

SKRIPSI

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP LABA USAHA
PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL PANTAI
(STUDI KASUS PASAR TRADISIONAL PANTAI DESA PANTAI
KECAMATAN KUANTAN MUDIK)**

Disusun Dan Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi



Oleh :

ASTI ENGLA JULPANI

NPM. 180314003

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI

TELUK KUANTAN

202

LEMBAR PERSETUJUAN

UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP LABA USAHA
PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL PANTAI**

Disusun dan diajukan oleh:

Asti Engla Julpani

NPM: 180314003

Telah diperiksa dan Disetujui oleh Komisi Pembimbing
untuk Diujikan di Hadapan Dewan Sidang Ujian Skripsi
Teluk Kuantan, Juli 2022

PEMBIMBING I



Meri Yuliani, S.E. Sy ME.,Sy

NIDN. 1004079103

PEMBIMBING II



Redian Mulyadita S.E., M.Ak

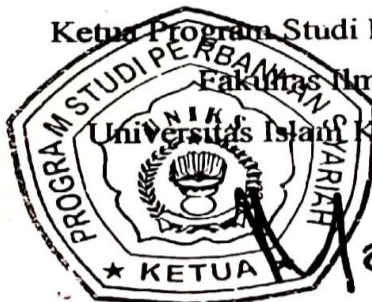
NIDN. 1011089301

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Islam Kuantan Singingi



Meri Yuliani, S.E.Sy., ME.Sy

NIDN. 1004079103

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP LABA USAHA
PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL PANTAI

Disusun dan Diajukan oleh:

Asti Engla Julpani

NPM.180314003

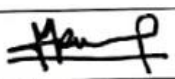
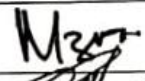
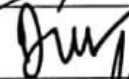
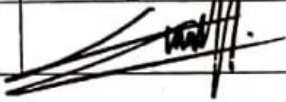
Telah dipertahankan dalam Ujian Skripsi

Pada tanggal, 8 Agustus 2022

Dan dinyatakan memenuhi syarat

Menyetujui,

Dewan Sidang Ujian Skripsi

No	Nama Dosen	Jabatan	Tanda Tangan
1	H. Fitrianto, S.Ag.,M.Sh	Ketua Dewan Sidang	
2	Meri Yuliani, S.E. Sy ME.,Sy	Pembimbing 1	
3	Redian Mulyadita S.E., M. Ak	Pembimbing 2/ sekretaris	
4	Dian Meliza S.HI., MA	Anggota 3	
5	Alek Saputra S.Sy.,M.E	Anggota 4	

Mengetahui,

Dekan
 Fakultas Ilmu Sosial

Rika Ramadhanti, SIP.,M.SI
 NIDN. 1030068402
 DEKAN

Ketua
 Program Studi Perbankan Syariah

Meri Yuliani S.E Sy ME.,Sy
 NIDN. 1004079103

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Asti Engla Julpani

NPM : 180314003

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ilmu Sosial

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP LABA USAHA PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL PANTAI

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Teluk Kuantan, Juli 2022

Yang Memberi Pernyataan



Asti Engla Julpani

NPM. 180314003

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah swt. karena atas petunjuk dan pertolonganNya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Laba Usaha Pedagang di Pasar Tradisional Pantai Desa Pantai Kecamatan Kuantan Mudik”, untuk diajukan guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Sarjana (S1) Universitas Islam Kuantan Singingi.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan Kedua orang tua yang tercinta Ayahanda Haridon dan Ibunda juminarni semoga jerih payah mereka yang telah mengasuh, membimbing serta tiada henti-hentinya memanjatkan doa ke hadirat Ilahi untuk memohon kesuksesan bagi anak-anaknya. Sepatutnya pula ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada berbagai pihak yang turut memberikan andil, baik secara langsung maupun tidak, moral maupun material. Untuk maksud tersebut, maka pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Nopriadi, S.KM., M.Kes selaku Rektor Univesitas Islam Kuantan Singingi
2. Ibu Rika Ramadhanti, S.IP., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial
3. Ibu Meri Yuliani, SE.Sy., ME.Sy selaku ketua prodi Perbankan Syariah sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I peneliti, yang telah banyak memberikan dorongan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Redian Mulyadita SE.,M.Ak selaku pembimbing II yang telah banyak membantu peneliti, senantiasa meluangkan waktu, pikiran, tenaga dan memberikan saran-saran untuk kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu selama peneliti menuntut ilmu disini hingga selesai.
6. Saudara Muslim yang telah memberikan bantuan masukan dan saran kepada peneliti selama menyelesaikan skripsi ini.

7. Kepada abang saya Bripda Harijon Indra yang slalu memberikan dukungan secara moril maupun financial
8. Kepadaa seluruh keluarga besar yang slalu memberika dukungan dan mendoakan
9. Kepada 5 sahabat saya Murtati, Rovi Mufita Indriani, Ulfi Nursyafitri, Febi Choirunnisa, Dwi Maya Lestari yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman prodi Perbankan Syariah angkatan 2018, yang selama ini menjadi teman seperjuangan saya dalam menulis skripsi ini

Atas segala bantuan dari berbagai pihak kepada penulis, penulis sekali lagi mengucapkan banyak terimakasih.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis akan menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis sangat berharap semoga skripsi ini bisa membawa manfaat bagi kita semua. Aamiin.....

Teluk Kuantan, juni 2022

Penulis

Asti Engla Julpani

ABSTRAK

PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP LABA USAHA PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL PANTAI

Asti Engla Julpani

Meri Yuliani

Redian Mulyadita

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Masalah Etika Bisnis Islam Di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singing. Hasil observasi yang dilakukan oleh penulis Di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singing masih di jumpai kesenjangan etika dalam melakukan perdagangan.

Populasi dalam penelitian ini adalah Pedagang di Pasar Tradisional Pantai berjumlah 154 pedagang, Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Dalam penelitian ini yang akan diteliti adalah pedagang pakaian yang berjumlah 17 orang. Maka sampel penelitian ini adalah 17 orang pedagang pakaian

. Selanjutnya teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Angket, wawancara, Observasi. Serta data di olah secara kuantitatif dengan menggunakan SPSS Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik, dengan tingkat signifikan sebesar 0,012. Hal ini menunjukan bahwa semakin baik etika bisnis islam pedagang maka akan semakin baik pula keuntungan yang diperoleh oleh pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Keuntungan

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS ON PROFIT OF
TRADERS' BUSINESS IN PANTAI TRADITIONAL MARKETS***

Asti Engla Julpani

Meri Yuliani

Redian Mulyadita

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS ON THE PROFIT OF
TRADERS IN TRADITIONAL PANTAI MARKETS**

Asti Engla Julpani

Meri Yuliani

Redian Mulyadita

This research was backgrounded by the Problem of Islamic Business Ethics in the Traditional Pantai Market, Kuantan Mudik District, Kuantan Singing Regency. The results of observations made by the author of the Kuantan Mudik District Pantai Traditional Market, Kuantan Mudik District, Kuantan Singing Regency, still encountered ethical gaps in conducting trade.

. The population in this study was Traders in the Coastal Traditional Market totaling 154 traders, The sampling method in this study was *purposive sampling*. In this study, what will be studied is a clothing merchant with a total of 17 people. So the sample of this study was 17 clothing merchants.

Furthermore, the data collection techniques used are Questionnaires, interviews, observations. As well as data processed quantitatively using SPSS The results of this study can be concluded that Islamic business ethics has a positive and significant effect on the profits of traders in the traditional market of Kuantan Mudik District, with a significant level of 0.012, This shows that the better the Islamic business ethics, the better the profits obtained by traders in the traditional market of Kuantan Mudik District Pantai

Keywords : Islamic Business Ethics, Advantages

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengaruh	11
2.1.2 Etika Bisnis Islam	11
2.1.3 Pedagang.....	20
2.1.4 Aspek Prilaku Pedagang	21
2.1.5 Laba Usaha	24
2.1.5.1 Laba Usaha Dalam Islam	25
2.1.5.2 Dasar Dasar Penentuan Laba	25
2.1.6 Pasar	27
2.1.7 Pasar Tradisional	28
2.1.8 Penelitian Relevan	29
2.1.9 Defenisi Operasional	30
2.1.9.1 Variabel Bebas Bebas	30

	2.1.9.2 Variabel Terikat	33
	2.1.10 Kerangka Pikir	35
	2.1.11 Hipotesis	36
	2.1.12 Pengembangan Hipotesis	37
Bab III	METODE PENELITIAN	40
	3.1 Rancangan Penelitian	40
	3.2 Tempat Dan Waktu	40
	3.3 Teknik Penentuan Sampel.....	40
	3.3.1 Populasi.....	40
	3.3.2 Sampel	41
	3.4 Jenis Dan Sumber Data	41
	3.4.1 Jenis Data.....	41
	3.4.2 Sumber Data	42
	3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
	3.6 Instrumen Penelitian	43
	3.7 Analisis Data	44
	3.7.1 Statistik Deskriptif	44
	3.7.2 Uji Kualitas Data	45
	3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
	3.7.3.1 Uji Normalitas.....	46
	3.7.3.2 Uji Multikolinearitas	46
	3.7.3.3 Uji Heterokedastisitas	47
	3.7.4 Analisi Regresi Linear Sederhana	48
	3.7.5 Uji Hipotesis	48
	3.7.5.1 Uji <i>T</i>	48
	3.7.2.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
	4.1 Gambaran Umum	50
	4.1.1 Gambaran Umum Pasar Tradisional Pasar Pantai	50
	4.1.2 Gambaran Umum Pedagang	50

4.2	Deskripsi Data	51
4.3	Karakteristik Responden	52
4.3.1	Jenis Kelamin.....	52
4.3.2	Umur	53
4.3.3	Pendidikan	54
4.3.4	Lama Waktu Usaha	55
4.4	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	55
4.4.1	Variabel Etika Bisnis Islam	56
4.4.2	Variabel Keuntungan	59
4.5	Uji Kualitas Data.....	62
4.5.1	Uji Validitas.....	62
4.5.2	Uji Realibilitas	64
4.6	Uji Asumsi Klasik	65
4.6.1	Uji Normalitas	65
4.6.2	Uji Multikolinearitas	66
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas	67
4.7	Analisis Regresi Sederhana.....	68
4.8	Pengujian Hipotesis.....	69
4.9	Pembahasan Hasil Penelitian	71
4.9.1	Etika Bisnis Islam Pedagang Di Pasar Tradisional Pantai	71
4.9.2	pengaruh etika bisnis islam terhadap keuntungan pedagang di pasar tradisional pantai.....	73
4.10	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	75
BAB V	PENUTUP.....	77
5.1.	Kesimpulan	77
5.2	Saran.....	77
	DAFTAR PUSTAKA	79
	LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	31
4.1 Rincian penyebaran kuisisioner	33
4.2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	62
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	63
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	64
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan lama waktu usaha	65
4.6 tanggapan responden terhadap etika bisnis islam	66
4.7 tanggapan responden terhadap keuntungan	70
4.8 uji validitas	73
4.9 Uji Realibilitas	64
4.10 Uji Multikolinearitas	76
4.11 Koefisien Regresi sederhana	79
4.12 Hasil Uji Parsial (Uji <i>t</i>)	80
4.13 Hasil Uji Determinasi (R)	73

Daftar Gambar

Gambar	Halaman
2.1 Model Penelitian	39
4.1 Uji Normalitas	62
4.2 Uji Histogram.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Kuesioner	80
2 Tabulasi Kuesioner	84
3 Data Responden	88
4 Data Hasil Olahan	89
5 Tabel Statistik	95
6 Surat Pernyataan Telah Melakukan Riset	97
7 Kartu Bimbingan Skripsi	98
8 Biodata	100

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis dengan segala macam bentuknya terjadi dalam kehidupan setiap hari, sejak bangun pagi hingga tidur kembali. Alarm jam weker yang membangunkan orang dini hari dengan lantunan merdunya azan.

Sajadah alas shalat, susu instan yang dikonsumsi, mobil atau sepeda motor sebagai alat transportasi, serta semua kebutuhan rumah tangga, seluruhnya adalah produk yang dihasilkan, didistribusikan dan dijual oleh para pelaku bisnis. Hal tersebut menunjukkan bahwa bisnis memiliki cakupan yang luas. Apabila semua proses diatas dimaknai dalam pengertian yang komprehensif maka bisnis memiliki makna yang sangat beragam. (Faisal yusuf saputra, 2016 : 1)

Etika bisnis diartikan sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Artinya pelaku bisnis harus berkomitmen dan melakukan transaksi, berperilaku, dan berhubungan baik dengan seperangkat prinsip dan norma yang ada agar tercapainya suatu bisnis usaha yang memiliki etika sehingga membuat pihak lain atau konsumen mendapatkan kepuasan dan menguntungkan semua pihak. (faisal yusuf saputra, 2016)

Persoalan etika berbisnis juga telah dibahas dalam Islam bahkan sudah ada pada zaman Rasulullah saw telah akrab dengan dunia perniagaan, kebaikan dan kejujuran yang dilakukan Rasulullah ketika melakukan perdagangan telah diakui oleh masyarakat luas bahwa tidak pernah sekalipun Rasulullah melakukan

kecurangan dan pelanggaran yang menjadikan pelanggannya merasa kecewa. Oleh karena itu inilah yang harus diamalkan oleh umat beliau sebagai pelaku bisnis profesional yang menerapkan etika dalam berbisnis secara keseluruhan.(Sri Umi Kalsum, 2020 : 3)

Islam merupakan salah satu Agama yang dianut penduduk dunia dimana dalam ajarannya sangat mendorong kemajuan teknologi, termasuk inovasi dalam sistem perdagangan. Namun demikian, berbagai jenis cara berdagang ini harus dipahami benar dan dikaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah dalam muamalah.(jusmaliani,2008 : 182) Dalam muamalah pada dasarnya semua boleh dilakukan kecuali yang dilarang, yaitu maisir, gharar, dan riba. Firman Allah SWT dalam surah An-Nisaa': 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An Nisaa' : 29)

Berdasarkan QS An-Nisa ayat 29 dapat dipahami bahwa setiap orang memiliki kebebasan untuk berusaha mendapatkan harta dan mengembangkannya, asal dalam batas-batas yang telah ditentukan oleh Allah SWT dan secara tidak langsung sesuai konsep Etika Bisnis Islam.

Secara umum Etika Bisnis dalam Islam yang diperbolehkan diantaranya harus ada unsur kebebasan, keadilan dan kebenaran, sehingga tidak ada unsur penipuan dalam transaksi jual beli.

Tidak boleh membedakan pembeli, tidak ramah karena hal ini sangat bertentangan dengan prinsip jual beli.

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu sarana tempat jual beli itu adalah pasar, dalam lingkungan pemasaran dapat berubah dan serba tidak pasti serta memberikan peluang dan ancaman. Seiring dengan perkembangan zaman yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis.

Dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam berbisnis. Sesungguhnya dalam kehidupan sehari-hari manusia telah diatur dalam pandangan ajaran agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariat (aturan) dalam setiap lini kehidupannya (Mia Lailatul Mukaromah, 2021 : 2-3)

Bisnis islami adalah bisnis yang berpegang teguh pada ketentuan syariat. Syariat sendiri adalah aturan – aturan dan ketentuan Allah yang telah ditetapkan kepada hamba – hamba Nya tentang segala sesuatu yang benar dan salah tentang suatu perbuatan. Dengan kata lain syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis organisasi bisnis. Dengan kendali syariat, bisnis bertujuan untuk mencapai empat hal utama: (Muhammad Ismail Yusanto, 2002 :18)

- 1) Target hasil ; profit-materi dan benefit-non materi
- 2) Pertumbuhan, artinya terus meningkat
- 3) Keberlangsungan, dalam kurun waktu selama mungkin
- 4) Keberkahan atau keridhaan Allah

Aturan dalam Islam, menjelaskan berbagai etika atau prinsip perdagangan yang harus dilakukan dalam melaksanakan proses jual beli. Diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi prinsip perdagangan Islam tersebut suatu usaha perdagangan dan seorang muslim akan berkembang dan maju pesat lantaran selalu mendapat berkah Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli masing-masing akan saling mendapat keuntungan aspek aspek etika bisnis islam ada 5 item yaitu :

- a. Prinsip Keesaan (tauhid)
- b. Prinsip Keadilan/ Keseimbangan ('adl)
- c. Prinsip Kehendak Bebas (free will)
- d. Prinsip Tanggung Jawab (responsibility)
- e. Prinsip Kebajikan (ihsan) (Rafiq issa beekun : 2004)

Yusuf Qardawi memberikan patokan tentang norma- norma atau nilai nilai

syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan, yaitu :

1. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
2. Bersikap benar, amanah, dan jujur.
3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
4. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
5. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
6. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.

(Yusuf Qardhawi, 1997 : 173)

Salah satu aktifitas bisnis banyak terjadi di pasar. Beberapa ahli telah menyimpulkan bahwa pasar merupakan tempat melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu. (Peraturan Presiden RI. No 112, Th.2007, Pasal 1, Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pemberian Dan Toko Modern). Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli.

Penjual atau pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak di produksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan (Eko Sujatniko, 2014 : 231)

Pengertian laba atau keuntungan menurut Harahap “kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi”. Laba sebagai suatu alat prediktif yang membantu dalam peramalan laba mendatang dan peristiwa ekonomi yang akan datang. Laba sangat berfungsi untuk keberlanjutan usaha yang dilakukan oleh pengusaha.

Pada dasarnya tujuan seseorang dalam melakukan bisnis adalah untuk mencari keuntungan dimana keuntungan versi Islam adalah hasil dari usaha kerjasama dalam modal dan upah tanpa riba, menjadikan kualitas dan kuantitas sebagai indikator perolehan, menghindari segala bentuk larangan dalam bermuamalah dan menerapkan prinsip etika bisnis islam. (Achmad Lukman Chakhim, 2021 : 13)

Menurut para ahli, pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Sedangkan menurut ahli pemasaran Stanton, mengemukakan bahwa pasar merupakan kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. (Umar husein, 2007 : 35)

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia pada umumnya. (Dwi Wijaya, Agung, 2017 : 5)

Masalah Etika Bisnis Islam menjadi tantangan bagi setiap pedagang, begitu pula Di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singing. Hasil observasi yang dilakukan oleh penulis Di Pasar Tradisional Pantai

Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singing masih di jumpai kesenjangan etika dalam melakukan perdagangan.

Mayoritas pedagang di pasar tersebut merupakan masyarakat beragama Islam. Namun pada kenyataannya di lapangan masih terdapat pedagang yang tidak menjalankan syari'at Islam. Seperti beberapa pedagang yang tidak bersikap ramah atau murah hati ketika melayani pembeli dengan ditandai pelayanan dengan raut wajah yang kurang bersahabat

Untuk lebih jelasnya penulis akan mengemukakan beberapa kasus yang terjadi sesuai dengan wawancara pada tanggal 5 maret 2022 di Pasar Tradisional Pantai berkenaan dengan cara berdagang pedagang di Pasar Pantai Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi, salah satu diantaranya.

“saya pernah membeli pakaian namun dilayani dengan kurang baik, pedagangnya kurang ramah, tidak tersenyum saat saya datang”. Ujar bu yani

Setelah melihat dan memperhatikan kasus di atas, maka pertanyaan yang akan muncul adalah mengapa ada pedagang yang bersikap demikian. Apakah hal itu muncul karena ketidak pahaman pedagang dalam proses berdagang atau karena kesengajaan. Sedangkan sudah jelas bahwa dalam berdagang harus mengedepan etika dalam berdagang., ramah terhadap pelanggan.

Dalam pengertian serupa ramah juga dimaknai sebagai baik hati dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain. Rasullulah SAW bersabda “orang beriman itu bersikap ramah dan tidak ada kebaikan bagi seorang

yang tidak bersikap ramah. Dan sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia.”(HR Thabrani dan Daruquthi, dari Jabir RA).

Di sisi lain, Di Pasar tradisional pantai kecamatan kuantan mudik kabupaten kuantan singingi beberapa pedagang mengakui juga mengalami masalah dalam mendapatkan laba, dapat dilihat dari keluhan pedagang bahwa modal yang dikeluarkan tidak sepadan dengan penjualan yang terjadi. Laba sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha, jika pengusaha atau pedagang terus menerus mengalami masalah dalam keuntungan usaha yang dijalani, maka usaha bisa berakhir dengan ditutupnya usaha yang dimiliki

Dari permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian apakah ada pengaruh etika bisnis islam terhadap peningkatan laba usaha pengusaha di pasar tradisional pantai.

Namun pada penelitian kali ini akan dilakukan di Pasar Tradisional Pantai dengan mengambil judul : “***PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP LABA USAHA PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL PANTAI***”

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti mengidentifikasi inti permasalahan yang terkandung di dalamnya :

- a. Masih ada pedagang yang tidak ramah dalam melayani pembeli
- b. Beberapa pedagang mengaku penjualan tidak sesuai dengan modal yang dikeluarkan atau kurang mendapatkan keuntungan

1.2.2 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini pada: Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Laba Usaha Pedagang di Pasar Tradisional Pantai

1.2.3 Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana etika bisnis pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik ?
2. Apakah Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap keuntungan pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik. ?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana Etika Bisnis Pedagang di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik

- b. Untuk mengetahui apakah Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap Keuntungan Pedagang Di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Semoga penelitian ini dapat memberi manfaat kepada peningkatan ilmu pengetahuan, tentang berbagai Etika Bisnis Islam dalam usaha sehingga dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan para pelaku usaha.

b. Manfaat praktis

a) Bagi penulis

Penelitian dapat menambah wawasan bagi penulis mengenai pencapaian etika bisnis islam serta mengetahui pengaruhnya terhadap keuntungan usaha pengusaha.

b) Bagi universitas

Dengan adanya penelitian ini semoga dapat bermanfaat bagi pengembangan ke ilmunan, khususnya prodi Perbankan Syariah , sebagai rujukan penelitian selanjutnya,dalam melakukan penelitian lanjutan berhubungan dengan Pengaruh Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap laba usaha

c) Bagi masyarakat luas

Sebagai wacana dan pengetahuan tentang pengaruh penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Laba usaha pengusaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengaruh

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2015:1045), —pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.

Pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada disekitarnya (Diah ayu, 2019 :7)

Dapat disimpulkan pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang dapat timbul dari sesuatu, baik itu watak, orang, benda, kepercayaan dan perbuatan seseorang yang dapat mempengaruhi lingkungan yang ada di sekitarnya. (Diah ayu, 2019 :7)

2.1.2 Etika Bisnis Islam

Istilah “etika” dan “moral” dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama. Etika berasal dari bahasa latin ‘etos’ yang berarti ‘kebiasaan’. sinonimnya adalah ‘moral’, juga berasal dari bahasa yang sama ‘mores’ yang berarti ‘kebiasaan’. Sedangkan bahasa arabnya ‘akhlak’, bentuk jamak dari mufradnya ‘khuluq’ artinya ‘budi pekerti’.Keduanya bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat (custom atau mores), yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau baik.(Hasan,Ali, 2019 : 171)

Sementara itu, moral diterjemahkan dengan susila, yaitu perilaku yang sesuai dengan pandangan umum, yang baik dan wajar, yang meliputi kesatuan sosial dan lingkungan tertentu. Dengan demikian, moral berarti tindakan manusia yang sesuai dengan ukuran yang diterima oleh umum, sehingga tolok ukurnya adalah kebiasaan yang berlaku. Seseorang dikatakan amoral jika berperilaku berseberangan dengan kebiasaan perilaku di sebuah tempat. Ukuran moral bisa bersifat lokal sehingga tidak sama antara satu tempat dengan yang lain (Muhammad Djakfar, 2009 : 13)

Dalam pengertian yang pertama ini, yaitu pengertian harfiahnya, etika dan moralitas, samasama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah dilembagakan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang tetap dan teruang dalam kurun waktu yang lama sebagai sebuah kebiasaan. (Muhammad Djakfar, 2009 : 13)

Nilai etik, moral, atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh mempunyai seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al Qur'an dan Hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan, termasuk dalam bisnis. Dua acuan tersebutlah yang dapat menjadi pengendali dari perbuatan-perbuatan yang tidak terpuji dalam praktik-praktik bisnis, dengan berpegang teguh kepada dua sumber tersebut maka setiap orang akan terdorong kepada perbuatan

baik. Perbuatan baik adalah perbuatan yang mengandung kriteria kebaikan yang dicintai Islam dan Islam menganjurkan untuk melakukannya. Sedangkan perbuatan buruk adalah perbuatan yang mengandung kriteria-kriteria buruk sebagai sesuatu yang dilarang oleh Islam untuk dilaksanakan. (Hasan, Ali, 2009 : 172)

Dalam khazanah pemikiran Islam, etika atau al-akhlak dipahami sebagai ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia didalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat (Ma'ruf Abdullah, 2014)

Menurut ahmada amin akhlak adalah ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk menjelaskan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada manusia lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus di perbuat. Atau merupakan gambaran rasional mengenai hakikat dasar perbuatan dan keputusan yang benar serta serta prinsip-prinsip yang menentukan klaim bahwa perbuatan dan keputusan tersebut secara moral di larang atau diperintahkan. (manuel g velasques, 2005 : 12)

Menurut Johan Arifin terdapat duamacam etika yaitu etika deskriptif dan etika normatif. (Arifin, Johan, 2008 : 13)

1. Etika Deskriptif

Adalah etika yang menelaah secara kritis dan rasional tentang sikap dan perilaku manusia, secara apa yang dikejar setiap orang dalam hidupnya sebagai sesuatu yang bernilai. Artinya etika deskriptif tersebut berbicara

mengenai fakta secara apa adanya, yakni mengenai nilai dan perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas yang membudaya. Dapat disimpulkan bahwa tentang kenyataan dalam penghayatan nilai atau tanpa nilai dalam suatu masyarakat yang dikaitkan dengan kondisi tertentu memungkinkan manusia dapat bertindak secara etis.

2. Etika Normatif

Etika yang menetapkan berbagai sikap dan perilaku yang ideal dan seharusnya dimiliki oleh manusia atau apa yang seharusnya dijalankan oleh manusia dan tindakan apa yang bernilai dalam hidup ini. Jadi etika normatif merupakan norma-norma yang dapat menuntun agar manusia bertindak secara baik dan menghindarkan hal-hal yang buruk, sesuai dengan kaidah atau norma yang disepakati dan berlaku dimasyarakat.

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Muhammad Djakfar, 2009 : 25)

Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai

yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, karyawan, maupun siapa saja yang terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut (Norva Dewi, 2015 : hal 1)

Etika bisnis (*business ethics*) adalah penerapan etika secara umum terhadap perilaku bisnis. Makna etika bisnis secara lebih khusus lagi dalam konteks kewirausahaan menunjukkan perilaku etis maupun tidak etis yang dilakukan wirausahawan dan karyawan dari suatu perusahaan. Penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat. Individu atau perusahaan melalui pilihan tersebut akan memberikan penilaian apakah sesuatu yang dilakukan itu benar atau salah, adil atau tidak serta memiliki kegunaan atau tidak (Arif Yusuf, 2016 : 230)

Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, karyawan, maupun siapa saja yang terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut (Norva Dewi, 2015 : 1)

Prinsip etika bisnis yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia, hal ini berarti bahwa prinsip etika bisnis terkait erat dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat. (Sonny A Keraf, 1998 : 73)

Bisnis dalam Al-Quran sering kali digunakan dalam bahasa Arab al-tijarah, berasal dari kata dasar tajara, tajran wa tijaratan yang bermakna berdagang. Adapun bisnis Islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas), kepemilikan hartanya (barang/jasa), termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).

Dunia bisnis juga harus berfungsi sebagai sosial dan harus dioperasikan dengan mengindahkan etika-etika yang berlaku di masyarakat. Sebagaimana dalam Al-Qur'an

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَتْ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An Nisaa' : 29)

Dari penjelasan tersebut dapat kita defenisikan bahwa Etika Bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas dan juga Al-Quran dan Hadis yang telah dicontohkan oleh Rasulullah S.A.W. (muthmainnah, 2019 : 18-19)

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai

etika, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, sehingga setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Quran dan Hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan yang termasuk dalam bisnis.(muthmainnah, 2019 : 19)

Yusuf Qardawi memberikan patokan tentang norma- norma atau nilai nilai syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan, yaitu :

- 1) Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
- 2) Bersikap benar, amanah, dan jujur.
- 3) Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
- 4) Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
- 5) Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
- 6) Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat. (Yusuf Qardhawi, 1997 : 173)

Aspek aspek etika bisnis islam ada 5 item yaitu : Prinsip Keesaan (tauhid), Prinsip Keadilan/ Keseimbangan (‘adl), Prinsip Kehendak Bebas (free will), Prinsip Tanggung Jawab (responsibility), Prinsip Kebajikan (ihsan) (Rafiq issa beekun : 2004)

1. Kesatuan (Tauhid/Unity)

Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

2. Keseimbangan (Equilibrium/Adil)

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Dalam surah al Isra ayat 35 Allah SWT berfirman yang artinya : *Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.*

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Al-Maidah ayat 8 yang artinya : *32 Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa*

3. Kehendak Bebas (Free Will)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

4. Tanggung jawab (Responsibility)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakanya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai

apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

5. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran (truth, goodness, honesty)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

2.1.3 Pedagang

Penjual atau pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak di produksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan (Eko Sujatniko, 2014 : 231)

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan. Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari. (Agus tarmo k, 2020 : 30)

Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi. Pedagang dibagi menjadi tiga, yaitu :

- a. Pedagang besar/distributor/agen tunggal Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberi hak wewenang wilayah/daerah tertentu dari produsen.
- b. Pedagang menengah/agen/ grosir Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.
- c. Pedagang eceran/pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran. (Kensil dan Christine S, 2008 : 15)

a. Aspek perilaku pedagang

1. Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu. Timbangan atau takaran adalah hal yang harus diperhatikan oleh penjual demi kepuasan pembeli. Pembeli akan merasa puas apabila transaksi yang ia lakukan transparan dan tidak ada yang ditutup-tutupi.

2. Kualitas barang/produk

Kualitas barang atau produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk ialah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi

harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam Islam, baik sebagai produsen ataupun pedagang kita dianjurkan untuk memperhatikan kualitas barang yang kita buat atau perdagangkan. Pada prinsipnya, Islam mengutamakan keberkahan atau manfaat, sehingga dapat memberikan keuntungan tidak hanya pada diri sendiri (pedagang/produsen) melainkan juga untuk konsumen.

3. Keramahan

Secara Bahasa ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa ramah juga dimaknai sebagai baik hati dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain. Rasulullah SAW bersabda “orang beriman itu bersikap ramah dan tidak ada kebaikan bagi seorang yang tidak bersikap ramah. Dan sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia.”(HR Thabrani dan Daruquthi, dari Jabir RA).

4. Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan

dengarkanlah dengan seksama. Jangan sekali kali menginterupsi pembicaraannya, dan layani pembeli dengan sepenuh hati.

5. Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran perkataannya. Begitu pula seorang pembeli akan percaya kepada pedagang apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang yang diucapkannya. Salah satunya yaitu dengan menepati janji. Seorang pedagang yang ingin dipercaya dan disukai oleh para pelanggannya hendaknya selalu menepati janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak akan merasa di khianati dan akan sangat mungkin untuk kembali membeli lagi.

6. Persaingan Sesama Pedagang

Persaingan bisnis adalah perseteruan antar pelaku bisnis yang secara independent berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan kepada penjual. Seorang pedagang hendaknya bersaing dengan cara yang sehat, dengan tidak menjelekan dagangan orang lain demi kepentingan penjualan pribadi. Setiap orang pasti memiliki perilaku atau respon yang berbedabeda tergantung pada sifat dan watak seseorang tersebut. Begitu juga dengan pedagang, mereka pasti memiliki perilaku yang berbeda-beda tergantung dengan sifat, watak dan keadaan lingkungan di sekitarnya.

7. **Laba Usaha**

Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut. Pengertian laba menurut Harahap “kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi”. Financial Accounting Standart Boards (FASB) mendefinisikan laba kedalam beberapa definisi yaitu Earning menitik beratkan pada apa yang telah diterima atau diharapkan untuk diterima oleh suatu entitas dari suatu output (pendapatan) dan apa yang telah dikorbankan untuk menghasilkan output tersebut (biaya). Earning juga mencakup transaksi tambahan atau insidental dari entitas dan efek dari kejadian dan keadaan lain yang bermula dari lingkungan (laba dan rugi). (M.Quraish Shihab, 2017 : 189)

Laba terdiri dari hasil opsional atau laba biasa dan hasil-hasil nonoperasional atau keuntungan dan kerugian luar biasa di mana jumlah keseluruhannya sama dengan laba bersih. Laba bisa dipandang sebagai suatu ukuran efisiensi. Laba adalah suatu ukuran kepengurusan (stewardship) manajemen atas sumberdaya suatu kesatuan dan ukuran efisiensi manajemen dalam menjalankan usaha suatu perusahaan. (Hapsari ayu epri, 2007 : 25)

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.

8. Laba usaha dalam islam

Di dalam islam, laba mempunyai pengertian khusus sebagaimana yang telah di jelaskan oleh para ulama salaf dan khalaf. Mereka telah

menetapkan dasar-dasar penghitungan laba serta pembagiannya dikalangan mitra usaha. Mereka juga menjelaskan kapan laba itu digabungkan kepada modal pokok untuk tujuan penghitungan zakat, bahkan mereka juga menetapkan kriteria -kriteria yang jelas untuk menentukan kadar dan nisbah zakat yaitu tentang metode-metode akuntansi penghitungan zakat. (Rizal Aji Erlangga Martawireja, Ahim Abdurahim, 2009 : 81)

Dalam akuntansi syari'ah, dari transaksi didapatkan pendapatan yang berupa laba. Laba tersebut berupa bagi hasil, margin (keuntungan dalam jual beli), dan upah atas jasa. Transaksi syariah berlandaskan pada prinsip persaudaraan, keadilan kemaslahatan, keseimbangan dan universalisme. (Sri umi kalsum, 2020 : 21)

9. Dasar – dasar Penentuan Laba

Dasar-dasar pengukuran laba menurut Islam, antara lain : (Ayu Arina, 2015 : 18)

- a. 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.
- b. Muqabalah, yaitu 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).

- c. Keutuhan modal pokok, yaitu laba tidak akan tercapai kecuali setelah utuhnya modal pokok dari segi kemampuan secara ekonomi sebagai alat penukar barang yang dimiliki sejak awal aktivitas ekonomi.
- d. 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. Berdasarkan nilai ini, ada dua macam laba yang terdapat pada akhir tahun, yaitu laba yang berasal dari proses jual beli dalam setahun dan laba suplemen, baik yang nyata maupun yang abstrak karena barang-barangnya belum terjual.
- e. 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

Dasar dasar penentuan laba menurut sujarno(Faisal yusuf saputra, 2016 : 49)

- a. Total biaya
- b. Biaya tetap (biaya produksi yang terus dikeluarkan walaupun produksi sedikit ataupun banyak)
- c. Biaya variable (Biaya untuk tenaga kerja).

2.1.4 Pasar

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pasar adalah sebuah tempat yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, ios dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar-menawar.

Jadi pasar adalah adalah suatu bentuk transaksi jual beli yang melibatkan keberadaan produk barang atau jasa dengan alat tukar berupa uang atau dengan alat tukar lainnya sebagai alat transaksi pembayaran yang sah dan disetujui oleh kedua belah pihak dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.(ivana anggraini,2018, : 41)

2.1.5 Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia pada umumnya. Menurut para ahli, pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Sedangkan menurut ahli pemasaran Stanton, mengemukakan bahwa pasar merupakan kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. (Umar, 2007)

Perbedaan antara pasar tradisional dengan pasar modern terlihat dari cara transaksinya, pada pasar tradisional biasanya terjadi tawar-menawar, sedangkan pada pasar modern tidak bisa dilakukan tawar-menawar. Cara berdagang yang terjadi di pasar tradisional juga sangat sederhana tanpa menggunakan strategi marketing modern, seperti pemberian diskon, hadiah, atau pembayaran melalui transfer uang. Pasar juga memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah produksi mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga, dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang. (Ivana anggraini, 2018: 42)

2.1.6 Penelitian Relevan

Dalam studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh beberapa pihak, sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penulis.

- 1) Faisal Yusuf Saputra Mahasiswa prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, tahun 2016 dengan judul skripsi “pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry* di kecamatan tembalang” melakukan penelitian tentang “pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry* di kecamatan tembalang” Hasil penelitian menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan usaha pengusaha laundry di kecamatan Tembalang. Hal ini terbukti dari hasil uji t 116 hitung sebesar 4,929 sedangkan nilai t table adalah 2,005 yang lebih kecil dibandingkan t hitung. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara variabel penerapan etika bisnis Islam (X) terhadap variable keuntungan usaha (Y), dengan demikian hipotesa H_0 yang diajukan ditolak dan menerima H_1 . Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh penerapan etika Bisnis Islam terhadap keuntungan usaha. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang etika bisnis Islami dan keuntungan usaha. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian. (<https://core.ac.uk/download/pdf/80821087.pdf>) (23 januari 2022)

- 2) Sri Umi Kalsum, Mahasiswi prodi ekonomi islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Negeri Allaudin Makassar, tahun 2020, dengan judul

skripsi “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Pada Usaha Mikro Dan Usaha Kecil Di Kecamatan Watang Sawitto Kabupaten Pinrang” melakukan penelitian tentang “pengaruh etika bisnis islam terhadap keuntungan pada usaha mikro dan usaha kecil di kecamatan watang sawitto kabupaten pinrang” hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap keuntungan pada usaha mikro kecil di Kecamatan Watang Sawitto Kabupaten Pinrang. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang etika bisnis dan keuntungan usaha. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan objek penelitian. (<http://repositori.uinalauddin.ac.id/18292/1/Pengaruh%20Etika%20Bisnis%20Islam%20Terhadap%20Keuntungan.pdf>) (23 januari 2022)

2.1.7 Defenisi operasional

Defenisi operasional merupakan defenisi yang digunakan untuk mengembangkan secara abstrak suatu konsep terhadap realita pada kenyataan, sehingga semakin mudah konsep itu dipahami.

2.1.7.1 Variabel bebas (Independent Variable)

yang disimbolkan dengan X Yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain (dependent variable atau terikat). Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah etika bisnis Islam, yang dijabarkan dalam 5 item yaitu, Prinsip Keesaan (tauhid), Prinsip Keadilan/ Keseimbangan (‘adl), Prinsip Kehendak Bebas (free will), Prinsip Tanggung Jawab (responsibility), Prinsip Kebajikan (ihsan) (Rafiq issa beekun : 2004)

1. Kesatuan (Tauhid/Unity)

Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

2. Keseimbangan (Equilibrium/Adil)

Islam sangat mengajarkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Dalam surah al Isra ayat 35 Allah SWT berfirman yang artinya : *Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan*

neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Al-Maidah ayat 8 yang artinya : *32 Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa.*

3. Kehendak Bebas (Free Will)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

4. Tanggung jawab (Responsibility)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia

perlu mempertanggungjawabkan tindakanya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

5. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran (truth, goodness, honesty)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

2.1.7.2 Variabel terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat (dependent variable) yang disimbolkan dengan Y Yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain (Independent variable atau variabel bebas). Variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Laba Usaha pengusaha di Pasar tradisinal Desa Pantai Kecamatan Kuantan mudik. Laba Usaha (Y) adalah pertambahan pada nilai yang terdapat antara harga beli dan harga jual dari transaksi syariah berlandaskan pada prinsip Prinsip Keesaan (tauhid), Prinsip Keadilan/

Keseimbangan ('adl), Prinsip Kehendak Bebas (free will), Prinsip Tanggung Jawab (responsibility), Prinsip Kebajikan (ihsan)

Secara lebih terperinci untuk menjelaskan keterkaitan variabel independen terhadap variabel dependen penulis menjelaskan melalui bagan gambar seperti dibawah ini:

Tabel 2.1
Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Dependen			
Keuntungan (Y)	Peningkatan nilai yang timbul karena melakukan perdagangan .	- Tingkat kedatangan pelanggan - Pertumbuhan laba bersih - Waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha - Tingginya presentasi rol - Pencapaian laba sebenarnya	<i>Likert</i>
Independen			
Etika bisnis islam (X)	Etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma	-Ketauhidan -Keadilan (Keseimbangan) -Kehendak bebas	<i>Likert</i>

	dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan tujuan bisnisnya dengan selamat	Tanggung Jawab Ihsan (Kebajikan) (Rafiq issa beekun : 2004)	
--	--	---	--

2.1.8 Kerangka pikir

Dalam kerangka fikir penelitian perlu dijelaskan secara teoritis antara variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan pada uraian sebelumnya maka kerangka fikir peneliti dalam penelitian adalah Keuntungan sebagai (sebagai variable terikat) yang dipengaruhi oleh Etika Bisnis Islam (sebagai variable bebas). (Sri umi kalsum : 2020)

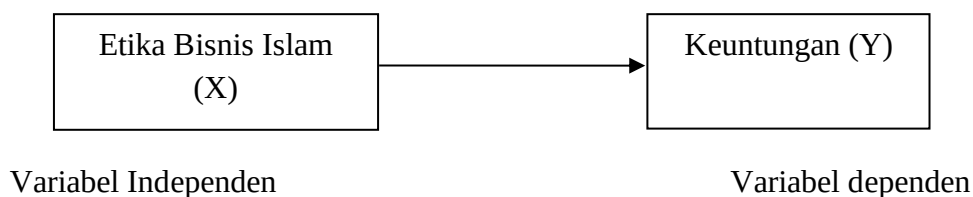
Variabel bebas Etika bisnis Islam adalah nilai-nilai etika, moral atau akhlak pelaku wirausaha di dalam menjalankan kegiatan ekonominya yang berpedoman pada Al-Quran dan Sunnah yaitu kejujuran, keadilan meliputi jujur dalam takaran dan timbangan, menjual barang yang halal, menjual barang yang bermutu baik, tidak menyembunyikan kecacatan suatu barang, tidak main sumpah, bermurah hati,

tidak menyaingi sesama pelaku usaha, mencatat utang piutang dan tidak mengambil riba (wahyu mijil : 2016)

Variabel terikat Keuntungan usaha adalah penambahan pada nilai yang terdapat antara harga beli dan harga jual dari transaksi berlandaskan pada prinsip Prinsip Keesaan (tauhid), Prinsip Keadilan/ Keseimbangan ('adl), Prinsip Kehendak Bebas (free will), Prinsip Tanggung Jawab (responsibility), Prinsip Kebajikan (ihsan). Kerangka fikir penelitian dapat dilihat pada gambar berikut ini

Gambar 2.1

Model Penelitian



2.1.9 Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian yaitu penerapan etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap peningkatan laba usaha pengusaha di pasar tradisional pantai.

- a. **H1** = Etika Bisnis Islam Berpengaruh Positif Terhadap Keuntungan Pedagang Di Pasartradisional Pantai
- b. **H0** = Etika Bisnis Islam Tidak Berpengaruh Terhadap Keuntungan Pedagang Di Pasar tradisional Pantai

2.1.10 Pengembangan hipotesis

- a. **Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha**

Etika merupakan apa yang anda lakukan, bukan apa yang anda katakan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika mempunyai arti:

1. Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak, kewajiban dan moral (akhlak)
2. Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak.
3. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut oleh suatu golongan atau masyarakat.

Etika bisnis (*business ethics*) adalah penerapan etika secara umum terhadap perilaku bisnis. Makna etika bisnis secara lebih khusus lagi dalam konteks kewirausahaan menunjukkan perilaku etis maupun tidak etis yang dilakukan wirausahawan dan karyawan dari suatu perusahaan. Penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat. Individu atau perusahaan melalui pilihan tersebut, akan memberikan penilaian apakah sesuatu yang dilakukan itu benar atau salah, adil atau tidak serta memiliki kegunaan atau tidak (Arif Yusuf : 2016)

Menurut Issa Rafiq beekun aspek aspek etika bisnis islam ada 5 item yaitu : Prinsip Keesaan (tauhid), Prinsip Keadilan/ Keseimbangan ('adl), Prinsip Kehendak Bebas (free will), Prinsip Tanggung Jawab (responsibility), Prinsip Kebajikan (ihsan) (Rafiq Issa beekun : 2004).

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. Dijelaskan sebagai berikut :

1. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan

menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.

2. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.
3. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Sunnah. (Riski kisnawti, Etika bisnis dalam perspektif islam : STAIN Sorong)

Semakin baik seseorang dalam mengimplementasikan etika bisnis islam dalam menjalankan usahanya, maka akan semakin baik bisnisnya karena dapat membangun kode etik bisnis yang islami, mendapatkan kepercayaan tinggi di masyarakat, mendapatkan kepuasan sehingga meningkatkan penjualan dan laba usaha

Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Faisal Yusuf syaputra (2016), Sri Umi Kalsum (2020) yang menyatakan bahwa etika bisnis islam berpengaruh terhadap keuntungan usaha

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu menganalisis dalam bentuk data-data yang berupa angka. (sofyan siregar,2020 : 128)

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang langsung di peroleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian. Prosesnya berawal dari teori, selanjutnya dengan menggunakan logika deduktif diturunkan hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan operasionalisasi konsep, maka generalisasi empiris yang bersandar pada statistic sehingga dapat disimpulkan sebagai temuan penelitian. Penelitian dilakukan di Pasar Tradisional pantai Di desa Pantai Kecamatan Kuantan Mudik.

3.2 Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini akan dilakukan terhadap pedagang di pasar tradisional pantai Di Desa Pantai kecamatan kuantan mudik. Waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai pada tanggal 28 agustus 2021 sampai selesai diadakan penelitian ini.

3.3 Teknik Penentuan Sampel

3.3.1 Populasi

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 (Sugiyono, 2017:80).

Populasi dalam penelitian ini ialah data seluruh pedagang di Pasar Tradisional Pantai Di Desa Pantai Kecamatan Kuantan Mudik. Berdasarkan data dari pengurus pasar pantai ada 154 pedagang berbagai macam usaha yang ada di pasar pantai. (Radiati, wawancara, januari 2022)

3.3.2 Sampel

Menurut Sunyoto (2013:12) Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Sampel dipilih dari para aparatur Inspektorat Kabupaten Kuantan Singingi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2015:84).

Pengambilan sampel dilakukan secara Non Probability Sampling (Purposive sampling) dimana sampel dipilih diantara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti, sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang di inginkan. (Sri wahyuni, 2010 : 54)

Dalam penelitian ini yang akan diteliti adalah pedagang pakaian, Jumlah pedagang pakaian di pasar tradisional pantai adalah 17 orang. Maka sampel penelitian ini adalah 17 orang pedagang pakaian

3.4 Jenis & Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa nilai atau skor atas jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner.

3.4.2 Sumber Data

Adapun jenis data penelitian ini bersumber dari, yaitu :

- a) Data primer, Menurut Sunyoto (2013: 21) data primer merupakan data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah yang ditelitinya

secara khusus. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden.

- b) Data sekunder, yaitu merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012:187). Sebagai suatu penelitian empiris maka data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui jurnal, buku, dan penelitian-penelitian terdahulu.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Agar diperoleh data yang dapat diuji kebenarannya, relevan, dan lengkap maka dalam penelitian ini digunakan metode pengumpulan data yaitu:

- a. Angket atau kuisisioner, merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan atau pernyataan tertulis dan jawaban yang diberikan juga dalam bentuk tertulis, yaitu dalam bentuk isian atau simbol atau tandasudah ada. (siregar sofyan, 2002 : 132)
- b. Wawancara, Wawancara adalah satu proses interaksi dan komunikasi antara peneliti dengan responden dimana pewawancara diharapkan menyampaikan pertanyaan kepada responden secara lisan, merangsang responden untuk menjawabnya. (zulganef, 2008 : 162)
- c. Observasi, Observasi yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan penelitian secara langsung ke lapangan dengan melihat, mengamati dan mencatat data. (siregar sofyan, 2002 :128)

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner. Instrumen penelitian (Sugiyono, 2014:178) adalah suatu alat yang

digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dengan demikian, penggunaan instrument penelitian yaitu, untuk mencari informasi yang lengkap mengenai masalah, fenomena alam maupun sosial.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data akurat yaitu dengan menggunakan skala *likert*. (Sugiyono, 2014:178) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seperangkat atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, jenis instrument berupa angket atau kuesioner tertutup dengan menggunakan skala *likert* 5 tingkat/point yaitu sebagai berikut:

- | | | |
|--------|-----------------------|---------------|
| 1. STS | : Sangat Tidak Setuju | Diberi skor 1 |
| 2. TS | : Tidak Setuju | Diberi skor 2 |
| 3. N | : Kurang Setuju | Diberi skor 3 |
| 4. S | : Setuju | Diberi skor 4 |
| 5. SS | : Sangat Setuju | Diberi skor 5 |

Sementara kriteria penilaian terhadap rata-rata indikator dan nilai variabel dalam penelitian ini ditentukan dengan skala likert yang digunakan Sugiyono (2014:94) yaitu :

1,00-1,80 = Responden memiliki penilaian yang sangat tidak baik terhadap indikator atau variabel yang bersangkutan.

>1,80-2,60 = Responden memiliki penilaian yang tidak baik terhadap indikator atau variabel yang bersangkutan.

>2,60-3,40 = Responden memiliki penilaian yang cukup baik terhadap indikator atau variabel yang bersangkutan.

>3,40-4,20 = Responden memiliki penilaian yang baik terhadap indikator atau variabel yang bersangkutan.

<4,20-5,00 = Responden memiliki penilaian yang sangat baik terhadap indikator atau variabel yang bersangkutan.

3.7 Analisis Data

Bagian ini berisi deskripsi tentang jenis atau teknik analisis dan mekanisme penggunaan alat analisis dalam penelitian serta alasan mengapa alat analisis tersebut digunakan, termasuk hal-hal yang berkaitan dengan pengujian asumsi dari alat analisis atau teknik analisis yang dimaksud.

3.7.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan daftar demografi responden. Statistik deskriptif memberikan gambaran data dengan kriteria nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skewness*. Pengujian tersebut dibantu dengan menggunakan program *Statistical Product and Service for windows version 20.00* (SPSS versi 20).

3.7.2 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2013:52) mendefinisikan uji validitas digunakan sebagai alat untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan

pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor item instrumen dengan skor total. Nilai koefisien korelasi antara skor setiap item dengan skor total dihitung dengan analisis *corrected item-total correlation*. Suatu instrument penelitian dikatakan valid apabila memenuhi kriteria sebagai berikut :

- 1) Bila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka dinyatakan valid.
- 2) Bila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka dinyatakan tidak valid.

Pada taraf signifikansi 5%

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan handal atau reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi kuesioner dalam mengukur suatu konstruk yang sama atau stabilitas kuesioner jika digunakan dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005:82). Pengujian realibilitas dengan menggunakan *cronbach alpha* (α). Koefisien *cronbach alpha* yang lebih dari 0,60 menunjukkan keandalan (reliabilitas) instrumen. Selain itu, yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Karena alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, maka perlu dilakukan pengujian terhadap asumsi-asumsi yang diisyaratkan dalam analisis regresi berganda untuk memenuhi kriteria *BLUE* (*Best*

Linier Unbias Estimate). Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

3.7.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Untuk lebih memperjelas tentang sebaran data dalam penelitian ini maka akan disajikan dalam grafik histogram dan grafik normal P-plot. Dasar pengambilan keputusan yaitu :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflating Factor* (VIF). Suatu model regresi yang bebas dari multikolinearitas adalah mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10 dan mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 (Ghozali, 2005:91).

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model dengan homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan grafik *scatterplot*. Pendeteksian mengenai ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual yang telah di-studentized. Adapun dasar analisisnya sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur maka mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.4 Analisis Regresi Linear Sederhana

Dalam menguji hipotesis menggunakan uji regresi linier sederhana. Analisis regresi merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan salah satu variabel indenpenden (bebas) dengan tujuan untuk memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel indenpenden yanag diketahui. Persamaan regresi linier sederhana dirumuskan:

$$Y = a + bx + e$$

Dimana: Y: Keuntungan Pedagang Pasar Tradisional Pantai Kecamatan
Kuantan Mudik

a :Kostanta

b :Koefisienregresi

x :Etika Bisnis Islam

e : error

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji t (uji parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun kriteria pengujian yang digunakan adalah :

- Ho : $\beta = 0$, maka masing-masing dari H1 dan H3 ditolak.
- Ho : $\beta \neq 0$, maka masing-masing dari H1 dan H2 diterima.

Untuk mencari *t* tabel dengan $df = n-2$, tarafnyata 5% dapat dengan menggunakan tabel statistic. Nilai *t* table dapat dilihat dengan menggunakan *t* tabel. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_a diterimadan H_o ditolak
- Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_a ditolakdan H_o diterima

Keputusan statistik hitung dan statistik tabel dapat juga diambil keputusan berdasarkan probabilitas, dengan dasar pengambilan keputusan :

- Jika probabilitas $>$ tingkat signifikan (0,05), maka H_a diterima dan H_o ditolak
- Jika probabilitas $<$ tingkat signifikan (0,05), maka H_a ditolakdan H_o diterima.

3.7.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang hampir mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambaran Umum Pasar Tradisional Pantai

Pasar Tradisional Pantai berdiri dari tahun 1998, (Radiati, wawancara, 11 juni 2022), pada awal beroperasi pedagang pasar di pasar

tradisional pantai masih lesehan, belum ada kios, los atau tempat-tempat yang memang layak untuk berdagang, fasilitas dan pengelolaan masih minim, hanya sebatas swadaya dari masing-masing pedagang. Tetapi seiring berjalannya waktu, perkembangan pasar cukup baik, sekarang para pedagang yang ada di Pasar Tradisional Pantai sudah menggunakan bangunan toko/kios, bak dan los. Pasar Tradisional Pantai beroperasi setiap hari sabtu dan berjualan berbagai macam kebutuhan rumah tangga. Pasar ini mulai buka sekitar pukul 07 pagi hingga pukul 13 siang. Penjual yang berdagang di pasar tradisional ini cukup banyak kurang lebih sekitar 154 orang pedagang (data pedagang di pasar tradisional pantai)

Para pedagang Pasar Tradisional pantai mayoritas berasal dari berbagai desa yang ada di Kecamatan Kuantan Mudik. Pasar terletak persis di pinggir jalan raya Desa Pantai Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan singing.

4.1.2 Gambaran Umum Pedagang

Pedagang pasar pantai merupakan pedagang yang berdagang dipasar tradisional pantai, yang menjual bahan-bahan pokok kebutuhan sehari-hari (buah- buahan, sayur-sayuran, aneka jajan, dan daging), maupun bahan-bahan kebutuhan tambahan lainnya (pakaian dan peralatan dapur). Mayoritas pedagang yang berjualan di Pasar Tradisional Pantai adalah berjenis kelamin perempuan. Pedagang mulai berjualan 07 pagi hingga pukul 13 siang. Penjual yang berdagang di pasar tradisional ini cukup banyak kurang lebih sekitar 154 orang pedagang. Pedagang yang menjadi

objek penelitian dalam penelitian ini adalah pedagang yang berjualan pakaian.

4.2 Deskripsi Data

Data pada penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan mendatangi langsung lokasi pengambilan sampel, yaitu di pasar tradisional pantai Kecamatan Kuantan Mudik. Proses pendistribusian hingga pengumpulan data dilakukan selama 1 hari dengan melakukan satu kali pengambilan data, yaitu dari tanggal 11 Juni 2022. Saat pengembalian kuesioner, seluruhnya kembali dan tidak terdapat kuesioner yang cacat ataupun hilang. Adapun rincian pendistribusian kuesioner tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1

Rincian Penyebaran Kuesioner

No.	Keterangan	Jumlah Kuesioner	Persentase (%)
1.	Distribusi Kuesioner	17	100%
2.	Kuesioner Kembali	17	100%
3.	Kuesioner yang cacat/tidak dapat diolah	0	0
4.	Kuesioner yang dapat diolah	17	100%
n sampel yang kembali = 17 $Responden\ Rate = (17/17) \times 100\%$ $= 100\%$			

Sumber : Pengolahan data, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 17 kuesioner yang dibagikan, tidak ada satupun kuesioner yang rusak sehingga kuesioner yang dikembalikan utuh yaitu sebanyak 17 kuesioner sehingga data yang dapat diolah yaitu 100%.

Dalam penelitian ini digunakan 4 karakteristik responden yaitu jenis kelamin, umur, pendidikan dan lama waktu usaha. Karakteristik tersebut akan dijelaskan lebih lanjut pada tabel mengenai data responden sebagai berikut:

4.3 Karakteristik Responden

4.3.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun deskripsi responden yang pertama yaitu berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	3	18%
Perempuan	14	82%
Jumlah	17	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 di atas yakni deskripsi identitas responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 3 orang dengan persentase 18% dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 14 orang dengan presentase 82%. Maka dapat disimpulkan bahwa pedagang pakaian yang berada di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan

Kuantan Mudik didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 14 orang dengan persentase 82%.

4.3.2 Karakteristik Berdasarkan Umur

Adapun deskripsi responden yang kedua yaitu berdasarkan umur yang dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut yang menunjukkan umur dari para responden:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
30-40 Tahun	9	53%
41-50 Tahun	5	29%
51-60 Tahun	3	18%
Jumlah	17	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 17 orang yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, responden yang berumur 30-40 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 53%, 31-40 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 29%, dan 41-50 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 18%, Hal ini dapat disimpulkan bahwa pedagang pakaian yang berada di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik didominasi oleh pedagang yang berumur antara 30-40 tahun berjumlah sebanyak 9 orang dengan persentase 53%.

4.3.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Adapun deskripsi responden yang ketiga yaitu berdasarkan pendidikan yang dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut yang menunjukkan pendidikan dari para responden:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
SD	7	41%
SMP	4	24%
SMA	6	35%
Jumlah	17	100%
Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir, yaitu SD sebanyak 7 orang dengan persentase 41%, SMP sebanyak 4 orang dengan persentase 24%, dan SMA sebanyak 6 orang dengan persentase 35%. Maka dapat disimpulkan bahwa pedagang pakaian yang berada di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik didominasi oleh pedagang yang berpendidikan SD sebanyak 7 orang dengan persentase 41%.

4.3.4 Lama Waktu Usaha

Adapun deskripsi responden yang keempat yaitu berdasarkan lama waktu usaha yang dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut yang menunjukkan lama waktu usaha dari para responden:

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Waktu Usaha

Lama Waktu Usaha	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1-5 Tahun	3	18%
6-10 Tahun	5	29%
11-15 Tahun	9	53%
Jumlah	17	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden yang memiliki lama waktu usaha 1-5 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 18%, 6-10 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 29%, dan 11-15 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 53%. Dari hasil tabel diatas, maka dapat di simpulkan bahwa pedagang pakaian yang berada di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik didominasi oleh pedagang yang lama waktu usahanya 11-15 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 53%.

4.4 Analisis Deskripsi variabel penelitian

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, dan minimum (Ghozali, 2013: 19). Analisis data penelilian ini dilakukan pada 20 item pernyataan dalam kuesioner yang dinilai oleh respondenpedagang Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik.

4.4.1 Variabel Etika Bisnis Islam (X)

Variabel etika bisnis islam(X) terdiri dari 10 item pernyataan, item pertama yaitu Sebelum mulai berdagang saya membaca *basmallah* (X.1), item kedua yaitu

Saya tidak melakukan proses jual beli ketika masuk waktu sholat (X.2), item ketiga yaitu saya member harga sesuai dengan kualitas barang (X.3), item keempat yaitu Saya terbuka berkaitan dengan respon pelanggan terhadap produk saya (X.4), item kelima Saya tidak merasa keberatan ketika berdampingan berjualan, dengan pedagang yang produk nya sama (X.5), item keenam yaitu Jika produk tidak ada saya menyarankan kepada penjual lain (X.6). item ketujuh yaitu Saya bersedia mengganti barang yang rusak bukan karena kesalahan pelanggan (X.7), item kedelapan yaitu Menjadi pedagang selain mencari keuntungan tapi juga untuk membantu kebutuhan pembeli (X.8), item kesembilan yaitu Saya melayani pelanggan dengan ramah (X.9), item kesepuluh yaitu Dalam menjalankan bisnis ini saya mengutamakan kenyamanan pembeli(X.10).

Adapun tanggapan responden terhadap item-item tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap Etika Bisnis Islam(X)

Item	Tanggapan Responden					Total	Rata-rata Item	Kriteria Penilaian
	STS	TS	KS	S	SS			
X.1	-	-	35,3%	29,4%	35,3%	100%	4.00	Baik
X.2	-	5,9%	11,7%	41,2%	41,2%	100%	4.18	Baik
X.3	-	-	35,3%	29,4%	35,3%	100%	4.00	Baik
X.4	-	5,9%	17,6%	41,2%	35,3%	100%	4.06	Baik
X.5	-	5,9%	35,3%	23,5%	35,3%	100%	3.88	Baik

X.6	-	5,9%	17,6%	35,3%	41,2%	100%	4.12	Baik
X.7	-	5,9%	23,5%	29,4%	41,2%	100%	4.06	Baik
X.8	-	5,9%	17,6%	47,1%	29,4%	100%	4.00	Baik
X.9	-	5,9%	17,6%	41,2%	35,3%	100%	4.06	Baik
X.10	5,9%	-	11,7%	47,1%	35,3%	100%	4.06	Baik
Rata-rata Variabel	4.04							Baik

Sumber : Data primer olahan, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 di atas untuk item Sebelum mulai berdagang saya membaca *basmallah* (X.1), sebagian besar responden menjawab kurang setuju dan sangat setuju yaitu 35,3% dengan rata-rata item sebesar 4,00 artinya rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk Item Saya tidak melakukan proses jual beli ketika masuk waktu sholat (X.2), sebagian besar responden menjawab setuju dan sangat setuju yaitu 41,2% dengan rata-rata item sebesar 4,18 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk item saya member harga sesuai dengan kualitas barang (X.3), sebagian besar responden menjawab kurang setuju dan sangat setuju yaitu 35,3% dengan rata-rata item sebesar 4,00 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk item Saya terbuka berkaitan dengan respon pelanggan terhadap produk saya(X.4), sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 41,2% dengan rata-rata item sebesar 4,06 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk item Saya tidak merasa keberatan ketika berdampingan berjualan,

dengan pedagang yang produk nya sama (X.5) sebagian besar responden menjawab kurang setuju dan sangat setuju yaitu 35,3% dengan rata-rata item sebesar 3,88 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk item Jika produk tidak ada saya menyarankan kepada penjual lain (X.6) sebagian besar responden menjawab sangat setuju yaitu 41,2% dengan rata-rata item sebesar 4,12 artinya rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. untuk item Saya bersedia mengganti barang yang rusak bukan karena kesalahan pelanggan (X.7), sebagian besar responden menjawab sangat setuju yaitu 41,2% dengan rata-rata item sebesar 4,06 artinya rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk Item Menjadi pedagang selain mencari keuntungan tapi juga untuk membantu kebutuhan pembeli (X.8), sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 47,1% dengan rata-rata item sebesar 4,00 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk item Saya melayani pelanggan dengan ramah (X.9), sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 41,2% dengan rata-rata item sebesar 4,06 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk item Dalam menjalankan bisnis ini saya mengutamakan kenyamanan pembeli(X.10), sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 47,1% dengan rata-rata item sebesar 4,06 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik.

Berdasarkan keseluruhan item yang digunakan untuk mengukur variabel etika bisnis islam(X_1) dalam penelitian ini, item yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah item (X.2), sebesar 4,18 kriteria penilaian baik dan yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu item (X.5) yang hanya sebesar 3,88. Maka diperoleh

rata-rata keseluruhan item sebesar 4,04. Artinya rata-rata responden dalam penelitian ini bahwa etika bisnis islam pedagang pasar Pantai Kecamatan Kuantan Mudik dalam kategori baik.

4.4.2 Variabel Keuntungan (Y)

Variabel keuntungan (Y) terdiri dari 10 item pernyataan, item pertama yaitu Adanya peningkatan kedatangan pelanggan setiap berjualan (Y.1), item kedua yaitu Pelanggan lama masih berlangganan (Y.2), item ketiga yaitu Tingkat pertumbuhan laba bersih dagangan saya semakin meningkat tiap bulannya (Y.3), item keempat yaitu Usaha saya mengalami peningkatan pesanan (Y.4), item kelima yaitu Perputaran uang usaha saya semakin cepat (Y.5), item keenam yaitu Saya mengembalikan modal dan mendapatkan keuntungan dengan waktu yang cepat (Y.6), item ketujuh yaitu Keuntungan usaha saya bisa untuk ditabung (Y.7), item kedelapan yaitu Keuntungan usaha saya terus berkembang (Y.8), item kesembilan Usaha saya telah mencapai keuntungan yang maksimal (Y.9). item kesepuluh Balik modal usaha saya termasuk cepat (Y.10).

Adapun tanggapan responden terhadap item-item tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Terhadap Keuntungan (Y)

Item	Tanggapan Responden					Total	Rata-rata Item	Kriteria Penilaian
	STS	TS	KS	S	SS			
Y.1	-	5,9%	5,9%	47,1%	41,1%	100%	4.24	Sangat Baik

Y.2	-	5,9%	5,9%	52,9%	35,3%	100%	4.18	Baik
Y.3	-	5,9%	23,5%	35,3%	35,3%	100%	4.00	Baik
Y.4	-	5,9%	17,6%	35,3%	41,2%	100%	4.12	Baik
Y.5	-	5,9%	11,7%	52,9%	29,4%	100%	4.06	Baik
Y.6	-	5,9%	11,7%	47,1%	35,3%	100%	4.12	Baik
Y.7	-	11,7%	5,9%	47,1%	35,3%	100%	4.06	Baik
Y.8	-	-	5,9%	52,9%	41,2%	100%	4.35	Sangat Baik
Y.9	-	5,9%	5,9%	58,8%	29,4%	100%	4.12	Baik
Y.10	-	-	5,9%	41,2%	52,9%	100%	4.47	Sangat Baik
Rata-rata Variabel	4.17							Baik

Sumber : Data primer olahan, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 di atas untuk item Adanya peningkatan kedatangan pelanggan setiap berjualan (Y.1), sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 47,1% dengan rata-rata item sebesar 4,24 artinya rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori sangat baik. Untuk Item Pelanggan lama masih berlangganan (Y.2), sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 52,9% dengan rata-rata item sebesar 4,18 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk item Tingkat pertumbuhan laba bersih dagangan saya semakin meningkat tiap bulannya (Y.3), sebagian besar responden menjawab setuju dan sangat setuju yaitu 35,3% dengan rata-rata item sebesar 4,00 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk item Usaha saya

mengalami peningkatan pesanan (Y.4), sebagian besar responden menjawab sangat setuju yaitu 41,2% dengan rata-rata item sebesar 4,12 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk item Perputaran uang usaha saya semakin cepat (Y.5), sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 52,9% dengan rata-rata item sebesar 4,06 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk item Saya mengembalikan modal dan mendapatkan keuntungan dengan waktu yang cepat (Y.6), sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 47,1% dengan rata-rata item sebesar 4,12 artinya rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk Item Keuntungan usaha saya bisa untuk ditabung (Y.7), sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 47,1% dengan rata-rata item sebesar 4,06 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk item Keuntungan usaha saya terus berkembang (Y.8), sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 52,9% dengan rata-rata item sebesar 4,35 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori sangat baik. Untuk item Usaha saya telah mencapai keuntungan yang maksimal (Y.9), sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 58,8% dengan rata-rata item sebesar 4,12 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Untuk item Balik modal usaha saya termasuk cepat (Y.10), sebagian besar responden menjawab sangat setuju yaitu 52,9% dengan rata-rata item sebesar 4,47 rata-rata responden dalam penelitian ini berada pada kategori sangat baik.

Berdasarkan keseluruhan item yang digunakan untuk mengukur keuntungan(Y) dalam penelitian ini, item yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah item (Y.10) sebesar 4,47 kriteria penilaian sangat baik dan yang memiliki

nilai rata-rata terendah yaitu item (Y.3) yang hanya sebesar 4,00. Maka diperoleh rata-rata keseluruhan item sebesar 4,17. Artinya rata-rata responden dalam penelitian ini bahwa variabel keuntungan pedagang pasar Pantai Kecamatan Kuantan Mudik dalam kategori baik.

4.5 Uji Kualitas Data

4.5.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor item instrumen dengan skor total. Nilai koefisien korelasi antara skor setiap item dengan skor total dihitung dengan analisis *corrected item-total correlation*. Kemudian r tabel (tarif nyata 5%) dapat diperoleh dengan persamaan yaitu:

$$r \text{ tabel} = \alpha/2 ; n-2$$

$$r \text{ tabel} = 0,05/2 ; 17-2$$

$$r \text{ tabel} = 0,025 ; 15$$

Suatu instrument penelitian dikatakan valid apabila memenuhi kriteria sebagai berikut :

- 1) Bila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka dinyatakan valid.
- 2) Bila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.8

Uji Validitas

No.	Indikator	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1.	Etika Bisnis Islam	X.1	0.700	0.482	VALID
		X.2	0.930	0.482	VALID
		X.3	0.763	0.482	VALID

		X.4	0.865	0.482	VALID
		X.5	0.789	0.482	VALID
		X.6	0.939	0.482	VALID
		X.7	0.975	0.482	VALID
		X.8	0.858	0.482	VALID
		X.9	0.907	0.482	VALID
		X.10	0.860	0.482	VALID
2.	Keuntungan (Y)	Y.1	0.811	0.482	VALID
		Y.2	0.903	0.482	VALID
		Y.3	0.872	0.482	VALID
		Y.4	0.937	0.482	VALID
		Y.5	0.805	0.482	VALID
		Y.6	0.973	0.482	VALID
		Y.7	0.953	0.482	VALID
		Y.8	0.716	0.482	VALID
		Y.9	0.711	0.482	VALID
		Y.10	0.747	0.482	VALID

Sumber : Data olahan, 2022

Pada tabel 4.8 uji validitas menunjukan bahwa nilai r_{hitung} variabel etika bisnis islam dan keuntungan lebih besar dibanding nilai r_{tabel} . Dengan demikian indikator atau kuesioner yang digunakan oleh variabel etika bisnis islam dan keuntungan dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

4.5.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan handal atau reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan untuk mengukur tingkat reliabilitas adalah *cronbach alpha* dengan cara membandingkan nilai *alpha* dengan standarnya. Koefisien *cronbach alpha* yang lebih dari 0,60 menunjukkan keandalan (reliabilitas) instrumen. Selain itu, yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Etika Bisnis Islam (X)	0,969	0,60	Reliabel
Keuntungan (Y)	0,965	0,60	Reliabel

Sumber : Data olahan, 2022

Pada tabel 4.9 uji reliabilitas menunjukan nilai *cronbach alpha* semua variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan indikator atau kuesioner yang digunakan variabel etika bisnis islam dan keuntungan dinyatakan dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

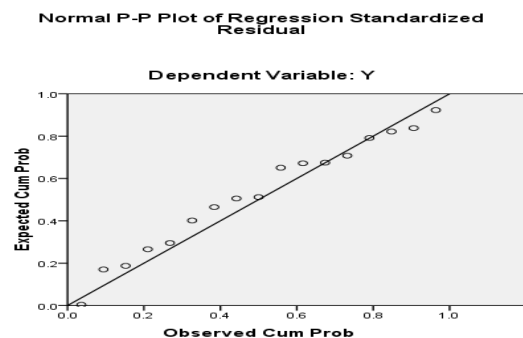
4.6 Uji Asumsi Klasik

4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan melalui metode grafik histogram dan grafik normal P-plot.

Gambar 4.1

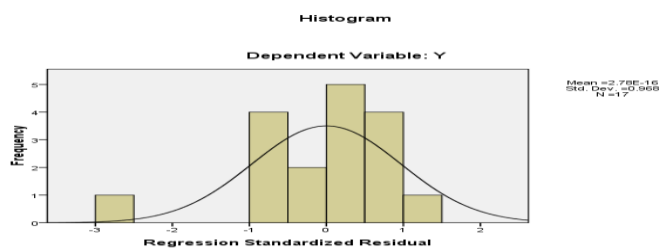
Grafik normal P-plot



Sumber : Data olahan, 2022

Gambar 4.2

Histogram



Sumber : Data olahan, 2022

Berdasarkan tampilan grafik normal P-Plot di atas dapat disimpulkan bahwa terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Sedangkan pada grafik histogram terlihat bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa grafik normal P-Plot dan grafik histogram menunjukkan bahwa regresi layak dipakai karena asumsi normalitas.

4.6.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflating Factor* (VIF).

Tabel 4.10

Uji Multikolinearitas

<i>Collinearity Statistics</i>			
Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Etika Bisnis Islam (X)	1.000	1.000	Bebas Multikolinearitas

Dependent Variable: Keuntungan

Sumber :Data olahan, 2022

Pada tabel 4.10 hasil perhitungan nilai VIF pada *full* model menunjukkan bahwa tidak ada nilai VIF > 10 sehingga dan mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa pada *full* model regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas.

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

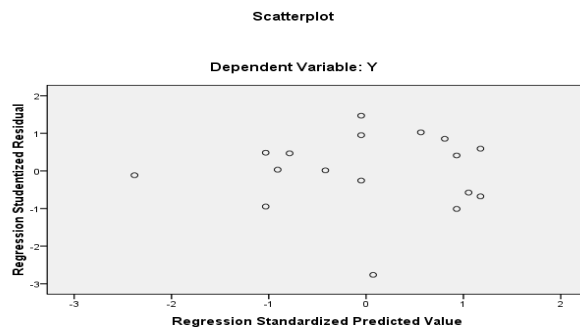
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka

disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model dengan homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan grafik *scatterplot*. Adapun dasar analisisnya sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur maka mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.3

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data olahan, 2022

Hasil uji yang ditampilkan pada gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk memprediksi kecurangan (*fraud*) berdasarkan masukan variabel-variabel independen yang digunakan.

4.7 Analisis Regresi sederhana

Untuk menguji hipotesis penelitian digunakan metode analisis regresi sederhana dengan bantuan *software* SPSS. Penelitian ini mempunyai satu hipotesis yang diuji dengan menggunakan regresi sederhana. Pengujian hipotesis ini tentang etika bisnis islam (X) terhadap keuntungan pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik (Y). Berdasarkan pada pengolahan data yang menggunakan *software* SPSS maka didapat suatu model regresi sederhana sebagai berikut:

Tabel 4.11
Koefisien Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	20.513	7.538	
X	.524	.183	.595

a. Dependent Variable: Keuntungan

Sumber : Data olahan, 2022

Dari Tabel 4.11 diatas, diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bx + e$$

$$Y = 20.518 + 0.524x + e$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas:

- Nilai konstanta (a) sebesar 20.513 . Artinya adalah apabila variabel independen

dianggap konstan, maka keuntungan pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik akan konstan sebesar 20.518.

- Nilai koefisien regresi etika bisnis islam sebesar 0.524. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan etika bisnis islam sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keuntungan pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik 0.524

4.8 Pengujian Hipotesis

Uji signifikansi t digunakan untuk melihat dan mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh tersebut signifikan atau tidak dengan melihat dari besarnya probabilitas value (p value) dibandingkan dengan 0,05 (Tarf signifikansi $\alpha = 5\%$). Hasil uji signifikansi t terhadap variabel penelitian dengan menggunakan *software SPSS 20.0 for Windows* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.513	7.538		2.721	.016
X	.524	.183	.595	2.865	.012

a. Dependent Variable: Keuntungan

Sumber : Data olahan, 2021

a. Hasil uji hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dan disajikan pada tabel 4.12 didapat nilai t hitung 2,865 dan P value 0,021. Kemudian t tabel (taraf nyata 5%) dapat diperoleh dengan persamaan $n - k - 1$; $\alpha/2 = 17 - 1 - 1$; $0,05/2 = 15$; $0,025 = 2,131$. Dengan demikian diketahui t hitung (2,865) > t tabel (2,131) dan P value (0,012) < (0,05). Maka dapat disimpulkan **H1 diterima**, yang artinya etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik. Jadi semakin baik etika bisnis islam pedagang pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik maka akan semakin baik pula keuntungan yang diperoleh oleh pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik.

4.9 Pembahasan Hasil Penelitian

4.9.1 Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Pantai

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Sebagaimana dalam Al-qur'an surah An-nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَتْ بَحْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An Nisaa' : 29)

Al-Qur'an memerintahkan kepada manusia untuk bertindak jujur, tulus, ikhlas, dan benar dalam semua perjalanan hidupnya, dan hal ini sangat dituntut dalam bidang bisnis. Islam memerintahkan semua transaksi bisnis harus dilakukan dengan jujur, terus terang, memperlakukan pembeli dengan baik, menjaga silaturahmi sesama pedagang dan tidak dibenarkan adanya penipuan, kebohongan serta eksploitasi dalam segala bentuknya. Perintah ini mengharuskan setiap pelaku bisnis untuk berlaku adil dan lurus dalam semua transaksi bisnisnya. Pemahaman para pelaku bisnis juga sangat penting untuk keberlangsungan usaha mereka, agar mendapatkan ridho dari Allah SWT serta keberkahan didalamnya

Etika Bisnis Islam sangat penting dalam transaksi jual beli. Bahkan di dalam Al-Quran dan Hadist ada penjelasannya. Tujuan dari transaksi jual beli adalah

untuk mendapatkan keuntungan. Namun, keuntungan tersebut haruslah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam..

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan penulis diketahui bahwa beberapa Pedagang Di Pasar Tradisional Pantai telah menerapkan prinsip Etika Bisnis Islam dengan baik, walau tak di pungkiri pula masih ada yang kurang baik dalam menerapkan Etika Bisnis Islam

Seperti yang di katakan oleh salah satu pedagang pakaian yang bernama Simar ia berkata ”menurut saya arti kejujuran sangat penting karena kejujuran akan membawa rizki. Kalau kita jujur membuat calon pembeli percaya sehingga pembeli akan datang dan tetap setia pada kita” (simar, wawancara, 11 juni 2022)

Pendapat serupa disampaikan oleh Ibu Isam “Sedikit mengetahui tentang etika dalam bisnis Islam, kita berdagang kita ambil cara yang baik aja. Jangan sampai mengecewakan pembeli, menerima komplain jika barang yang dibeli bermasalah.”

Sifat jujur dapat menumbuhkan kasih sayang antara sesama manusia, Hal ini sesuai dengan diajarkan Rasulullah SAW tentang kesempurnaan seorang muslim, sifat jujur dalam menjalankan usaha dapat mengarah pada kejujuran pada kehidupan sehari-hari, terutama dalam melakukan transaksi jual beli dan berinteraksi antar sesama manusia.

Prinsip Kesatuan Prinsip kesatuan merupakan prinsip yang menggambarkan keimanan dan ketaqwaan manusia kepada Allah SWT. Maka dalam melakukan transaksi jual beli, harus sesuai dengan syariat Islam. pedagang di Pasar Tradisional pantai telah melaksanakan prinsip kesatuan. Hal ini dibuktikan dengan hasil

wawancara, yang menjelaskan bahwa pedagang tidak meninggalkan sholat ketika sudah masuk waktunya untuk melakukan sholat.

Selanjutnya mengenai pemahaman tentang keseimbangan atau keadilan yang dilakukan oleh para pedagang ditunjukkan dengan memberikan pelayanan. Prinsip keseimbangan keadilan dalam transaksi jual beli merupakan prinsip yang menggambarkan tindakan pedagang terhadap pembeli, sehingga tidak ada pihak yang merasa terdzalimi. Seperti salah seorang pedagang yang bernama siel ia berpendapat bahwa dalam memberikan harga harus sesuai dengan kualitas barang yang di jual dan pedagang harus menerima komplain dari pembeli terkait barang yang dijual. Adil pula dalam memperlakukan pembeli, Dengan sikap secara adil kepada pembeli akan merasakan kepuasannya karena tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya, semua harus merasakan kualitas pelayanan yang baik.

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan baik dari hasil observasi maupun dari hasil wawancara dengan para pedagang pakaian di Pasar Tradisional Pantai menunjukkan bahwa sebagian besar cara berdagang pada pedagang di Pasar Tradisional Pantai telah sesuai dengan etika bisnis Islam namun sebagian juga ada yang belum menerapkan Etika Bisnis Islam seperti kurang ramah dalam memberikan pelayanan kepada pembeli.

4.9.2 Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap terhadap keuntungan pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik

Berdasarkan uji hipotesis di atas, yaitu etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan pedagang di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik. Ini berarti bahwa semakin baik etika bisnis islam

pedangang pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik maka akan semakin baik pula keuntungan yang diperoleh oleh pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik

Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung $> t$ tabel $(2,865) > (2,131)$ dengan nilai signifikan sebesar 0,012. Nilai signifikan kurang dari 0,05, ini menunjukkan variabel yaitu etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan pedagang di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik, dapat di simpulkan bahwa H1 diterima.

Bisnis memiliki pengertian yang sangat luas. Aktifitas bisnis bukan saja kegiatan dalam rangka menghasilkan barang dan jasa, tetapi juga termasuk kegiatan mendistribusikan barang dan jasa tersebut ke pihak-pihak yang memerlukan serta aktivitas lain yang mendukung kegiatan produksi dan distribusi tersebut. Etika bisnis merupakan suatu pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal. Etika bisnis Islam setiap pelaku bisnis (wirausaha) dalam berdagang hendaknya tidak semata-mata bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, akan tetapi yang paling penting adalah mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT. Profit bukanlah semata-mata tujuan yang harus selalu diutamakan. Dunia bisnis juga harus berfungsi sebagai sosial dan harus dioperasikan dengan mengindahkan etika-etika yang berlaku di masyarakat. Para pengusaha juga harus menghindar dari upaya yang menyalah gunakan segala cara untuk mengejar keuntungan pribadi semata tanpa peduli berbagai akibat yang merugikan pihak lain.

Keuntungan yang diperoleh merupakan rezeki dari Allah swt atas usaha yang dilakukan pebisnis untuk mencari karunia-Nya. Sebelum melakukan aktivitas berdagang dan mencari karunia Allah swt hendaknya melaksanakan solat terlebih dahulu. Hal tersebut dikarenakan solat dapat mencegah perbuatan keji, sehingga dengan melaksanakan solat sebelum berbisnis maka akan mencegah pelanggaran-pelanggaran etika yang menyimpang dari ajaran Islam.

Hasil penelitian yang diperoleh diketahui bahwa pengetahuan yang dimiliki seorang pedagang merupakan cerminan jati dirinya di dalam berdagang. Setiap orang memiliki pengetahuan yang berbeda-beda di dalam hidupnya yang dapat diperoleh melalui pendidikan formal atau non formal dan pengetahuan ini diperoleh sepanjang hidupnya, namun yang menjadi pertanyaan apakah pengetahuan tersebut digunakan untuk hal-hal yang baik atau tidak sehingga pengetahuan yang dimiliki tersebut merupakan acuan seseorang melakukan kegiatannya, apakah dengan norma-norma yang berlaku atau tidak.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Faisal Yusuf Syaputra (2016), Sri Umi Kalsum (2020) yang menyatakan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh terhadap keuntungan usaha.

4.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel partisipasi anggaran dan akuntansi pertanggung jawaban dalam menerangkan variasi variabel keuntungan pedagang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.13

Hasil Uji Determinasi (Uji R)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.595 ^a	.354	.311	5.971

a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis Islam

b. Dependent Variable: Keuntungan

Sumber : Data olahan, 2022

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dan disajikan pada tabel 4.13 diatas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,311. Artinya sumbangan pengaruh etika bisnis islam terhadap keuntungan pedagang di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik sebesar 31,1%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Angka koefisien korelasi (R) pada tabel sebesar 0,595 menunjukkan bahwa hubungan antar variabel independen dengan varibel dependen sangat kuat karena memiliki nilai korelasi diatas 0,05. *Standar Error of the Estimate* (SEE) sebesar 5,971 makin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis islam terhadap terhadap keuntungan pedagang di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan model regresi sederhana, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Pasar Tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik sikap rata-rata pedagang di pasar telah melakukan jual beli sesuai dengan Etika Bisnis Islam, namun sebagian juga ada yang belum menerapkan Etika Bisnis Islam seperti kurang ramah dalam memberikan pelayanan kepada pembeli..
2. Etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik, dengan tingkat signifikan sebesar 0,012. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik etika bisnis islam pedagang maka akan semakin baik pula keuntungan yang diperoleh oleh pedagang di pasar tradisional Pantai Kecamatan Kuantan Mudik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk penelitian berikutnya antara lain:

1. Walau keadaan bagaimanapun seorang wirausaha harus mengedepankan etika di dalam menjalankan bisnis sesuai dengan Al-Quran dan Sunnah. Untuk mewujudkan hal tersebut, maka para pelaku bisnis lebih mendalami Al-Quran

tentang menjalankan bisnis melalui ceramah-ceramah, seminar-seminar mengenai bisnis berlatar belakang syariah dan lainnya sehingga kegiatan ekonomi yang dijalankan adalah kegiatan ekonomi syariah.

2. Mengingat banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keuntungan, maka sangat dipandang perlu bagi peneliti lainnya untuk meneliti faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini sehingga dapat menambah wawasan bagi masyarakat khususnya para pelaku bisnis.