kelulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan presentasi 37%. dan beberapa dari responden dengan tingkat presentasi 12% kelulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP) , lulusan Sekolah Dasar (SD) dengan 8% dan untuk responden yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi yakni lulusan Perguruan Tinggi sebesar 8%.

d. Berdasarkan Lama Waktu Usaha

Tabel 4.6
Berdasarkan Lama Waktu Usaha

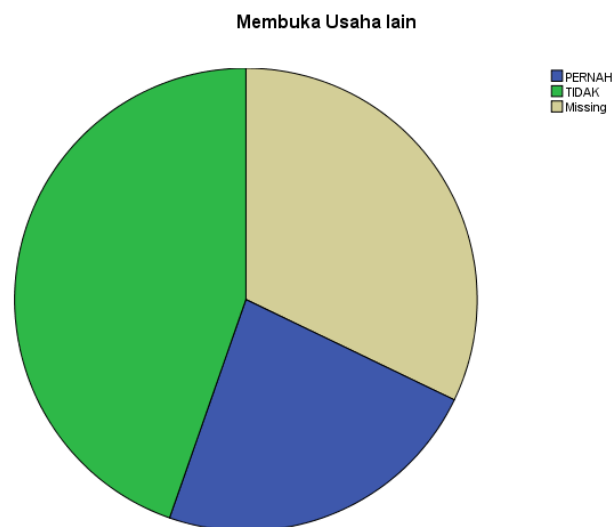
		Lama berdagang			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1	5	8.9	13.2	13.2
	2 - < 4	6	10.7	15.8	28.9
	5 - < 7	8	14.3	21.1	50.0

	8 - < 11	8	14.3	21.1	71.1
	11 >	11	19.6	28.9	100.0
	Total	38	67.9	100.0	
Missing	System	18	32.1		
Total		56	100.0		

Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa mayoritas lama pedagang pakaian yaitu > 11 tahun sejumlah 11 orang (67%) dan yang paling sedikit yaitu <1 tahun sejumlah 5 orang (8,9%).

e. Berdasarkan Pekerjaan Sebelumnya

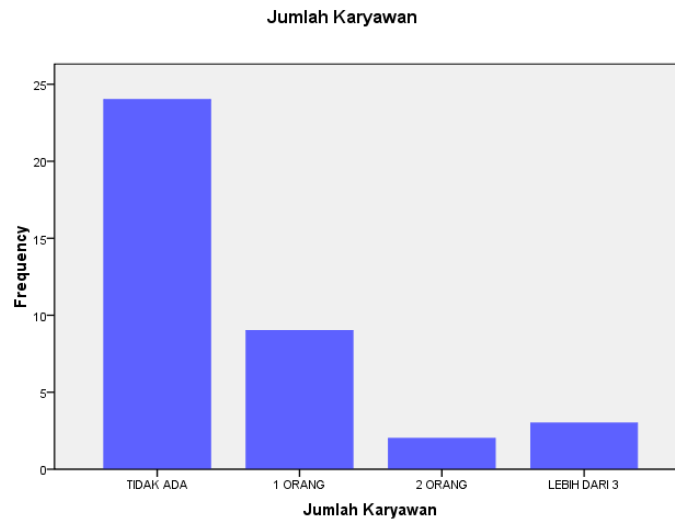
Gambar 4.2
Berdasarkan Pekerjaan Sebelumnya



Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden belum pernah membuka usaha lain selain berdagang pakaian dengan persentasi 44% sedangkan responden yang pernah membuka usaha lain dengan presentasi 23%.

f. Berdasarkan jumlah karyawan

Gambar 4.3
Berdasarkan Jumlah Karyawan



Grafik diatas menunjukkan bahwa responden mayoritas tidak memiliki karyawan dalam menjalankan usahanya, bisa dikatakan bahwa pedagang pakaian itu mengelola usahanya dengan sendiri.

2. Deskripsi Data Variabel

a. Deskripsi variable Etika Bisnis Islam

Tabel 4.7

Deskripsi variable Etika Bisnis Islam

No	Pernyataan	Frekuensi					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
Ketauhidan							
1	walaupun sedang ramai pembeli ritual 5 waktu tetap saya jaga	30	8	0	0	0	38
		78,9%	21,1%	0	0	0	100%
2	nikmat yang saya peroleh merupakan titipan dari Allah SWT	23	15	0	0	0	38
		60,5%	39,5%	0	0	0	100%
3	meminta bantuan dukun atau kiai agar barang dagangan laku terjual selain berdo'a kepada Allah SWT	0	0	19	18	1	38
		0	0	50,0%	47,4%	2,6%	100%
Kejujuran							

4	dalam berdagang selalu memberikan keterangan ketika ada kecacatan barang yang dijual	19	18	1	0	0	38
		50,0%	47,4%	2,6%	0	0	100%
5	selalu memperhatikan kehalalan barang yang diperjualbelikan	22	14	2	0	0	38
		57,9%	36,8%	5,3%	0	0	100%
6	tidak memanipulasi timbangan dan tidak melakukan penipuan	19	19	0	0	0	38
		50,0%	50,0%	0	0	0	100%
Tanggung Jawab							
7	selalu memberikan kualitas produk terbaik bagi konsumen	26	10	2	0	0	38
		68,4%	26,3%	5,3%	0	0	100%
8	jika ada keluhan dari pembeli, setiap keluhan selalu ditanggapi dengan baik	30	8	0	0	0	38
		78,9%	21,1%	0	0	0	100%
9	menjaga kebersihan dan kesehatan lingkungan disekitar tempat saya berdagang	18	20	0	0	0	38
		47,4%	52,6%	0	0	0	100%
Kompetisi							
10	persaingan pelayanan dengan pedagang lain membuat saya lebih bersemangat dalam berjualan	16	22	0	0	0	38
		42,1%	57,9%	0	0	0	100%
11	saya tidak menjelek-jelekan barang dagangan pedagang lain	20	18	0	0	0	38
		52,6%	47,4%	0	0	0	100%
12	tempat berdagang saya mudah dijangkau oleh pembeli	6	17	15	0	0	38
		15,8%	44,7%	39,5%	0	0	100%

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui dari 38 responden yang diteliti hasil dari item-item pertanyaan variable etika bisnis islam secara umum rata-rata memilih sangat setuju, dapat dilihat dari skor yang paling tinggi pernyataan X1 dan X8 dengan presentase 78%.

b. Deskripsi variable Tingkat Keuntungan

Tabel 4.8
Deskripsi variable Tingkat Keuntungan

No	Pernyataan	Frekuensi					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
Keuntungan							
1	saya bisa menyisihkan hasil usaha untuk ditabung	15	17	5	1	0	38
		39,5%	44,7%	13,2%	2,6%	0	100%
2	usaha saya telah mencapai real profit	8	10	17	3	0	38
		21,1%	26,3%	44,7%	7,9%	0	100%
3	balik modal usaha saya termasuk cepat	11	15	12	0	0	38
		28,9%	39,5%	31,6%	0	0	100%
Tingkat kedatangan pembeli							
4	Intensitas pengunjung semakin meningkat	13	12	13	0	0	38
		34,2%	31,6%	34,2%	0	0	100%
5	pembeli bisa berbelanja online ditempat saya melalui media sosial seperti facebook, Instagram atau yang lainnya	5	16	17	0	0	38
		13,2%	42,1%	44,7%	0	0	100%
6	Tampilan barang dagangan menarik dan higienis	24	12	2	0	0	38
		63,2%	31,6%	5,3%	0	0	100%
Penjualan							
7	persaingan sesama pedagang dipasar saat ini masih dalam kondisi wajar	22	14	2	0	0	38
		57,9%	36,8%	5,3%	0	0	100%
8	Adaktif dan kreatif dengan pola berbelanja konsumen secara daring	6	15	14	3	0	38
		15,8%	39,5%	36,8%	7,9%	0	100%
9	Profitabilitas peningkatan barang dagangan melonjak	9	16	13	0	0	38
		23,7%	42,1%	34,2%	0	0	100%
Lama Usaha							
10	Trendwatching sebagai dasar keterampilan pengambilan keputusan	10	15	13	0	0	38
		26,3%	39,5%	34,2%	0	0	100%
11	Mengaplikasikan strategi pemasaran dengan melihat perilaku konsumen	9	23	6	0	0	38
		23,7%	60,5	15,8%	0	0	100%
12	Saya belajar dari pengalaman pedagang yang sukses	5	21	9	3	0	38
		13,2%	55,3%	23,7%	7,9%	0	100%

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui dari 38 responden yang diteliti hasil dari item-item pertanyaan variable tingkat keuntungan secara umum rata-rata memilih setuju, dapat dilihat dari skor yang paling tinggi pernyataan Y6 dengan presentase 63%.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan alat ukur. Suatu instrument dikatakan valid apabila instrument tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Etika Bisnis Islam

Variabel	Item Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Kesimpulan
Etika Bisnis Islam	X1	0,422	0,454	Valid
	X2	0,422	0,447	Valid
	X3	0,422	0,450	Valid
	X4	0,422	0,611	Valid
	X5	0,422	0,574	Valid
	X6	0,422	0,656	Valid
	X7	0,422	0,662	Valid
	X8	0,422	0,454	Valid
	X9	0,422	0,574	Valid
	X10	0,422	0,602	Valid
	X11	0,422	0,656	Valid
	X12	0,422	0,461	Valid

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Tingkat Keuntungan

Variabel	Item Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Kesimpulan
Keuntungan Usaha	Y1	0,422	0,707	Valid
	Y2	0,422	0,515	Valid
	Y3	0,422	0,689	Valid
	Y4	0,422	0,701	Valid
	Y5	0,422	0,567	Valid
	Y6	0,422	0,455	Valid
	Y7	0,422	0,432	Valid
	Y8	0,422	0,515	Valid
	Y9	0,422	0,689	Valid
	Y10	0,422	0,707	Valid
	Y11	0,422	0,738	Valid
	Y2	0,422	0,554	Valid

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran ke stabilan dan konsistensi dari instrument sebagai alat ukur sehingga dapat diketahui kontruk variable mana yang reliable dan tidak reliable. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha, dikatakan reliable apabila nilai $\alpha > 0,60$.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas reliable	Keterangan
Etika Bisnis Islam (X)	0,774	0,6	Reliabel
Keuntungan Usaha (Y)	0,834	0,6	Reliabel

Berdasarkan hasil data tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa Cronbach's Alpha X=0,774, Y=0,834 >0,60 maka dapat disimpulkan bahwa variable X dan Y reliable.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak, dalam metode penelitian ini menggunakan metode uji normalitas metode *Kolmogorov-Smirnov*.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu jika nilai signifikansi >0,05, maka nilai residual dapat dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi <0,05 maka nilai residualnya tidak dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas Variabel X

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Etika Bisnis Islam
N		38
Normal Parameters ^a	Mean	51.97
	Std. Deviation	4.227
Most Extreme Differences	Absolute	.132
	Positive	.128
	Negative	-.132
Kolmogorov-Smirnov Z		.811
Asymp. Sig. (2-tailed)		.526

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan table 4.12 diatas pada kolom Etika Bisnis Islam (X) terdapat Kolmogorov-Smirnov = 0,811 dengan probabilitas 0,526 (Asymp. Sig. (2-tailed)) lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan data X berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas Variabel Y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Tingkat Keuntungan
N		38
Normal Parameters ^a	Mean	47.84
	Std. Deviation	5.315
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.089
	Negative	-.131
Kolmogorov-Smirnov Z		.810
Asymp. Sig. (2-tailed)		.529

a. Test distribution is Normal.

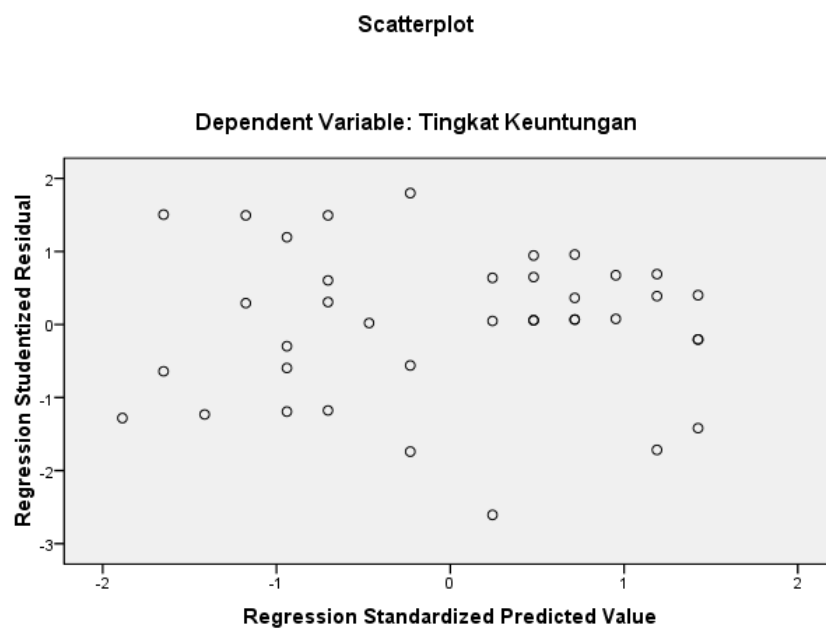
Berdasarkan table 4.13 diatas pada kolom Tingkat Keuntungan (Y) terdapat Kolmogorov-Smirnov = 0,810 dengan probabilitas 0,529 (Asymp. Sig. (2-tailed)) lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan data Y berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Dimana, salah satu persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala

heteroskedastisitas. Sementara itu, terjadinya gejala atau masalah heteriskedastitas akan berakibat pada sebuah keraguan (ketidakakuratan) pada suatu hasil analisis regresi yang dilakukan

Gambar 4.4
Hasil Grafik Scatterplot



Untuk mendeteksi uji heteroskedastisitas dengan grafik Scatterplot yaitu jika terdapat pola tertentu pada Grafik Scatterplot SPSS, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur bergelombang, menyebar kemudian menyempit maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan output SPSS 16 diatas, diketahui bahwa titik-titik menyebar tidak menyempit dan tidak membentuk gelombang. Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Linearitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Tingkat Keuntungan * Etika Bisnis Islam	Between Groups	(Combined) Linearity	720.719	13	55.440	4.102	.001
		Deviation from Linearity	619.386	1	619.386	45.833	.000
			101.333	12	8.444	.625	.801
	Within Groups		324.333	24	13.514		
	Total		1045.053	37			

Berdasarkan tabel diketahui bahwa pada Anova Tabel diketahui nilai Sig. Deviation from linearity sebesar $0,801 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara etika bisnis islam dengan tingkat keuntungan.

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	619.386	1	619.386	52.383	.000 ^a
	Residual	425.667	36	11.824		
	Total	1045.053	37			

a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis Islam

b. Dependent Variable: Tingkat Keuntungan

Berdasarkan output SPSS 16 diatas diketahui bahwa pada tabel ANOVA dibagian F dan Sig. menghasilkan nilai F = 52,383 dengan nilai sig. = 0,000. Karena nilai signifikans nya $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel x etika bisnis islam dengan variabel y tingkat keuntungan.

6. Pengujian Hipotesis

a) Uji t (Parsial)

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji variable independen secara parsial terhadap variable dependen. Dasar pengambilan keputusan uji t :

- 1) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ table}$ Ho ditolak H1 diterima maka terdapat pengaruh variable bebas terhadap varibel terikat.
- 2) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ table}$ Ho diterima dan H1 ditolak maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variable bebas terhadap variable terikat.

$$\begin{aligned}
 \text{Penghitungan } t \text{ table} &= t(\alpha / 2; n-k-1) \\
 &= t(0,05; 38-1-1) \\
 &= t(0,025; 36) \\
 &= 6,813
 \end{aligned}$$

Tabel 4.15
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.470	6.974		-.354	.725
	Etika Bisnis Islam	.968	.134	.770	7.238	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Keuntungan

Berdasarkan tabel 4.15 diatas diketahui bahwa Etika bisnis Islam berpengaruh terhadap tingkat keuntungan. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi (Sig.) untuk Pengaruh etika bisnis islam terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,238 > t$ tabel $6,831$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X yakni Etika Bisnis Islam terhadap Y yakni Tingkat Keuntungan Usaha Pedagang Pakaian.

b) Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.15
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.593	.581	3.439

a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis Islam

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui nilai R Square sebesar 0,581, jadi kontribusi dari variabel bebas etika bisnis islam terhadap variabel terikat tingkat keuntungan dalam regresi linear sederhana sebesar 59,3% sedangkan sisanya 40,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Analisis Data (Pembahasan)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) diperoleh variabel Etika Bisnis Islam nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,238 > t$ tabel $6,813$ yang artinya apabila etika bisnis berpengaruh positif maka tingkat keuntungan usaha pedagang akan semakin meningkat. Dalam hasil uji parsial ini dapat disimpulkan bahwa variabel Etika bisnis berpengaruh signifikan terhadap tingkat keuntungan usaha pedagang dengan pernyataan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Sementara berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diketahui nilai R Square sebesar 0,593, jadi kontribusi dari variabel bebas etika bisnis islam terhadap variabel terikat tingkat keuntungan dalam

regresi linear sederhana sebesar 59,3% sedangkan sisanya 40,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 38 responden para pedagang adanya bukti untuk menolak H_0 bahwa etika bisnis islam berpengaruh negatif terhadap tingkat keuntungan usaha pedagang. Dan menerima H_1 bahwa etika bisnis islam berpengaruh positif terhadap tingkat keuntungan usaha pedagang pakaian di Pasar Anyar Sukatani.

Dalam setiap transaksi jual beli pedagang dan pembeli di Pasar Anyar Sukatani tidak menerapkan sistem bunga. Mayoritas pedagang hanya melakukan transaksi secara tunai, sehingga kecil kemungkinan risiko yang didapat dalam transaksi jual beli. Serta seorang pedagang hendaknya menawarkan barangnya dengan harga wajar, tidak mengambil keuntungan lebih besar dari yang semestinya agar tidak ada salah satu pihak yang merasa dirugikan.

Selain itu pedagang harus memperhatikan sikap dihadapan para pembeli agar dapat terhindar dari timbulnya kemungkinan rasa kecewa para pembeli dalam bertransaksi. Adapun sikap yang harus dimiliki oleh pedagang yang baik dalam melayani pembeli antara lain; ramah, jujur, berpenampilan rapih, sopan, bertanggung jawab, pandi bergaul, pandai berbicara, serta mengetahui cara cara berjualan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa hipotesis yang diangkat atas dasar teori-teori yang digunakan, disebutkan

bahwa variabel etika bisnis islam mempunyai pengaruh positif terhadap variabel tingkat keuntungan. Dalam melakukan transaksi jual beli dipasar pedagang dapat menerapkan etika bisnis islam yang baik, dengan demikian dapat mendorong pembeli/ konsumen untuk membeli di tempat tersebut apabila pedagang tersebut memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan etika bisnis islam, sehingga akan meningkatkan keuntungan pedagang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari hasil penelitian etika bisnis islam para pedagang di Pasar Anyar Sukatani terbukti berpengaruh terhadap tingkat keuntungan usaha, karena etika / pelayanan terhadap pembeli merupakan hal terpenting dalam berdagang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap pedagang pakaian dipasar anyar sukutani di pasar anyar sukutani mengenai pengaruh etika bisnis Islam terhadap tingkat keuntungan usaha pedagang pakaian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana diperoleh nilai f hitung lebih besar dari f tabel yakni 52,383 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel x etika bisnis islam dengan variabel y tingkat keuntungan.
2. Etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan usaha para pedagang, hal ini terlihat dari hasil uji t hitung sebesar 7,238 sedangkan nilai t table adalah 6,813 yang lebih kecil dibandingkan t hitung nya. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel etika bisnis islam (X) terhadap variabel Tingkat keuntungan usaha (Y) dengan demikian hipotesis 0 yang diajukan ditolak dan menerima $H1$. jadi dikatakan bahwa ada pengaruh etika bisnis islam.
3. Dalam penelitian ini variabel etika bisnis islam memberikan kontribusi sebesar 59,3% terhadap keuntungan usaha dan sisanya 40,7%

dipengaruhi oleh faktor lain. Ini menunjukkan bahwa etika bisnis islam memberikan pengaruh terhadap tingkat keuntungan usaha.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, maka saran saran yang dapat diberikan adalah :

1. Bagi Pasar Anyar Sukatani

Disarankan pada pihak pasar agar lebih meningkatkan pelayanan dengan cara menghimbau kepada para pedagang untuk menciptakan kondisi pasar yang kondusif dan tenang. Serta memperhatikan pelayanan kepada pembeli, bertransaksi jual beli dengan jujur serta menerapkan etika bisnis islamnya.

2. Bagi Pedagang Pakaian

Bagi pedagang pakaian di Pasar Anyar Sukatani diharapkan mampu menciptakan suasana pasar yang produktif dan memberikan pelayanan yang baik dan ramah pada semua pembeli. Menjual barang dengan jujur tanpa menutupi jika ada kecacatan pada barang, agar rezeki yang diperoleh mengandung keberkahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010, hlm.2
- Fitri Amallia, *Implementasi Etika Bisnis Islam pada pedagang di Bazar Madinah Depok*; Jakarta; UIN Syarif Hidayatullah, t.t.), h1m.2
- Mukhtar Samad, *Etika Bisnis Syariah, Berbisnis Sesuai Dengan Moral Islam* (Yogyakarta: Sunrise, 2016), hlm.7
- Muhammad, *Aspek Hukum dalam Muamalat* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h.93
- Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Kairo : Mesir, Maktabah Wahbah, 1995 M), h.35
- Budi Untung. *Hukum dan Etika Bisnis* (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta 2012). Hal. 78
- Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisal Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h.28
- Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hal.4
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta; Penebar Plus, hlm.13

- Irnasari, *Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha* (Studi Pada Pasar Butung Makasar), Skripsi (Makasar : Uin Alauddin, 2017), 32
- Fitri Faa'izah, *Pengaruh Penerapan Konsep Spiritual Management Terhadap Kinerja Karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya* , Skripsi (Pelangka Raya : STAIN Palangka Raya), 2
- Karlinda Fitriani, *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng Di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo*, Skripsi (Ponorogo : IAIN Ponorogo), 4
- H. Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi)*, Depok; Kencana, 2017. hlm.155
- Rizky Andarways, *Analisis Keuntungan Pedagang Nasi Kuning (Studi Kasus Pedagang Nasi Kuning di Pasar Palaran Kecamatan Palaran Kota Samarinda)*, ejournal Administrasi Bisnis, 2016, 4
- Cut Yusriati, *Pengaruh Pinjaman Modal Kerja dan Profesionalitas Sumber Daya Manusia terhadap Laba Usaha Kecil Menengah kota Banda Aceh*, Jurnal Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, Vol I no. I, November, 2014, hlm.3
- Ayu Arina, *Pengaruh Beban Operasional Pendapatan Operasional dan Rasio Kecukupan Modal Terhadap Pertumbuhan Laba Bersih PT. Bank Muamalat Indonesia*, (Tulungagung : Skripsi IAIN, 2015) hal.15
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA CV, 2017, hlm. 60

- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008, hal.76
- Suryani, Hendriyadi, *Metode Riset Kuantitatif*, Jakarta; Prenamedia Group, 2015, hlm.110
- Tim Penyusun, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Manajemen* (Universitas Widiatama), 21
- Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang; Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, hlm. 4
- Hilmy Khoirotn Nisa, 2019, "*Pengaruh Etika Bisnis Islam Pedagang Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Legi Citra Niaga Jombang* " SkripsiEkonomi dan Bisnis Islam, Ekonomi Syariah , Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Supranto, *Statistika*, Jakarta : Erlangga, 1998, hlm 218

LAMPIRAN – LAMPIRAN





DATA PERSONAL RESPONDEN

Nama :

Usia :

Agama :

Jenis Kelamin *) : Laki – Laki Perempuan

Pendidikan Terakhir *) : SD SMA/SLTA
 SMP/SLTP Perguruan Tinggi

Usia usaha yang anda tekuni *) : < 1 th 2 - < 4 th
 5 - < 7th 8 - < 11 th
 ≥11 th

Pernah membuka usaha lain sebelum usaha ini *) : Pernah
 Tidak Pernah

Jumlah karyawan yang anda miliki *) : Tidak Ada 2 orang
 1 orang ≥3 orang

*) pilih salah satu dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang dipilih.

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda (√) pada jawaban yang anda pilih dilembar jawaban yang telah disediakan. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan perasaan, pendapat, dan keadaan Bapak/Ibu/Sdr/i yang sebenarnya. Berikut ini adalah keterangan opsi jawaban :

- SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Mengaplikasikan strategi pemasaran dengan melihat perilaku konsumen					
2	selalu memberikan kualitas produk terbaik bagi konsumen					
3	Intensitas pengunjung semakin meningkat					
4	nikmat yang saya peroleh merupakan titipan dari Allah SWT					
5	persaingan sesama pedagang dipasar saat ini masih dalam kondisi wajar					
6	tempat berdagang saya mudah dijangkau oleh pembeli					
7	tidak memanipulasi timbangan dan tidak melakukan penipuan					
8	Saya belajar dari pengalaman pedagang yang sukses					
9	meminta bantuan dukun atau kiai agar barang dagangan laku terjual selain berdo'a kepada Allah SWT					
10	saya bisa menyisihkan hasil usaha untuk ditabung					
11	jika ada keluhan dari pembeli, setiap keluhan kesah selalu ditanggapi dengan baik					
12	Adaktif dan kreatif dengan pola berbelanja konsumen secara daring					

13	walaupun sedang ramai pembeli ritual 5 waktu tetap saya jaga					
14	Profitabilitas peningkatan barang dagangan melonjak					
15	balik modal usaha saya termasuk cepat					
16	dalam berdagang selalu memberikan keterangan ketika ada kecacatan barang yang dijual					
17	menjaga kebersihan dan kesehatan lingkungan disekitar tempat saya berdagang					
18	Trendwatching sebagai dasar keterampilan pengambilan keputusan					
19	pembeli bisa berbelanja online ditempat saya melalui media sosial seperti facebook, Instagram atau yang lainnya					
20	selalu memperhatikan kehalalan barang yang diperjualbelikan					
21	saya tidak menjelek-jelekan barang dagangan pedagang lain					
22	usaha saya telah mencapai real profit					
23	persaingan pelayanan dengan pedagang lain membuat saya lebih bersemangat dalam berjualan					
24	Tampilan barang dagangan menarik dan higienis					

Distribusi Jawaban Variabel Etika Bisnis Islam

Frequency Table

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	8	21.1	21.1	21.1
	SS	30	78.9	78.9	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	15	39.5	39.5	39.5
	SS	23	60.5	60.5	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	2.6	2.6	2.6
	TS	18	47.4	47.4	50.0
	KS	19	50.0	50.0	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	2.6	2.6	2.6
	S	18	47.4	47.4	50.0
	SS	19	50.0	50.0	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	5.3	5.3	5.3
	S	14	36.8	36.8	42.1
	SS	22	57.9	57.9	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

X6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	19	50.0	50.0	50.0
	SS	19	50.0	50.0	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	5.3	5.3	5.3
	S	10	26.3	26.3	31.6
	SS	26	68.4	68.4	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

X8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	8	21.1	21.1	21.1
	SS	30	78.9	78.9	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	20	52.6	52.6	52.6

SS	18	47.4	47.4	100.0
Total	38	100.0	100.0	

X10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	22	57.9	57.9	57.9
SS	16	42.1	42.1	100.0
Total	38	100.0	100.0	

X11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	18	47.4	47.4	47.4
SS	20	52.6	52.6	100.0
Total	38	100.0	100.0	

X12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid KS	15	39.5	39.5	39.5
S	17	44.7	44.7	84.2
SS	6	15.8	15.8	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Distribusi Jawaban Variabel Tingkat Keuntungan

Frequency Table

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	2.6	2.6	2.6
	KS	5	13.2	13.2	15.8
	S	17	44.7	44.7	60.5
	SS	15	39.5	39.5	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	7.9	7.9	7.9
	KS	17	44.7	44.7	52.6
	S	10	26.3	26.3	78.9
	SS	8	21.1	21.1	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	12	31.6	31.6	31.6
	S	15	39.5	39.5	71.1
	SS	11	28.9	28.9	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	13	34.2	34.2	34.2
	S	12	31.6	31.6	65.8

SS	13	34.2	34.2	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid KS	17	44.7	44.7	44.7
S	16	42.1	42.1	86.8
SS	5	13.2	13.2	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid KS	2	5.3	5.3	5.3
S	12	31.6	31.6	36.8
SS	24	63.2	63.2	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid KS	2	5.3	5.3	5.3
S	14	36.8	36.8	42.1
SS	22	57.9	57.9	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Y8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	7.9	7.9	7.9
KS	14	36.8	36.8	44.7
S	15	39.5	39.5	84.2
SS	6	15.8	15.8	100.0

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	7.9	7.9	7.9
	KS	14	36.8	36.8	44.7
	S	15	39.5	39.5	84.2
	SS	6	15.8	15.8	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	13	34.2	34.2	34.2
	S	16	42.1	42.1	76.3
	SS	9	23.7	23.7	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

Y10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	13	34.2	34.2	34.2
	S	15	39.5	39.5	73.7
	SS	10	26.3	26.3	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

Y11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	6	15.8	15.8	15.8
	S	23	60.5	60.5	76.3
	SS	9	23.7	23.7	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

Y12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	7.9	7.9	7.9
	KS	9	23.7	23.7	31.6
	S	21	55.3	55.3	86.8
	SS	5	13.2	13.2	100.0
	Total	38	100.0	100.0	

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189

36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748

73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Table of F-statistics P = 0.05

df2 \ df1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1:
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.7
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.8
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.6
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.9
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.5
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.2
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.0
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.8
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.7
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.6
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.5
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.5
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.4
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.4
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.3
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.3
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.2
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.2
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.2
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.1
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.1
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.0
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.0
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.08	2.04	2.0
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.9
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.9
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.9
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.8
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.8
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.8
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.8
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.7
500	3.86	3.01	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90	1.85	1.81	1.77	1.7
1000	3.85	3.00	2.61	2.38	2.22	2.11	2.02	1.95	1.89	1.84	1.80	1.76	1.7
>1000	1.04	3.00	2.61	2.37	2.21	2.10	2.01	1.94	1.88	1.83	1.79	1.75	1.7
df2 / df1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1:

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688



SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) DR. KHEZ. MUTTAQIEN PURWAKARTA

Status Terakreditasi BAN-PT, Depdiknas RI

Program Studi : Pendidikan Agama Islam - Ahwal Al-Syakhsiyah - Ekonomi Syari'ah -
Komunikasi & Penyiaran Islam - Pendidikan Bahasa Arab - Pendidikan Islam Anak Usia Dini

Jl. Baru Marancang No. 35 Purwakarta Telp./Fax. (0264) 200092

e-mail : staimuttaqien@yahoo.co.id website : www.staimuttaqien.ac.id

SURAT KEPUTUSAN KETUA SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) DR. KHEZ. MUTTAQIEN PURWAKARTA

Nomor : 1061/A.1/J.I/STAI/IV/2020

Tentang :

PENGANGKATAN PEMBIMBING PENYUSUNAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim.

Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta :

- Membaca : Pengajuan usulan penyusunan skripsi dari Wakil Ketua I Bidang Akademik atas nama Sdr/i **Devirda Haerinisa** NIM. **0103.1601.017** sebagai syarat untuk penyelesaian ujian pada Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta program strata satu (S1).
- Menimbang : 1. Bahwa setiap mahasiswa memerlukan bimbingan dan penyusunan skripsi dan untuk itu dipandang perlu mengangkat pembimbing untuk menyelesaikan tugas penelitian dan penulisannya;
2. Bahwa saudara yang namanya tercantum di bawah ini dianggap cukup memenuhi syarat untuk diangkat sebagai pembimbing penyusunan skripsi serta perlu diatur oleh Surat Keputusan.
- Mengingat : 1. Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003;
2. Peraturan Pemerintah No. 60 Tahun 1999 tentang Perguruan Tinggi;
3. Statuta STAI;
4. SK Ketua No. 01/A.1/J.I/STAI/VI/2016 tentang Pedoman Akademik.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Terhitung mulai tanggal 13 April 2020 sampai dengan tanggal 13 Oktober 2020 mengangkat :

1. Arief Mulyawan Thoriq, M.E.Sy

2. Adriansyah, M.Pd.

Sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi mahasiswa STAI DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta.

Nama : **Devirda Haerinisa**

NIM : 0103.1601.017

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : *"Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli terhadap Tingkat Keuntungan Pedagang"*

- Dengan Ketentuan : 1. Judul dapat dikembangkan sesuai dengan perkembangan interaksi mahasiswa dengan pembimbing;
2. Pembimbing memberikan laporan kemajuan kepada Ketua STAI maksimal 3 (tiga) bulan setelah dikeluar Surat Keputusan ini;
3. Kepada pembimbing diberikan honorarium menurut ketentuan yang berlaku;
4. Surat keputusan ini berlaku 6 (enam) bulan sejak tanggal dikeluarkan dan dapat diperbaharui lagi manakala diperlukan;
5. Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penerapan ini;
6. Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan diindahkan.

Dikeluarkan di : Purwakarta

Pada tanggal : 10 April 2020

Ketua STAI,

Dr. Imam Tabroni, M.Pd.I.

NIDN. 2112078501

Tembusan disampaikan kepada :

1. Dosen pembimbing.
2. Mahasiswa Ybs.
3. Arsip



SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI)

DR. KHEZ. MUTTAQIEN PURWAKARTA

Status Terakreditasi BAN-PT, Depdiknas RI

Program Studi : Pendidikan Agama Islam - Alwal Al-Syakhshiyah - Ekonomi Syari'ah - Komunikasi & Penyiaran Islam - Pendidikan Bahasa Arab - Pendidikan Islam Anak Usia Dini

Jl. Banu Marzang No. 35 Purwakarta Telp./Fax. (0264) 200092

e-mail : staimuttaqien@arifino.com.id Website : www.staimuttaqien.ac.id

Nomor : 759/A.5/J.1/STAI/1/2020
Lampiran :-
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pengelola Pasar Anyar
Di-
Tempat

Bismillahirrahmanirrahim,

Teriring salam dan do'a semoga segala aktivitas kita senantiasa mendapat ridha Allah SWT. Amien.

Salah satu syarat dalam penyusunan skripsi perlu dilakukan penelitian lapangan. Sehubungan dengan hal ini, maka kami menyampaikan permohonan kepada Bapak/Ibu memberikan Izin untuk melakukan penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa kami:

Nama : **Devirda Hoerinisia**
NIM : **0103.1601.017**
Program Studi : **Ekonomi Syariah**
Judul : **"Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Tingkat Penjualan."**

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami haturkan terima kasih.

Purwakarta, 31 Januari 2020

Ketua STAI,



Dr. Imam Tabroni, M.Pd.I.
NIDN. 2112078501

Tembusan:
1. Arsip

PASAR ANYAR SUKATANI

Jl. Raya Bendul Sukatani Km. 11 Kode Pos 41167

PURWAKARTA

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama lengkap : Bayu Sukmana
Jabatan : Manager Keuangan

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa nama dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Devirda Haerinisa
NIM : 0103.1601.017
Program Studi : Ekonomi Syariah
Instansi : Sekolah tinggi agama Islam (STAI) DR. Khez Muttaqien Purwakarta

Mahasiswa tersebut benar benar telah melaksanakan penelitian skripsi tentang "Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam transaksi jual beli terhadap Tingkat Keuntungan Pedagang (Studi Kasus di Pasar Anyar Sukatani"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Purwakarta, 28 Juli 2020


KATUMA
BAYU SUKMANACE
Manager Keuangan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Devirda Haerinisa
2. Tempat & Tanggal Lahir : Purwakarta, 14 Pebruari 1998
3. Alamat Rumah : Jl. Raya Cilalawi, RT 06/02 Ds.
Cianting Utara Kec.Sukatani Kab.
Purwakarta 41167
4. No. HP : (+)6283805739408
5. Email : deadevirda14@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SDN 1 Cianting Utara Lulus Tahun 2010
 - b. SMPN 1 Sukatani Lulus Tahun 2013
 - c. SMAN 1 Sukatani Lulus Tahun 2016

C. Prestasi Akademik

D. Nama Orang Tua

- Ayah : Dede Junaedi
- Ibu : Uningsih
- Alamat : Jl. Raya Cilalawi, RT 06/02 Ds.Cianting Utara
Kec.Sukatani Kab. Purwakarta 41167
- Pekerjaan Ayah : Wirausaha
- Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga