

**PENGARUH PENGETAHUAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN
RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG MUSLIM
(Studi kasus: Pedagang di Pasar Kota Langsa)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**



Oleh:

DWI AMARA PUTRI
NIM 4012017106

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
LANGSA
2021**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG MUSLIM (Studi kasus pada pedagang di Pasar Kota Langsa)

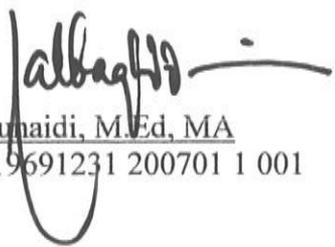
Oleh:

Dwi Amara Putri
Nim. 4012017106

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Langsa, 11 Januari 2022

acc. 26/1/22
Pembimbing I


Drs. Jumaidi, M.Ed, MA
NIP. 19691231 200701 1 001

Pembimbing II


Dr. Early Ridho Kismawadi, MA
NIP. 2011118901

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Dr. Syamsul Rizal, M.S
NIP. 19781215 200912 1 002

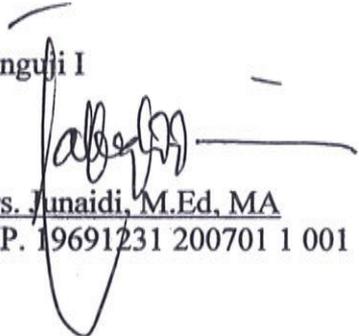
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul **“PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG MUSLIM (Studi kasus pada pedagang di Pasar Kota Langsa)”** an. Dwi Amara Putri, NIM 4012017106 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program Studi Perbankan Syariah.

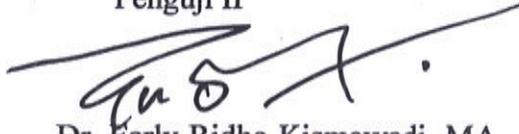
Langsa, 17 Februari 2022

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

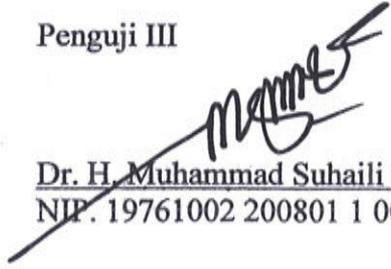
Penguji I


Drs. Junaidi, M.Ed, MA
NIP. 19691231 200701 1 001

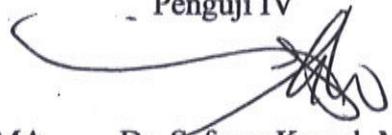
Penguji II


Dr. Early Ridho Kismawadi, MA
NIDN. 2011118901

Penguji III


Dr. H. Muhammad Suhaili Sufyan, Lc, MA
NIP. 19761002 200801 1 009

Penguji IV


Dr. Safwan Kamal, M.E.I
NIP. 19900518 202012 1 011

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa


Dr. Iskandar, M.CL
NIP. 19650616 199503 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Amara Putri
Nim : 4012017106
Tempat/tgl. Lahir : Langsa, 12-Maret-2000
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Jl. Peutua Usuh, Lor. Abadi, Dusun TP Buegeng,
Desa Alue Beurawe, Langsa Kota, Kota Langsa.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG MUSLIM (Studi kasus pada pedagang di Pasar Kota Langsa)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 11 Januari 2022

Yang membuat pernyataan



Dwi Amara Putri

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman dari kamu sekalian dan orang-orang yang berilmu beberapa derajat”

(QS Al Mujadalah : 11)

“Allah menganugerahkan hikmah kepada siapa yang dikehendaknya. Dan barangsiapa yang dianugerahi hikmah, ia benar-benar telah dianugerahi karunia yang banyak. Dan hanya orang-orang berakallah yang dapat mengambil pelajaran (dari firman Allah)”

(QS Al Baqarah : 269)

“Dan ketahuilah, pertolongan itu bersama kesabaran, jalan keluar itu bersama permasalahan dan bersama kesulitan ada kemudahan”

(HR Tirmidzi)

Puji dan syukur atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, pemahaman serta kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa. Metode yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan penarikan sampel *probability sampling* dengan cara *simple random sampling*. Sampel yang digunakan adalah pedagang di pusat pasar Kota Langsa yang terletak di Kecamatan Langsa Kota sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan membagikan kepada pedagang di pusat pasar Kota Langsa. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesa (uji t, uji F dan R^2). Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa variabel independen etika bisnis Islam secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang muslim dengan nilai $t_{hitung} 2,393 > t_{tabel} 1,987$ dan $sig 0,019 < 0,05$, dan variabel religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan ekonomi masyarakat dengan nilai $t_{hitung} 4,375 > t_{tabel} 1,987$ dan $sig 0,000 < 0,05$. Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama antara variabel etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang muslim dengan nilai $F_{hitung} 39,100 > f_{tabel} 3,10$. Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan analisis koefisiensi determinasi (*adjusted R²*) bahwa 46,1% variasi nilai perilaku pedagang muslim ditentukan oleh dua variabel yang berpengaruh yaitu etika bisnis Islam dan religiusitas. Sedangkan sisanya 53,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan tersebut diatas.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Perilaku Pedagang Muslim, Religiusitas

Abstract

This study aims to determine the effect of Islamic business ethics and religiosity on the behavior of Muslim traders in the Langsa City market. The method used is a quantitative approach. This research uses probability sampling with simple random sampling. The sample used is a trader in the market center of Langsa City which is located in Langsa Kota District as many as 90 respondents. The data collection technique used a questionnaire by distributing it to traders at the Langsa City market center. The data analysis method used multiple linear regression, classical assumption test, and hypothesis testing (t test, F and R2 test). The results of the t-test showed that the independent variable of Islamic business ethics partially had a positive and significant effect on the behavior of Muslim traders with a value of $t_{count} 2,393 > t_{table} 1,987$ and $sig 0.019 < 0.05$, and the religiosity variable partially had a positive and significant effect on improving the community's economy by $t_{count} 4.375 > t_{table} 1.987$ and $sig 0.000 < 0.05$. The results of the F test show that there is a positive and significant effect jointly between the variables of Islamic business ethics and religiosity on the behavior of Muslim traders with an $F_{count} 39.100 > f_{table} 3.10$. The conclusion of this study is based on the coefficient of determination analysis (adjusted R2) that 46.1% of the variation in the value of Muslim traders' behavior is determined by two influential variables, namely Islamic business ethics and religiosity. While the remaining 53.9% is explained by other variables that are not included in the equation above.

Keywords: Islamic Business Ethics, Muslim Trader Behavior, Religiosity

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullah wabarakatuh

Puji dan syukur yang tak terhingga saya sebagai penyusun panjatkan atas berkah dari Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Salawat dan salam tidak lupa penyusun ucapkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah memperjuangkan kehidupan umatnya sehingga umatnya saat ini dapat merasakan indahnya Islam sebagai agama untuk membawa kebahagiaan dunia dan akhirat. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dengan itu penulis menulis skripsi yang berjudul **“Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi kasus pada pedagang di Pasar Kota Langsa)”**.

Upaya penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik moral maupun materil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa.
2. Bapak Dr. Iskandar, MCL selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.
3. Bapak Dr. Syamsul Rizal, M. Si, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa
4. Bapak Junaidi, M.ED, MA sebagai Pembimbing I yang telah dengan tulus membantu dan membimbing penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Dr. Early Ridho Kismawadi, MA sebagai Pembimbing II yang telah dengan tulus membantu dan membimbing penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Seluruh Dosen dan Staf IAIN Langsa.

7. Ayahanda dan ibunda yang telah bersusah payah mengasuh, membimbing dan membantu penulis dalam segala hal, terutama doa yang telah mereka panjatkan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan dan seangkatan Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang ikut membantu dan memberikan dukungan serta masukan demi selesainya skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan ganjaran yang terbaik dari Allah SWT. Selain itu, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik yang membangun serta saran-saran yang bermanfaat sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi khasanah ilmu ekonomi islam untuk kita yang membaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Langsa, 11 Januari 2022

Dwi Amara Putri
4012017106

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣ	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	D	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal.

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	L
—	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antarharkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ي' —	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و —	Fathah dan waw	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ل	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي —	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و ---	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

d. Ta marbutah.

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- 1) ta marbutahhidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

- 2) ta marbutahmati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

- 3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata ituterpisah, maka ta marbūtah itu di transliterasikan dengan ha (h).

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydīd dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

f. Kata Sandang.

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- 1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- 2) Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu..

Contoh:

- Ar-rajulu : الرجل
- As-sayyidatu: السيدة
- Al-qalamu : القلم

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh :

- Ta'khuzuna : تاخذن
- An-nau' : النوء
- Syai'un : شئ

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda) maupun harf, ditulisterpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya:

Contoh :

- Wainnallāhalahuakhairar-rāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Wainnallāhalahuakhairurrāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Faufū al-kailawā al-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Faufū al-kailawā al-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Bismillāhimajrehāwamursāhā : بسم الله مجر اها ومر سها
- Walillāhi 'alan-nāsihijju al-baiti : والله على الناس حخ البيت

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: Huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri sendiri, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wamā Muhammadunillārasūl
- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Nasrunminallāhiwafathunqarib
- Lillāhi al-amrujami'an

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman tranliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman tranliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL
PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Penelitian.....	10
1.4 Perumusan Masalah	10
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.6 Penjelasan Istilah	12
1.7 Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Etika Bisnis Islam	14
2.1.1 Pengertian Etika Bisnis Islam	14
2.1.2 Indikator Etika Bisnis Islam.....	17
2.1.3 Fungsi Etika Bisnis Islam	18
2.1.4 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	18
2.2 Religiusitas.....	20
2.2.1 Pengertian Religiusitas.....	20
2.2.2 Indikator Religiusitas	21
2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas	22
2.3.4 Fungsi Agama (Religius) Bagi Manusia.....	23
2.3 Perilaku Pedagang.....	25
2.3.1 Pengertian Perilaku Pedagang.....	25
2.3.2 Indikator Perilaku Pedagang.....	26
2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku.....	27
2.3.4 Perilaku Pedagang Muslim	27
2.3.5 Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim...	28
2.3.6 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim	30

2.4 Penelitian Terdahulu	33
2.5 Kerangka Pemikiran.....	39
2.6 Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Pendekatan Penelitian	42
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	42
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel.....	43
3.4 Sumber Data Penelitian.....	44
3.5 Instrumen Pengumpulan Data.....	44
3.5.1 Observasi.....	44
3.5.2 Kuesioner	45
3.5.3 Dokumentasi	46
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.7.1.1 Uji Validitas.....	49
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	49
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	50
3.7.2.1 Uji Normalitas.....	50
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas.....	50
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas	51
3.7.2.4 Uji Autokorelasi.....	52
3.7.2.5 Uji Linearitas	52
3.7.3 Pengujian Hipotesis.....	52
3.7.3.1 Uji Parsial (Uji T)	52
3.7.3.2 Uji Simultan (Uji F).....	53
3.7.3.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian	55
4.2 Karakteristik Responden	56
4.3 Hasil Uji Analisis Data.....	60
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	60
4.3.1.1 Uji Validitas.....	60
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	62
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	63
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	63
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas	66
4.3.2.3 Uji Heterokedastisitas	66
4.3.2.4 Uji Autokorelasi	67
4.3.2.5 Uji Linearitas.....	68
4.3.3 Analisis Regresi Berganda	70
4.3.4 Uji Hipotesis.....	71

4.3.4.1 Uji t	71
4.3.4.2 Uji F	72
4.3.4.3 Analisis Koefisiensi Determinasi.....	73
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian	74
4.4.1 Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Kota Langsa	74
4.4.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Kota Langsa.....	76
4.4.3 Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Kota Langsa	78
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
DAFTAR LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1	Skala Pengukuran Kuesioner	46
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	57
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	58
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	59
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.11	Hasil Uji Autokorelasi	68
Tabel 4.12	Hasil Uji Linearitas Etika Bisnis Islam.....	69
Tabel 4.13	Hasil Uji Linearitas Religiusitas	69
Tabel 4.14	Hasil Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.15	Hasil Uji t.....	71
Tabel 4.16	Hasil Uji F.....	73
Tabel 4.17	Hasil Uji Determinasi.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4.1	Kurva Normal P - Plot.....	64
Gambar 4.2	Histogram	64
Gambar 4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang sempurna, mengatur seluruh kehidupan manusia baik di dalam urusan dunia maupun akhirat. Islam tidak membuat batasan terhadap kedua urusan tersebut. Ketika menyelesaikan permasalahan duniawi maka tuntunan agama utamanya tauhid menjadi landasan berpijak. Persoalan dunia seperti produksi, konsumsi, transaksi bisnis, tata kelola perusahaan dan lain sebagainya diberikan solusi berdasarkan tuntunan agama dan kaidah Islam. Sehingga perilaku manusia dalam aktifitas duniawi tersebut tetap berpijak dalam koridor tuntunan agama. Terdapat perbedaan mendasar antara bisnis Islam dan konvensional yaitu perbedaan yang terletak pada tujuan hidup yang akan mengakibatkan perbedaan dalam menyikapi permasalahan ekonomi bisnis. Tujuan hidup dalam Islam yaitu beribadah kepada Allah Swt sehingga hal inilah yang menuntun umat Muslim untuk melakukan segala aktifitas duniawi.¹

Islam memerintahkan seluruh umat Muslim untuk bekerja yang diberlandaskan akan iman, akhlak dan etika kerja. Bekerja merupakan salah satu bentuk yang dapat memberikan kesempatan bagi manusia untuk memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia untuk mencari nafkah, maka Allah Swt melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat di manfaatkan

¹ Nurlina T. Muhyiddin, dkk, *Ekonomi Bisnis Menurut Perspektif Islam dan Konvensional*, (Jawa Timur: Penerbit Peneleh, 2020), h. 1-2.

oleh manusia untuk mencari rezeki. Salah satu bentuk bekerja yang sangat dianjurkan di dalam Islam adalah berdagang.²

Bisnis atau berdagang adalah salah satu aktifitas yang dilakukan oleh manusia di muka bumi untuk menjalani keberlangsungan kehidupan di dunia. Aktivitas bisnis berdasarkan Al Quran mempunyai dua tujuan utama yaitu untuk mencari keuntungan di dunia dan keuntungan di akhirat. Dalam bisnis, kegiatan yang dilakukan bukan hanya untuk menghasilkan barang dan jasa, namun juga kegiatan dalam mendistribusikan barang dan jasa tersebut kepada pihak-pihak yang memerlukan serta aktivitas lain yang mendukung kegiatan produksi dan distribusi tersebut.³

Rasulullah SAW adalah pelaku perdagangan yang menjadi contoh terbaik untuk praktik perdagangan di zaman Jahiliyah. Keberhasilan Rasulullah SAW dalam berdagang dipengaruhi oleh kepribadian dan perilakunya, dimana dalam berdagang Rasulullah SAW selalu menerapkan nilai-nilai etika. Etika bisnis Rasulullah dalam praktek perdagangannya seperti *siddiq* (jujur, benar), *amanah* (tanggung jawab, kredibilitas dan kepercayaan), tidak melakukan *al-ghabn* dan *tadlis*, menjauhi praktik *gharar*, tepat menimbang, tidak melakukan penimbunan barang (*ikhhtikar*), dan saling mnguntungkan. Sebagai umatnya, manusia harus bisa mengikuti dan meneladani akhlak berbisnis Rasulullah SAW.⁴

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dilihat sebagai dua hal yang bertentangan, hal ini dikarenakan bisnis merupakan simbol dari urusan

² Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h. 17.

³ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 12.

⁴ Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. .38.

duniawi serta bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, aktifitas bisnis bukan hanya dibatasi oleh urusan dunia saja, akan tetapi tetapi juga meliputi seluruh kegiatan manusia di dunia yang diniatkan sebagai ibadah untuk meraih keuntungan atau pahala di akhirat.⁵

Aceh merupakan salah satu provinsi bagian dari Negara Kesatuan Republik Indonesia yang memiliki keistimewaan dalam bidang agama dan juga merupakan wilayah pertama masuknya agama Islam di Indonesia. Mayoritas masyarakat Aceh adalah Islam dengan jumlah 4.356.624 atau 98,89% dari total masyarakat Aceh.⁶ Oleh karena itu, segala bentuk kehidupan yang ada di Aceh berlandaskan pada syariat Islam, tidak terkecuali dalam hal perdagangan. Salah satu kota di Provinsi Aceh yang didominasi oleh sektor perdagangan adalah Kota Langsa. Sektor perdagangan di Kota Langsa hingga tahun 2020 terus meningkat secara signifikan. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Langsa bahwa jumlah pedagang di Kota Langsa pada tahun 2020 adalah 2.187 pedagang.⁷

Dalam melakukan aktifitas perdagangan, maka hal yang paling utama yang harus diperhatikan adalah perilaku pedagang. Perilaku pedagang terdiri dari dua

⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 97.

⁶ Marzuki Abubakar, "Syariat Islam di Aceh: Sebuah Model Kerukunan dan Kebebasan Beragama", *Jurnal Media Syariah*, Vol. XIII, No, 1, 2019, h. 99.

⁷ Badan Pusat Statistik Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka 2021*, (Langsa: BPS Kota Langsa, 2021), h. 438.

kata, yaitu perilaku dan pedagang. Perilaku merupakan tindakan-tindakan manusia yang dapat diukur dan diamati,⁸ dan pedagang merupakan orang yang melakukan aktifitas-aktifitas perdagangan, memperjualbelikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang merupakan tindakan-tindakan yang dimiliki oleh pedagang, dalam menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang terjadi sekarang.⁹

Berdagang merupakan kegiatan yang berhubungan dengan manusia, jika berhubungan dengan manusia maka hal ini juga berhubungan dengan perasaan. Oleh karena itu, norma atau nilai yang berlaku baik di dalam lingkungan masyarakat juga harus ikut ke dalam setiap aktifitas dan kehidupan perniagaan seseorang. Jika dipandang dari sisi ekonomi, maka perdagangan yang baik dan berkualitas itu merupakan perdagangan yang dapat membawa banyak keuntungan bagi pelakunya. Namun, dalam keuntungan yang didapatkan di dalam perdagangan bukan hanya yang bersifat sepihak dikarenakan perdagangan berlangsung sebagai interaksi yang menguntungkan antar kedua belah pihak pelaku perdagangan yang terlibat, sehingga suatu perdagangan yang baik dan berkualitas harus memenuhi standar etis. Oleh karena itu, di dalam aktifitas perdagangan bukan hanya semata-mata untuk mencari keuntungan akan tetapi juga diperlukan adanya nilai etika di dalam berdagang.¹⁰

⁸ Zainuddin Mustafa, *Perilaku Organisasi Dalam Perspektif Manajemen Organisasi*, (Makasar: Celebes Media Perkasa, 2018), h. 7.

⁹ Ni Komang Aprilia Enisari, *Penalaran Abad 21*, (Jawa Barat: Jejak Publisher, 2020), h. 201.

¹⁰ Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan...* h. 3.

Etika bisnis Islam merupakan salah satu cara untuk membentuk perilaku, nilai dan norma dalam membangun hubungan yang baik, adil dan sehat dengan pelanggan.¹¹ Etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip dan norma yang mana para pelaku bisnis harus menjunjungnya dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi dengan harapan agar dapat mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat. Etika bisnis Islam dapat membantu seseorang dalam memahami suatu bisnis persaingan yang sulit sekalipun, menjaga sopan santun, bagaimana bersikap manis, berbisnis dengan jujur dan berkualitas, berpakaian yang baik sampai bertutur kata sehingga hal ini akan memberikan dampak positif bagi pelaku bisnis dikarenakan konsumen akan merasa senang akan pelayanan yang telah diberikan dan juga akan memberikan keuntungan secara duniawi (pendapatan) dan juga keuntungan di akhirat (pahala).¹²

Di dalam etika bisnis Islam, kejujuran, sikap bertanggung jawab, ramah, tidak menjelekkkan bisnis orang lain, timbangan yang tepat dan benar merupakan prinsip utama di dalam melakukan aktifitas perdagangan sebagaimana petunjuk yang telah diberikan oleh Rasulullah SAW. Ilmu pengetahuan telah memberikan banyak berkah dan melimpah kepada manusia. Memperluas akses, mencari informasi terutama tentang bagaimana cara berdagang yang diajarkan oleh Rasulullah akan sangat membantu bagi manusia untuk berdagang dan mendapatkan keuntungan dunia dan akhirat¹³ Akan tetapi berdasarkan hasil wawancara awal dengan masyarakat yang merupakan pembeli di pasar Kota

¹¹ Ni Komang Aprilia Enisari, *Penalaran Abad 21*,...h. 202.

¹² Iwan Aprianto, dkk, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h. 4.

¹³ Sabar Echdar dan Maryadi, *Business Ethics and Entrepreneurship: Etika Bisnis dan Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 118-119.

Langsa, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat pedagang yang melakukan aktifitas perdagangan yang menyimpang dari etika bisnis Islam. Terdapat beberapa pedagang yang apabila konsumen membatalkan pembeliannya dikarenakan ketidaksesuaian barang yang diinginkan, maka pedagang akan menampilkan raut wajah yang tidak menyenangkan dan merubah nada suara menjadi terkesan kasar dan tidak ramah kepada pembeli. Selain itu, masih terdapat pedagang yang berbuat curang dengan cara mengurangi berat pada timbangan dan menyembunyikan barang berkualitas buruk diantara barang berkualitas baik contohnya seperti ikan atau hasil laut lainnya yang berkualitas baik dicampur dengan ikan yang berkualitas rendah.¹⁴

Selain itu, religiusitas juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku seorang pedagang. Religiusitas dapat diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah serta kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.¹⁵ Religiusitas merupakan unsur-unsur yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang yang beragama dan bukan sekedar mengaku punya agama. Dalam Islam religiusitas tercermin dalam pengalaman aqidah, syariah, dan akhlak. Bila semua unsur itu telah dimiliki seseorang maka dia itulah insan beragama yang sesungguhnya.¹⁶

¹⁴ Hasil wawancara awal dengan 5 pembeli di pasar Kota Langsa pada tanggal 2 Juli 2021.

¹⁵ Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengetahui Kreativitas Perspektif Psikologi Agama*, (Yogyakarta: Menara Kudus, 2012), h. 71.

¹⁶ Zakiah Daratjad, *Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta: Bulan Bintang, 2015), h.76.

Dalam Islam, manusia diperintahkan untuk berusaha dan bekerja mencari rezeki sebagai karunia Allah Swt. Bekerja merupakan kewajiban setiap manusia untuk memenuhi kehidupan hidupnya. Namun manusia harus tetap bisa menyeimbangkan antara kehidupan di dunia dan persiapan di kehidupan akhirat kelak. Caranya yaitu dengan tetap melaksanakan ibadah secara rutin dan bekerja secara giat untuk memenuhi kebutuhan hidup di dunia. Seperti Firman Allah Swt dalam Quran Surah Al-Jumu'ah Ayat 9 dan 10:¹⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (٩) فَإِذَا فُضِّيتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (١٠)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila diseru untuk menunaikan salat pada hari Jumat, maka bersegeralah kamu untuk mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (QS. Al Jumu'ah: 9-10).

Pada Quran Surah Al-Jumu'ah Ayat 9 dan 10 menjelaskan bahwa dalam berbisnis (mencari rezeki dengan karunia Allah Swt) dilakukan setelah melaksanakan sholat dan tidak boleh untuk mengesampingkan ibadah sholat bahkan Allah Swt memerintahkan kepada manusia untuk meninggalkan segala aktifitas jual beli ketika waktu shalat telah tiba. Sehingga, walaupun bekerja merupakan kewajiban manusia akan tetapi kewajiban ibadah sholat merupakan prioritas utama dan paling mendasar dalam agama Islam. Selain itu, lokasi pasar Kota Langsa yang sangat berdekatan dengan Masjid Raya Darul Falah yang

¹⁷ Endang Suherman dan Ahmad Dimiyati, *Pendidikan Agama Islam*, (Bandung: Grafindo Media Pratama, 2012), h. 16-17.

merupakan masjid sentral yang ada di Kota Langsa sehingga sangat memudahkan bagi para pedagang untuk menunaikan ibadah sholat.¹⁸ Akan tetapi, berdasarkan hasil observasi awal peneliti, ditemukan bahwa masih banyak terdapat pedagang di pasar Kota Langsa yang diduga mengabaikan ibadah sholat. Ketika waktu sholat telah tiba, masih banyak pedagang yang sibuk dengan aktifitas perdagangannya dan mengesampingkan ibadah sholat mereka. Hal ini tidak sesuai dengan perilaku pedagang yang beragama Muslim yang seharusnya lebih mengutamakan ibadah kepada Allah Swt dari pada hanya berfokus kepada keuntungan duniawi saja.¹⁹

Religiusitas merupakan tindakan yang bukan hanya sekedar tindakan-tindakan kewajiban sholat, puasa dan lain sebagainya. Akan tetapi religiusitas lebih dari pada itu, yaitu keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji yang dilakukan demi memperoleh ridha dari Allah SWT.²⁰ Seorang muslim yang mempunyai tingkat keagamaan (religiusitas) yang tinggi juga akan selalu berupaya untuk menjalankan syariat islam. Dengan memegang teguh ajaran islam, manusia akan memiliki kualitas sikap yang terpuji sebagai identitas keislamannya dan dapat terlihat dari perilaku sehari-hari baik dalam hubungannya dengan sesama manusia maupun dalam perilakunya berbisnis.²¹ Akan tetapi berdasarkan hasil wawancara awal dengan masyarakat yang merupakan pembeli di pasar Kota Langsa, dapat disimpulkan bahwa dengan masih adanya pedagang yang

¹⁸ Iwan Aprianto, dkk, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam, ...*, h. 26.

¹⁹ Hasil observasi awal peneliti di pasar Kota Langsa yang dilaksanakan pada tanggal 2 Agustus 2021.

²⁰ Zakiah Daratjad, *Ilmu Jiwa Agama, ...* h. 76.

²¹ Raihanul, Armiadi dan Azharsyah Ibrahim, Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh, *Journal of Sharia Economics*, Vol. 1, No.1, 2020, h. 12,

melakukan kecurangan-kecurangan dalam berdagang yang menyebabkan kerugian bagi pembeli seperti berat timbangan yang tidak sesuai, kualitas barang yang baik yang dicampur dengan barang yang berkualitas buruk yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, hal ini menandakan bahwa tingkat religiusitas pedagang cenderung masih rendah. Pedagang masih mengutamakan keuntungan yang sebesar-besarnya di dunia dan mengabaikan dosa di akhirat nanti.²²

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG MUSLIM (Studi kasus pada pedagang di Pasar Kota Langsa)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas dapat diidentifikasi beberapa masalah berikut:

- a. Masih terdapat pedagang yang menyimpang dari etika bisnis Islam seperti melakukan tindakan kecurangan dalam perdagangan.
- b. Tingkat religiusitas pedagang cenderung rendah dikarenakan perilaku pedagang yang hanya mengejar keuntungan di dunia tanpa memikirkan konsekuensinya di akhirat seperti perilaku pedagang yang masih meninggalkan ibadah sholat dikarenakan disibukkan dengan aktifitas jual beli.

²² Hasil wawancara awal dengan 5 pembeli di pasar Kota Langsa pada tanggal 2 Juli 2021.

1.3 Batasan Penelitian

Pembatasan masalah dalam penelitian ditetapkan agar penelitian terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan penelitian ini dibatasi pada masalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh etika bisnis islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang Muslim.
- b. Sasaran dalam penelitian ini adalah pedagang di Pusat Pasar Kota Langsa.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa?
- b. Bagaimana religiusitas berpengaruh terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa?
- c. Bagaimana etika bisnis Islam dan religiusitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

- a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa.

- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara bersama-sama etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa.

b. Manfaat Penelitian

Dari pemaparan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini mampu memberi kontribusi sebagai berikut :

- 1) Bagi Penulis, penulisan ini bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan menganalisa dan mengevaluasi mengenai etika bisnis islami dan religiusitas serta mengetahui pengaruhnya terhadap perilaku bisnis pedagang muslim.
- 2) Bagi Institusi, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan bahan perbandingan bagi penelitian yang sejenis.
- 3) Bagi Peneliti lain diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi bagi peneliti lain dan bisa digunakan sebagai rujukan, serta bahan referensi dalam melakukan penelitian lanjutan yang berhubungan dengan pengaruh etika bisnis Islami dan religiusitas terhadap perilaku bisnis pedagang muslim.
- 4) Bagi Masyarakat, diharapkan menghasilkan informasi yang dapat dijadikan bahan pengetahuan mengenai tentang pengaruh etika bisnis Islami dan religiusitas terhadap perilaku bisnis pedagang muslim.

1.6 Penjelasan Istilah

Penjelasan istilah dalam penelitian ini dimaksudkan agar tidak terjadi salah pemahaman dalam pembahasan penelitian, maka peneliti akan menjelaskan istilah-istilah yang terdapat di penelitian ini, adapun istilah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Etika bisnis Islam adalah penerapan akhlak atau perilaku dalam melaksanakan kegiatan bisnis dengan tujuan untuk mencari keuntungan akan tetapi tidak keluar dari perilaku, moral atau norma-norma ajaran Islam dalam menjalankan bisnis Islam.²³
- b. Religiusitas dapat diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah serta kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya.²⁴
- c. Perilaku pedagang adalah tindakan-tindakan yang dimiliki oleh pedagang, dalam menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang terjadi sekarang.²⁵

1.7 Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan penelitian yang dibuat oleh penulis adalah sebagai berikut :

²³ Iwan Aprianto, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam, ...*, h. 7.

²⁴ Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengetahui Kreativitas Perspektif Psikologi Agama, ...*, h. 71.

²⁵ Ni Komang Aprilia Enisari, *Penalaran Abad 21, ...*, h. 201.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat tentang tinjauan pustaka, penelitian sebelumnya, kerangka teoritis, hipotesa penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, identifikasi operasional dan variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini mencakup uraian yang berisi kesimpulan yang di peroleh dari hasil penelitian serta saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Etika Bisnis Islam

2.1.1 Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari kata Yunani yaitu *ethos* yang berarti adat istiadat atau kebiasaan, yang kemudian berkembang menjadi peraturan. Etika menurut ajaran agama Islam disebut dengan akhlak yang berarti perilaku lahiriah yang bersumber dari keadaan batin atau keadaan batin yang bermanifestasi pada perilaku lahiriah.²⁶ Etika menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan ilmu tentang apa yang dianggap benar dan baik tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak. Etika menurut Jonanthan Crowther dalam buku Iwan Aprianto merupakan suatu sistem, aturan, prinsip atau cara dalam berperilaku. Sedangkan etika menurut Nurul Huda dalam buku Iwan Aprianto merupakan seperangkap prinsip dari moral yang dapat memungkinkan seseorang dalam membedakan antara hal-hal yang baik dan hal-hal yang buruk.²⁷

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha utama yang menunjang perkembangan ekonomi. Kata bisnis berasal dari kata *business* yang berarti sibuk. Bisnis secara etimologi merupakan keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Sedangkan bisnis dalam arti luas merupakan suatu istilah umum yang menggambarkan suatu

²⁶ Mukhtar Samad, *Etika Bisnis Syariah: Berbisnis sesuai Dengan Moral Islam*, (Yogyakarta: Sunrise, 2016), h. 8.

²⁷ Iwan Aprianto, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam, ...*, h. 5.

aktivitas atau institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.²⁸

Bisnis menurut Hasyim dalam buku Iwan Aprianto merupakan suatu aktivitas atau kegiatan yang sah yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis menurut Hughes dan Kapoor dalam buku Iwan Aprianto merupakan suatu aktifitas individu yang terstruktur untuk menghasilkan, menjual barang dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan dari masyarakat. Sedangkan bisnis menurut Brown dan Petrello dalam buku Iwan Aprianto merupakan suatu lembaga penghasil barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat banyak, sehingga jika kebutuhan masyarakat meningkat, maka perkembangan lembaga juga akan makin meningkat.²⁹

Etika bisnis diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memerhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi atau sosial serta penerapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis. Bisnis harus memerhatikan unsur norma dan moralitas yang berlaku di masyarakat umum. Secara umum, etika bisnis merupakan cara-cara yang dilakukan oleh suatu bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya yang mencakup berbagai aspek, baik itu individu, perusahaan maupun masyarakat.³⁰

Etika bisnis menurut Adrew Ghillyer dalam buku Iwan Aprianto merupakan penerapan standar perilaku moral dalam situasi dan keadaan bisnis

²⁸ Sri Mulyono, *Etika Bisnis Islam*, (Lombok: CV. Alliv Renteng Mandiri, 2021), h. 1.

²⁹ Iwan Aprianto, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, ..., h. 5.

³⁰ Saban Echdar dan Maryadi, *Business and Entrepreneurship: Etika Bisnis dan Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 20-21.

dengan mempertimbangkan konsep dasar etika yang baik, benar atau salah. Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip dan norma dimana pelaku bisnis harus dapat untuk menjunjungnya pada saat melakukan transaksi, berelasi dan berperilaku dengan tujuan untuk mencapai bisnis yang selamat. Sedangkan etika bisnis menurut Manuel G Velasques dalam buku Iwan Aprianto merupakan studi kasus tentang moral yang benar dan salah pada kebijakan bisnis dan perilaku.³¹

Etika bisnis Islam merupakan penerapan perilaku atau akhlak dalam melaksanakan kegiatan bisnis dengan tujuan untuk mencari keuntungan akan tetapi tidak keluar dari perilaku, moral atau norma-norma ajaran Islam dalam menjalankan bisnis Islam. Etika bisnis Islam merupakan perilaku bisnis yang berdasarkan kepada Al-Quran dan hadis Rasulullah Saw, terdapat kesesuaian kegiatan bisnis dengan syariat Islam sebagai ibadah kepada Allah dan semata-mata untuk mendapatkan ridhanya. Dapat diartikan bahwa etika bisnis Islam merupakan sejumlah perilaku etis dalam bisnis yang dibaluti dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Oleh karena itu, perilaku yang etis merupakan perilaku yang mengikuti perintah dari Allah Swt dan menjauhi segala larangannya.³²

Etika bisnis Islam menurut merupakan nilai-nilai etika islam dalam aktivitas bisnis yang telah dipaparkan dari perspektif Al-Quran dan hadist yang berdasarkan pada enam prinsip yaitu kepercayaan, kebenaran, ketulusan, pengetahuan, persaudaraan dan keadilan. Etika bisnis Islam merupakan penerapan

³¹ Iwan Aprianto, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, ...h. 6.

³² Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, ...h.

prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Al Quran dan hadist dalam dunia bisnis.³³

2.1.2 Indikator Etika Bisnis Islam

Indikator etika bisnis Islam menurut Syed Nawab Haider Naqvi dalam buku Mohammad H. Holle, yaitu sebagai berikut:³⁴

- a. Kesatuan (Tauhid) yaitu perasaan dalam diri manusia bahwa manusia akan selalu diawasi segala bentuk aktifitas di dalam kehidupan manusia, termasuk dalam aktifitas ekonomi.
- b. Keseimbangan (*al 'adl wa al ihsan*), yaitu sumber daya ekonomi tidak hanya terkumulasi pada kalangan atau kelompok tertentu semata, memberikan hak yang sama tanpa memandang antara yang kaya dan yang miskin dan antara hak pembeli dan hak penjual.
- c. Kehendak bebas (*ikhtiyar*), yaitu manusia bebas untuk meningkatkan pendapatan dengan aktif berinovasi, berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Namun kebebasan yang dimiliki oleh setiap individu tetap dibatasi dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al Quran dan Hadist.
- d. Tanggung jawab (*fardh*), yaitu segala aktifitas bisnis yang dilakukan haruslah memiliki rasa tanggung jawab secara vertikal yaitu pertanggung jawaban kepada Allah Swt dan secara horizontal yaitu pertanggung jawaban kepada masyarakat atau konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis berarti kegiatan

³³ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2016), h. 9 dan 12.

³⁴ Mohammad H. Holle, *Bunga Rampai Studi Ekonomi Syariah*, (Jawa Timur: Duta Media Publishing, 2020), h. 67-72.

bisnis yang dilakukan secara transparan, kejujuran dan pelayanan yang optimal kepada konsumen.

2.1.3 Fungsi Etika Bisnis Islam

Terdapat beberapa fungsi dari etika bisnis Islam, yaitu:³⁵

- a. Etika bisnis berupaya dalam mencari cara untuk menyeimbangkan dan menyesuaikan berbagai kepentingan yang ada di dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis berperan untuk memberikan perubahan akan kesadaran masyarakat tentang berbisnis, khususnya bisnis secara Islam. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pandangan dan pemahaman tentang bisnis dengan menggunakan landasan moralitas dan spiritualitas.
- c. Etika bisnis Islam juga berperan dalam memberikan sebuah solusi untuk berbagai persoalan bisnis modern yang semakin jauh dari nilai-nilai etika. Dalam artian bahwa bisnis yang memiliki etika merupakan bisnis yang berlandaskan kepada Al Quran dan Hadist.

2.1.4 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Menurut Hadimulyo dalam buku Iwan Aprianto, prinsip-prinsip etika bisnis Islam adalah hal-hal yang berkaitan dengan yang baik dan tidak baik, apa-apa yang boleh dan tidak boleh yang dilakukan di dalam aktifitas bisnis yang bersifat normatif. Sedangkan prinsip-prinsip etika bisnis menurut M Quraishy Shihab dalam buku Iwan Aprianto yaitu eksistensi amal yang memiliki visi ke depan,

³⁵ Iwan Aprianto, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, ...h. 8.

keramahtamahan, kejujuran, tidak dibenarkan untuk memonopoli, penawaran yang jujur, tegas dan adil dalam takaran dan timbangan.³⁶

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang menjadi dasar merupakan sifat-sifat Nabi Muhammad Saw yang terdiri dari:³⁷

- a. *Shiddiq*, yaitu menjalankan bisnis tidak hanya benar di dalam perkataan namun juga harus benar di dalam perbuatan.
- b. *Amanah*, yaitu menjalankan bisnis sangat penting mengutamakan kepercayaan antara pebisnis dan konsumen, dan untuk menumbuhkan sikap kepercayaan ini maka pebisnis harus mempunyai sikap yang bertanggung jawab, memenuhi sesuatu sesuai dengan kesepakatan dan ketentuan di antara pebisnis dan konsumen serta tidak merugikan di antara kedua belah pihak.
- c. *Tabligh*, yaitu menjalankan bisnis harus sesuai dengan kondisi barang yang hendak dijual dan tidak menutup-nutupi kualitas yang dimiliki oleh barang tersebut, serta cara penyampaian penjualan produk yang dapat dan mudah dipahami oleh konsumen supaya tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami produk yang akan diperjualbelikan.
- d. *Fathanah*, yaitu dalam menjalankan bisnis juga harus mempunyai kecerdasan, baik itu kecerdasan dalam berkomunikasi dengan konsumen, cerdas dalam mempromosikan barang, cerdas dalam mengatur strategi pemasaran dan cerdas dalam membaca situasi dan kondisi ketika menjalankan kegiatan berbisnis.

³⁶ Iwan Aprianto, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam...*, h. 13.

³⁷ *Ibid.* h. 13-14.

2.2 Religiusitas

2.2.1 Pengertian Religiusitas

Religiusitas berasal dari bahasa Inggris “*religion*” yang berarti agama, kemudian menjadi kata sifat “*religious*” yang berarti agamis atau saleh. Religiusitas adalah kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama dengan disertai tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengalaman nilai-nilai agama yaitu mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan ibadah.³⁸

Religiusitas dapat diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah serta kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.³⁹

Religius merupakan unsur-unsur yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang yang beragama dan bukan sekedar mengaku punya agama. Dalam Islam religiusitas tercermin dalam pengalaman aqidah, syariah, dan akhlak. Bila semua unsur itu telah dimiliki seseorang maka dia itulah insan beragama yang sesungguhnya.⁴⁰

³⁸ Jalauddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), h. 216.

³⁹ Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengetahui Kreativitas Perspektif Psikologi Agama*,...h. 71.

⁴⁰ Zakiah Daratjad, *Ilmu Jiwa Agama*,... h.76.

2.2.2 Indikator Religiusitas

Menurut Djameludin Ancok dalam buku Jalauddin, religiusitas mempunyai beberapa indikator, yaitu:⁴¹

- a. Dimensi ideologis/ kepercayaan berkenaan dengan seberapa tingkat kepatuhan seseorang dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana diperintahkan atau dianjurkan oleh agama yang dianutnya. Dimensi ideologis menyangkut kepercayaan seseorang terhadap kebenaran agamanya misalnya, menerima keberadaan Tuhan, malaikat dan setan, surga dan neraka, dan lain-lain.
- b. Dimensi praktik/ritual agama yaitu aspek yang mengukur sejauh mana seseorang melakukan kewajiban ritualnya dalam agama yang dianut. Dimensi ritual merupakan perilaku keberagamaan yang berupa ritual agama berbentuk upacara keagamaan misalnya, pergi ke tempat ibadah, berdoa pribadi, berpuasa, dan lain-lain. Perilaku dalam Islam, isi dimensi praktik meliputi kegiatan antara lain yaitu salat, puasa, haji dan kegiatan lain yang bersifat ritual, merendahkan diri kepada Allah dan mengagungkan-Nya.
- c. Dimensi penghayatan/pengalaman berkaitan dengan sejauh mana orang tersebut pernah mengalami pengalaman yang merupakan keajaiban dari Tuhannya misalnya, merasa doanya dikabulkan, merasa diselamatkan, dan lain-lain. Berdoa merupakan salah satu cara untuk mendekatkan diri kepada Allah yang pada akhirnya ketenangan, ketentraman jiwa dan keindahan hidup akan digapai oleh semua manusia.

⁴¹ Jalauddin, *Psikologi Agama*,...h. 219.

- d. Dimensi intelektual/pengetahuan yaitu tentang seberapa jauh seseorang mengetahui, mengerti, dan paham tentang ajaran agamanya. Seseorang mau melakukan aktivitas untuk semakin menambah pemahamannya dalam hal keagamaan yang berkaitan dengan agamanya misalnya, mengikuti seminar keagamaan, membaca buku agama, dan lain-lain.
- e. Dimensi konsekuensi/pengamalan yaitu berkaitan dengan sejauh mana seseorang itu mau berkomitmen dengan ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari misalnya, menolong orang lain, bersikap jujur, mau berbagi, tidak mencuri, dan lain-lain. Aspek ini berbeda dengan aspek ritual. Aspek ritual lebih pada perilaku keagamaan yang bersifat penyembahan, sedangkan aspek komitmen lebih mengarah pada hubungan manusia tersebut dengan sesamanya dalam kerangka agama yang dianut.

2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Thoules dalam buku Adi Suprayitno, ada beberapa faktor yang mempengaruhi religiusitas seseorang, yaitu:⁴²

- a. Pengaruh pendidikan dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

⁴² Adi Suprayitno, *Pendidikan Karakter di Era Milenial*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h. 43-44.

b. Faktor pengalaman

Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu. Faktor kehidupan kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu: kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

c. Faktor intelektual

Manusia diciptakan dengan berbagai potensi, salah satunya adalah potensi untuk beragama. Potensi beragama ini akan terbentuk tergantung bagaimana pendidikan yang diperoleh anak. Seiring dengan bertambahnya usia, maka akan muncul berbagai macam pemikiran-pemikiran verbal. Salah satu pemikiran verbal ini adalah pemikiran akan agama.

2.2.4 Fungsi Agama (Religius) Bagi Manusia

Menurut Hendropuspito dalam Annisa Fitriani, fungsi agama bagi manusia meliputi beberapa hal diantaranya adalah :⁴³

a. Fungsi edukatif

Manusia mempercayakan fungsi edukatif pada agama yang mencakup tugas mengajar dan membimbing. Keberhasilan pendidikan terletak pada pendayagunaan nilai-nilai rohani yang merupakan pokok-pokok kepercayaan agama. Nilai yang diresapkan antara lain: makna dan tujuan hidup, hati nurani, rasa tanggung jawab kepada Tuhan.

⁴³ Annisa Fitriani, Peran Religiusitas Dalam Meningkatkan *Psychological Well Being* ", *Jurnal Al-Adyan*, Vol. 11, No. 1, 2016, h.13-14.

b. Fungsi penyelamatan Agama

Fungsi penyelamatan agama yaitu dengan segala ajarannya memberikan jaminan kepada manusia keselamatan di dunia dan akhirat.

c. Fungsi pengawasan sosial

Agama ikut bertanggung jawab terhadap norma-norma sosial sehingga agama menyeleksi kaidah-kaidah sosial yang ada, mengukuhkan yang baik dan menolak kaidah yang buruk agar selanjutnya ditinggalkan dan dianggap sebagai larangan. Agama juga memberi sanksi-sanksi yang harus dijatuhkan kepada orang yang melanggar larangan dan mengadakan pengawasan yang ketat atas pelaksanaannya.

d. Fungsi memupuk persaudaraan

Persamaan keyakinan merupakan salah satu persamaan yang bisa memupuk rasa persaudaraan yang kuat. Manusia dalam persaudaraan bukan hanya melibatkan sebagian dari dirinya saja, melainkan seluruh pribadinya juga dilibatkan dalam suatu keintiman yang terdalam dengan sesuatu yang tertinggi yang dipercaya bersama.'

e. Fungsi transformatif

Agama mampu melakukan perubahan terhadap bentuk kehidupan masyarakat lama ke dalam bentuk kehidupan baru. Hal ini dapat berarti pula menggantikan nilai-nilai lama dengan menanamkan nilai-nilai baru. Transformasi ini dilakukan pada nilai-nilai adat yang kurang manusiawi. Sebagai contoh kaum qurais pada jaman Nabi Muhammad yang memiliki kebiasaan jahiliyah karena kedatangan. Islam sebagai agama yang menanamkan nilai-nilai baru sehingga nilai-nilai lama yang tidak manusiawi dihilangkan. Disini dapat kita lihat bawasanya agama

merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dengan pendidikan (edukatif). Karena secara tidak langsung semua apa yang kita lakukan itu melalui proses belajar dan keyakinan serta kepercayaan terhadap tuhan itu sangat diperlukan untuk memberikan ketenangan dalam diri, karena tidak dipungkiri setiap manusia memerlukan perlindungan. Dan setiap insan yang hidup di muka bumi ini bertanggung jawab kelak di akhirat. Karena kehidupan ini tidak berhenti hanya di dunia saja, setiap perilaku kita diawasi dan di nilai sehingga kita bisa mengatakan amal perbuatan baik dan buruk.⁴⁴

2.3 Perilaku Pedagang

2.3.1 Pengertian Perilaku Pedagang

Perilaku merupakan tindakan-tindakan manusia yang dapat diukur dan diamati. Perilaku menurut Skinner merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan yang berasal dari luar. Perilaku juga dapat diartikan sebagai perasaan atau pandangan-pandangan dengan kecenderunagn dalam bertindak sesuai dengan sikap objek, atau tingkah laku seseorang yang didasarkan pada situasi dan kondisi tertentu.⁴⁵

Menurut Sujatmiko dalam buku Enisari, pedagang merupakan orang yang melakukan aktifitas-aktifitas perdagangan, memperjualbelikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Pedagang menurut Frida Hasim dalam buku Enisari merupakan mereka yang melakukan aktifitas perniagaan yang merupakan pekerjaan sehari-hari. Sehingga

⁴⁴Annisa Fitriani, Peran Religiusitas Dalam Meningkatkan *Psychological Well Being*,...h.15.

⁴⁵Zainuddin Mustafa, *Perilaku Organisasi Dalam Perspektif Manajemen Organisasi*,..., h. 7.

dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang merupakan tindakan-tindakan yang dimiliki oleh pedagang, dalam menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang terjadi sekarang.⁴⁶

2.3.2 Indikator Perilaku Pedagang

Terdapat beberapa indikator perilaku pedagang, yaitu:⁴⁷

- a. Takwa, yaitu sebagai umat Muslim dalam melakukan segala aktifitas harus selalu mengingat kepada Allah Swt, segala tindakan perdagangan harus bertujuan untuk tujuan hidup yang lebih mulia dengan mencari kebahagiaan dunia (pendapatan) dan kebahagiaan akhirat (pahala). Kegiatan bisnis harus selalu mengingat dan tidak lupa untuk beribadah kepada Allah Swt.
- b. *Aqshid*, yaitu sederhana, santun, lemah lembut, rendah hati. Memiliki tindakan yang sopan kepada siapapun, berbicara dengan ungkapan yang sopan dan baik tanpa memandang status sosial konsumen.
- c. *Khidmad*, yaitu memberikan pelayanan dengan baik kepada konsumen maupun kepada mitra bisnis.
- e. *Amanah*, yaitu menjalankan bisnis sangat penting mengutamakan kepercayaan antara pebisnis dan konsumen, dan untuk menumbuhkan sikap kepercayaan ini maka pebisnis harus mempunyai sikap yang bertanggung jawab, memenuhi sesuatu sesuai dengan kesepakatan dan ketentuan di antara pebisnis dan konsumen serta tidak merugikan di antara kedua belah pihak.

⁴⁶ Ni Komang Aprilia Enisari, *Penalaran Abad 21*, ...h. 201.

⁴⁷ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), h. 187.

2.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku

Terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang, yaitu:⁴⁸

- a. Interpretasi terhadap hukum secara filosofis, sistem hukum dibuat dan dibentuk guna untuk melindungi segenap jiwa dan raga manusia dari berbagai faktor yang dapat menghilangkan eksistensi manusia. Hukum akan hidup dan diyakini keberadaannya apabila dirasakan ada manfaatnya bagi manusia didalam kehidupannya.
- b. Faktor organisasi lingkungan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap pembentukan dan perkembangan perilaku-perilaku dari setiap individu. Yang dimaksud dengan faktor lingkungan di sini adalah situasi dan kondisi yang dihadapi oleh seseorang individu pada masa usia muda dalam rumah dan dalam lingkungan yang lebih luas, terutama dalam cakupan lingkungan masyarakat dekat yang dilihat, dirasakan serta dihadapinya sehari-hari.
- c. Faktor individu dan situasi yaitu berupa pengalaman batin seseorang, Yang dimaksud dengan pengalaman di sini adalah keseluruhan pelajaran yang dapat menjadi pelajaran bagi seorang individu dari peristiwa-peristiwa yang telah dilaluinya dalam perjalanan kehidupannya.

2.3.4 Perilaku Pedagang Muslim

Jika meneladani Rasulullah SAW saat melakukan perdagangan, maka Rasulullah sangat mengedepankan etika dagang yang luar biasa. Oleh karena itu, Seykh Sayyid Nada menyatakan bahwa terdapat sejumlah adab atau etika yang

⁴⁸ Zainuddin Mustafa, *Perilaku Organisasi Dalam Perspektif Manajemen Organisasi*, ...h. 18.

harus dijunjung oleh pedagang Muslim dalam menjalankan aktivitas jual beli berdasarkan hadist-hadist Rasulullah SAW, yaitu:⁴⁹

- a. Tidak menjual sesuatu yang haram. Umat Islam dilarang menjual sesuatu yang haram seperti minuman keras, narkoba dan barang-barang yang diharamkan Allah SWT.
- b. Tidak melakukan sistem perdagangan terlarang seperti menjual barang yang tidak dimiliki atau menjual buah-buahan yang belum jelas hasilnya dan sistem perdagangan terlarang lainnya
- c. Tidak terlalu banyak mengambil keuntungan
- d. Tidak membiasakan bersumpah ketika berdagang
- e. Tidak berbohong ketika berdagang. Salah satu perbuatan berbohong didalam perdagangan adalah menjual barang yang cacat namun tidak diberitahukan kepada pembeli
- f. Penjual harus melebihkan timbangan dan sangat dilarang mengurangi timbangan
- g. Pemaaf, mempermudah dan lemah lembut dalam melakukan aktivitas jual beli
- h. Tidak boleh memonopoli barang dagangan tertentu.

2.3.5 Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim

Penelitian yang dilakukan oleh Muansar Rusman menunjukkan hasil bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang di Pasar Andi Tadda Kota Palopo. Hal ini dikarenakan Pedagang muslim bukanlah seorang pengusaha yang *profit oriented*, tetapi lebih mementingkan pada

⁴⁹ Muhammad Arifin Badri, dkk, *Majalah Pengusaha Muslim*, (Bandung: Yayasan Bina Pengusaha Muslim, 2012), h. 42.

peningkatan hubungan panjang dengan didasari saling menghormati dan saling percaya, yang penerapan etika ini justru menghasilkan keuntungan lebih baik dibandingkan para pedagang lain yang berorientasi hanya semata-mata pada cara memperoleh keuntungan setinggi-tingginya. Hal ini dikarenakan penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pedagang akan memberikan keuntungan yang dihasilkan dari hasil penjualan dan keberkahan nilai keuntungan tersebut.⁵⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Diah Sulistiyani menunjukkan hasil bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Karangobar. Akan tetapi, masih banyak terdapat responden yang menyalahi penerapan dari etika bisnis Islam, hal ini diketahui dari hasil penyebaran kuesioner dimana pedagang tidak mengetahui bahwa Islam melarang praktik penimbunan barang (*ikhhtikar*). Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang muslim di Pasar Karangobar masih banyak yang belum mengetahui akan etika bisnis Islam sehingga hal ini berpengaruh terhadap perilaku mereka pada saat melakukan transaksi perdagangan.⁵¹

Penelitian yang dilakukan oleh Rais Rahmatullah menunjukkan hasil bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang di Pasar Grogolan Baru Pekalongan. Akan tetapi, masih banyak terdapat pedagang yang tidak mengetahui apa saja hal-hal yang di perbolehkan dan hal-hal yang

⁵⁰ Muansar Rusman, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang: Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo", (Skripsi: IAIN Palopo, 2019).

⁵¹ Diah Sulistiyani, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim", (Skripsi: UIN Walisongo Malang, 2015).

tidak di perbolehkan dalam berdagang khususnya praktik perdagangan sesuai dengan etika bisnis Islam yang telah berlandaskan dari Al Qur'an dan hadis.⁵²

Penelitian yang dilakukan oleh Linda Hasnita menunjukkan hasil bahwa etika bisnis Islam tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang di Pasar Baru Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin. Hal ini dikarenakan pedagang di Pasar Baru Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin belum menerapkan etika bisnis Islam dengan baik. Masih banyak dijumpai pedagang muslim yang tidak jujur dan transparan dalam menjual barang dagangannya.⁵³

Penelitian yang dilakukan oleh Faridatus Sholihah menunjukkan hasil bahwa etika bisnis Islam tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang di Pasar Tradisional Lebak. Pedagang mengetahui prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam, namun banyak pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis Islam dengan baik dan sempurna. Pedagang mengabaikan cara perdagangan sesuai dengan ajaran Islam agar mendapatkan keuntungan dunia yang lebih banyak.⁵⁴

2.3.6 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim

Penelitian yang dilakukan oleh Diah Sulistiyani menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Karangobar. Hal ini menunjukkan bahwa setinggi apapun tingkat religiusitas pedagang baik dari sisi keyakinan maupun intensitas ibadahnya, akan tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi perilaku seorang pedagang

⁵² Rais Rahmatullah, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Grogolan Baru Pekalongan", (Skripsi: IAIN Pekalongan, 2019).

⁵³ Linda Hasnita, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar baru Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin", (Skripsi: UIN Sulthan Thahasaifuddin Jambi, 2021)

⁵⁴ Faridatus Sholihah, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Aspek Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Lebak", (Skripsi: UIN Nahdhalatul Ulama Jepara, 2020).

dalam melakukan aktivitas perdagangan. Tingkat religiusitas pedagang di Pasar Karang kobar berada pada kriteria tinggi, namun masih banyak terdapat pedagang yang dalam pelaksanaan ibadah sholat belum dilaksanakan secara rutin.⁵⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Raihanul Akmal, Armiadi Musa dan Azharsyah Ibrahim menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku etika bisnis pedagang pasar tradisional di Kota Banda Aceh. Hal ini dikarenakan religiusitas merupakan pemahaman agama dan pengaplikasiannya yang memainkan peranan penting dalam membentuk karakter manusia sehingga kegiatan usaha dapat dijalankan dengan jujur. Religiusitas seseorang akan sangat mempengaruhi kebiasaan pedagang dalam aktivitas perdagangan yang terhindar dari melakukan kecurangan yang dapat merugikan orang lain.⁵⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Susilawati menunjukkan hasil bahwa religiusitas aspek akhlak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku distribusi pedagang muslim. Sedangkan religiusitas aspek ibadah, akidah dan syariah tidak berpengaruh terhadap perilaku distribusi pedagang muslim. Selain itu, religiusitas aspek akhlak dan syariah berpengaruh terhadap perilaku konsumsi dan religiusitas aspek ibadah dan akidah tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi pedagang muslim.⁵⁷

⁵⁵ Diah Sulistiyani, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim", (Skripsi: UIN Walisongo Malang, 2015).

⁵⁶ Raihanul Akmal, Armiadi Musa dan Azharsyah Ibrahim, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh", *Journal of Sharia Economic*, Vol. 01, No. 01, 2020.

⁵⁷ Susilawati, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Distribusi dan Perilaku Konsumsi Pedagang Muslim di Kota Medan", *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 02, n0. 01, 2019.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Faiz menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang. Hal ini dikarenakan bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rezeki. Islam menempatkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang sangat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rezeki dari kehidupan. Perilaku berdagang atau berbisnis bukan semata-mata perbuatan dalam hubungan kemanusiaan tetapi juga mempunyai sifat Ilahiyah. Dalam hal ini berarti, bekerja merupakan kewajiban setiap manusia untuk memenuhi kehidupan hidupnya. Namun manusia harus tetap bisa menyeimbangkan antara kehidupan di dunia dan persiapan di kehidupan akhirat kelak. Caranya yaitu dengan tetap melaksanakan ibadah secara rutin dan bekerja secara giat untuk memenuhi kebutuhan hidup di dunia.⁵⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Ma'zumi, Taswiyah dan Najmudin menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku distributor di pasar tradisional Kota Serang Banten. Hal ini dikarenakan para distributor mempunyai perilaku yang anti monopoli, jujur, suka berbagi, anti spekulasi, toleran, santun dan teliti. Selain itu, perilaku dari konsumen juga menunjukkan perilaku yang santun, menginginkan produk yang halal dan ramah lingkungan, tepat sasaran kebutuhan, ramah dan teliti.⁵⁹

⁵⁸ Ahmad Faiz, "Pengaruh Tingkat Keagamaan Terhadap Perilaku Pedagang", *Al Iqtishad*, Vol. 2, No. 01, 2015.

⁵⁹ Ma'zumi, Taswiyah dan Najmudin, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional", *Al-Qalam*, Vol. 34, No. 2, 2017.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Variabel	Hasil
1	Indah Yuli Astuti (2019) ⁶⁰	Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel Independen -Etika Bisnis Islam Variabel Dependen -Perilaku Pedagang	Etika bisnis Islam berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pedagang muslim pada Pasar Karangobar Kecamatan Karangobar Kabupaten Banjarnegara.
2	Suci Nuskur Lestari A (2017) ⁶¹	Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Sentral Kota Kendari	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel Independen -Etika Bisnis Islam Variabel Dependen -Perilaku Pedagang	Etika bisnis Islam berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pedagang Muslim pada Pasar Sentral Kelurahan Sanua Kota Kendari.
3	Lisda Hasnita (2021) ⁶²	Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Baru Kecamatan	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel Independen -Etika Bisnis Islam -Religiusitas Variabel Dependen -Perilaku Pedagang	Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Baru Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin, sedangkan etika

⁶⁰Indah Yuli Astuti,” Pengaruh *Pengetahuan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara*”, (Skripsi: Univ Muhammadiyah Yogyakarta, 2019).

⁶¹ Suci Nuskur Lestari A,” *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Sentral Kota Kendari*” (Skripsi: IAIN Kendari, 2017).

⁶²Lisda Hasnita,” *Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Baru Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin*”, (Skripsi: UIN Sulthan Thatha saifuddin, 2021).

		Bangko Kabupaten Merangin			bisnis Islam tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang.
4	Ahmad Faiz (2015) ⁶³	Pengaruh Tingkat Keagamaan Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan	Analisis Korelasi Rank Spearman	Variabel Independen -Tingkat Keagamaan Variabel Dependen -Perilaku Pedagang	Tingkat keagamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan
5	Rais Rahmatullah (2019) ⁶⁴	Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Grongolan Baru Pekalongan	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel Independen -Etika Bisnis Islam -Religiusitas Variabel Dependen -Perilaku Pedagang	Etika bisnis Islam dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang sembako Muslim di Pasar Grongolan Baru Pekalongan
6	Susilawati (2019) ⁶⁵	Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Distribusi dan Perilaku Konsumsi Pedagang Muslim di Kota Medan	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel Independen -Religiusitas Variabel Dependen -Perilaku Pedagang	Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku distribusi dan konsumsi pedagang Muslim di Kota Medan

⁶³ Ahmad Faiz, "Pengaruh Tingkat Keagamaan Terhadap Perilaku Pedagang", *Al Iqtishad*, Vol. 2, No. 01, 2015.

⁶⁴ Rais Rahmatullah, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Grongolan Baru Pekalongan", (Skripsi: IAIN Pekalongan, 2019).

⁶⁵ Susilawati, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Distribusi dan Perilaku Konsumsi Pedagang Muslim di Kota Medan", *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No.1, 2019.

7	Raihanul , Armiadi dan Azharsyah Ibrahim (2020) ⁶⁶	Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel Independen -Religiusitas Variabel Dependen -Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang	Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku etika bisnis islam pedagang pasar tradisional di Kota Banda Aceh
8	Abdul Hakim, Novidiana dan Neni Erlin (2015) ⁶⁷	Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Persaingan Usaha terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Siderojo Lamongan	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel Independen -Religiusitas -Persaingan Usaha Variabel Dependen -Perilaku Pedagang Muslim	Tingkat religiusitas dan persaingan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Siderojo Lamongan
9	Muansar Rusman (2019) ⁶⁸	Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang (Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo)	Analisis Regresi Linear Sederhana	Variabel Independen -Etika Bisnis Islam Variabel Dependen -Perilaku Pedagang	Etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang di Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo
10	Ma'zumi , Taswiya	Pengaruh Religiusitas Terhadap	Analisis Regresi Linear	Variabel Independen -Religiusitas	Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan

⁶⁶ Raihanul, Armiadi dan Azharsyah Ibrahim, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh", *Journal of Sharia Economics*, Vol. 01, No. 01, 2020.

⁶⁷ Abdul Hakim, Novidiana dan Neni Erlin, "Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Persaingan Usaha terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Siderojo Lamongan", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 01, No.03, 2015.

⁶⁸ Muansar Rusman, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang (Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo)", (Skripsi: IAIN Palopo, 2019).

	h dan Najmudin (2017) ⁶⁹	Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional	Sederhana	Variabel Dependen -Perilaku Distributor dan Konsumen	terhadap perilaku distributor dan konsumen di pasar tradisional Kota Serang Banten
--	-------------------------------------	---	-----------	--	--

Penelitian yang berjudul Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu etika bisnis Islam dan perilaku pedagang serta metode penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada lokasi penelitian di Pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Sentral Kota Kendari, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu etika bisnis Islam dan perilaku pedagang serta metode penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada lokasi penelitian di Pasar Sentral Kota Kendari.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Baru Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu etika bisnis Islam, religiusitas dan

⁶⁹ Ma'zumi, Taswiyah dan Najmudin, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional", *Al-Qalam*, Vol. 34, No. 2, 2017.

perilaku pedagang serta metode penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu jenis dagangan yang mengkhususkan pada makanan jajanan sekolahan serta perbedaan pada lokasi penelitian yaitu di Pasar Baru Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Tingkat Keagamaan Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu religiusitas dan perilaku pedagang. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada lokasi penelitian di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan serta perbedaan metode penelitian dimana pada penelitian sebelumnya menggunakan analisis korelasi *Rank Spearman* sedangkan yang pada penelitian yang sedang peneliti lakukan menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Grongolan Baru Pekalongan, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu etika bisnis Islam, religiusitas dan perilaku pedagang serta metode penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu jenis dagangan yang mengkhususkan pada perdagangan sembako serta perbedaan pada lokasi penelitian yaitu di Pasar Grongolan Baru Pekalongan.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Distribusi dan Perilaku Konsumsi Pedagang Muslim di Kota Medan, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh

peneliti, yaitu religiusitas dan perilaku pedagang serta metode penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu jenis jenis perilaku yang dikategorikan menjadi dua jenis perilaku yaitu perilaku distribusi dan perilaku konsumsi serta perbedaan pada lokasi penelitian yaitu di Kota Medan.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu religiusitas dan metode penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu jenis jenis perilaku berdasarkan etika bisnis Islam serta perbedaan pada lokasi penelitian yaitu di Kota Medan.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Persaingan Usaha terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Siderojo Lamongan, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu religiusitas dan perilaku pedagang serta metode penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada variabel lainnya berupa persaingan usaha serta perbedaan pada lokasi penelitian yaitu di Pasar Siderojo Lamongan.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang (Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo), terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu etika bisnis Islam dan perilaku pedagang. Perbedaan

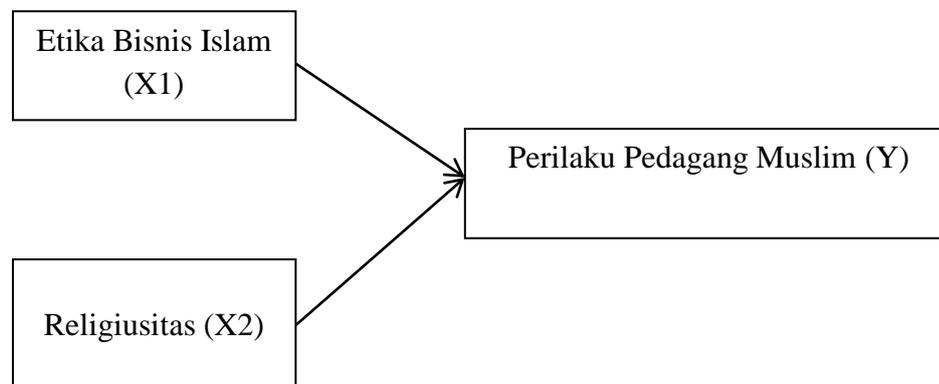
dengan penelitian sebelumnya yaitu pada perbedaan metode penelitian dimana pada penelitian sebelumnya menggunakan analisis regresi linear sederhana sedangkan yang pada penelitian yang sedang peneliti lakukan menggunakan metode analisis regresi linear berganda serta perbedaan pada lokasi penelitian yaitu di Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional , terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu religiusitas. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada variabel lainnya berupa perilaku distributor dan perilaku konsumen serta perbedaan pada lokasi penelitian yaitu di pasar tradisional Kota Serang Provinsi Banten..

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan dalam landasan teoritis sebelumnya, berikut ini merupakan kerangka pemikiran yang menunjukkan tentang pola pikir teoritis terhadap pemecahan masalah penelitian yang ditemukan. Kerangka pemikiran digunakan sebagai dasar penyusunan dan perumusan hipotesis.

Secara sederhana kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Dikatakan jawaban sementara oleh karena jawaban yang ada adalah jawaban yang berasal dari teori.⁷⁰ Berdasarkan permasalahan yang ada, maka kesimpulan sementara (hipotesis) yang diajukan adalah :

H_{01} : Etika bisnis Islam tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa

H_{a1} :Etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa

H_{02} :Religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa

H_{a2} : Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa

⁷⁰Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung : Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 45.

H_{03} : Etika bisnis Islam, dan religiusitas secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa

H_{a3} : Etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menghubungkan atau membandingkan satu variabel dengan variabel lain, data yang dihasilkan bersifat numerik atau angka, memiliki hipotesis sebagai dugaan awal penelitian, instrumen pengumpulan data melalui tes dan non tes, analisis data menggunakan statistika, dan hasil penelitian atau kesimpulan dapat mewakili populasi.⁷¹

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di pusat pasar Langsa, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 1 Juli 2021 s/d 1 Desember 2022.

3.1 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono dalam buku Suryani dan Hendryadi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian.⁷²

⁷¹ Fajri Ismail, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta : Prenamedia Group, 2018), h. 2.

⁷² Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta : Prenamedia Group, 2015), h. 190.

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang di pusat pasar Kota Langsa yang terletak di Kecamatan Langsa Kota dengan jumlah 826 pedagang.⁷³

3.3.2 Sampel

Menurut Arikunto Sampel adalah bagian dari populasi atau sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.⁷⁴

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana seluruh anggota atau elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sebagai sampel. Penentuan besarnya ukuran sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan *simple random sampling*. *Simple random sampling* atau pengambilan sampel secara acak sederhana adalah sebuah desain sampel dengan mengambil sejumlah sampel (n) dari suatu populasi (N).⁷⁵ Untuk menentukan jumlah sampel dari suatu populasi dapat menggunakan cara dengan Rumusan Slovin, yaitu :

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = persen kelonggaran

Persen kelonggaran penelitian ini diasumsikan sebesar 10%, sehingga ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{826}{1+826(0,1)^2} = \frac{826}{9,26} = 89,2$$

⁷³ Badan Pusat Statistik Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka 2021*, ..., h. 438.

⁷⁴ IAIN Langsa, *Metodelogi Penelitian*, (Modul, tidak diterbitkan), h. 32.

⁷⁵ *Ibid*, h. 53.

Dengan demikian ukuran sampel pada penelitian ini adalah 89,2 dibulatkan menjadi 90 sampel.

3.4 Sumber Data Penelitian

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original.⁷⁶ Data primer diperoleh dari data lapangan yang didapat dari sampel penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan oleh pengukurannya menggunakan *skala likert*. *Skala likert* dirancang untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen pertanyaan memiliki gradasi sangat positif sampai sangat negatif.⁷⁷

Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban yaitu, sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

3.5 Instrumen Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi

Observasi adalah kegiatan melihat suatu kondisi secara langsung terhadap objek yang diteliti.⁷⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik

⁷⁶ Nur Achmad Budi Yulianto, Mohammad Maskan, dan Alifiulahtin Utaminingsih, *Metodelogi Penelitian Bisnis*, (Malang : Polinema Press, 2018), h. 37.

⁷⁷ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 72.

⁷⁸ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 74.

pengumpulan data observasi untuk mendapatkan informasi mengenai perilaku responden dalam hal ini perilaku pedagang di pasar Kota Langsa.

3.5.2 Kuesioner

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner. Kuesioner (*questionnaire*) atau angket merupakan metode pengumpulan data untuk memahami individu dengan cara memberikandaftar pertanyaan tentang berbagai aspek kepribadian individu. Dengan kuesioner, konselor dapat memperoleh berbagai macam data tentang individu dalam waktu yang relatif singkat.⁷⁹ Setelah mendapat data dari responden melalui kuesioner kemudian diolah dengan menggunakan statistik atau bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).⁸⁰

Kuesioner diberikan langsung kepada pedagang di pasar Kota Langsa yang menjadi responden dalam penelitian, untuk mengetahui tanggapan mereka dalam pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang. Data yang diperoleh masih merupakan data kualitatif (berupa pernyataan dalam bentuk kuesioner), maka untuk mengolah data tersebut melalui perhitungan statistik harus dilakukan pentransformasian dalam bentuk data kuantitatif dengan menggunakan simbol berupa angka.

Adapun nilai kuantitatif yang telah disusun dilakukan dengan *Skala Likert* dan untuk satu nilai pilihan dinilai (*score*) dengan jarak interval 1. *Score* dari pilihan tersebut antara lain 1, 2, 3, 4 dan 5. *Skala Likert* terdiri dari Sangat Setuju (SS dengan skor 5), Setuju (S dengan skor 4), Kurang Setuju (KS dengan skor 3),

⁷⁹ Susilo Rahardjo dan Gudnanto, *Pemahaman Individu Teknik Nontes*, (Jakarta : Kencana Prenada Group, 2013), h. 94.

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 426.

Tidak Setuju (TS dengan skor 2), dan Sangat Tidak Setuju (STS dengan skor 1).

Masing-masing nilai dari pilihan tersebut dapat dilihat berikut ini:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran Kuesioner

Keterangan (Pilihan)	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kuantitatif.⁸¹

3.6 Definisi Operasional Variabel

- a. Etika bisnis Islam (X1) adalah penerapan akhlak atau perilaku dalam melaksanakan kegiatan bisnis dengan tujuan untuk mencari keuntungan akan tetapi tidak keluar dari perilaku, moral atau norma-norma ajaran Islam dalam menjalankan bisnis Islam.⁸²
- b. Religiusitas (X2) adalah kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama dengan disertai tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengalaman nilai-nilai agama yaitu mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari.⁸³

⁸¹Sugiyono, Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*...h. 425.

⁸²Iwan Aprianto, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, ..., h. 7.

⁸³Jalauddin, *Psikologi Agama*,..., h. 216.

- c. Perilaku pedagang (Y) adalah tindakan-tindakan yang dimiliki oleh pedagang, dalam menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang terjadi sekarang.⁸⁴

Tabel 3.2
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	No Butir Pernyataan
1	Etika bisnis Islam (X1)	Merupakan penerapan akhlak atau perilaku dalam melaksanakan kegiatan bisnis dengan tujuan untuk mencari keuntungan akan tetapi tidak keluar dari perilaku, moral atau norma-norma ajaran Islam dalam menjalankan bisnis Islam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesatuan (tauhid) 2. Keseimbangan (<i>al 'adl wa al ihsan</i>) 3. Kehendak bebas (<i>ikhtiyar</i>) 4. Tanggung jawab (<i>fardh</i>) 	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
2	Religiusitas (X2)	Merupakan kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama dengan disertai tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengalaman nilai-nilai agama yaitu mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensi ideologis 2. Dimensi praktik 3. Dimensi penghayatan 4. Dimensi intelektual 5. Dimensi konsekuensi 	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
3	Perilaku Pedagang (Y)	Merupakan tindakan-tindakan yang dimiliki oleh pedagang, dalam menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang terjadi sekarang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Takwa 2. <i>Aqshid</i> 3. <i>Khidmad</i> 4. <i>Amanahh</i> 	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

⁸⁴ Ni Komang Aprilia Enisari, *Penalaran Abad 21*, ..., h. 201.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah menginterpretasikan data-data yang telah dikumpulkan dari lapangan dan telah diolah sehingga menghasilkan informasi tertentu.⁸⁵ Analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kota Langsa. Dalam penelitian ini, digunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi adalah untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Jika variabel bebas lebih dari satu, maka analisis regresi disebut regresi liner berganda. Disebut berganda karena pengaruh beberapa variabel bebas akan dikenakan kepada variabel terikat.⁸⁶

Bentuk umum dari regresi linear berganda sebagai berikut:⁸⁷

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y : Perilaku pedagang

a : Bilangan konstanta

X₁ : Etika bisnis Islam

X₂ : Religiusitas

b₁, b₂ : Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen

e : Error

⁸⁵ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis...*, h. 88.

⁸⁶ Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi (Dasar dan Penerapannya Dengan R)*, (Jakarta : Kencana, 2016), h. 18.

⁸⁷ Eddy Herjanto, *Sains Manajemen (Analisis Kuantitatif Untuk Pengambilan Keputusan)*,...h. 203.

3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas (terpercaya/tingkat keabsahan) bertujuan untuk mengukur kemampuan instrumen dalam menunjukkan apa yang ingin diukur. Validitas memiliki nama lain seperti sah, tepat. Ide pokoknya sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Salah satu cara untuk menguji validitas ini adalah *Korelasi Item Total*, yakni mengkorelasikan skor-skor suatu item angket dengan totalnya.⁸⁸ Langkah-langkah pengujian validitas dengan korelasi adalah dengan membandingkan nilai korelasi yakni r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir instrumen tersebut adalah signifikan (5%), dengan demikian butir instrument adalah valid. Jika nilai korelasi (r) yang diperoleh adalah negatif dan nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir instrumen adalah tidak valid.⁸⁹

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas memiliki berbagai nama lain seperti kepercayaan, keterandalan, kestabilan, dan konsistensi. Jika nilai koefisien reliabilitas

⁸⁸ Eddy Herjanto, *Sains Manajemen (Analisis Kuantitatif Untuk Pengambilan Keputusan)*, (Jakarta : Grasindo, 2019), h. 203.

⁸⁹ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis...*h. 141.

Cronbach's Alpha > 0,6 maka instrumen memiliki reliabilitas yang tinggi atau dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.⁹⁰

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.⁹¹

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara lain menguji normalitas data adalah dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat pada nilai probabilitasnya. Data adalah normal, jika nilai *Kolmogorov Smirnov* adalah tidak signifikan (*Asymp. Sig (2-tailed)* > α 0,05).⁹²

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.⁹³

⁹⁰ *Ibid.* h. 148.

⁹¹ Ansofino, dkk, *Buku Ajar Ekonometrika*, (Yogyakarta : Deepublish, 2016), h. 94.

⁹² Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 169-170.

⁹³ Ansofino, dkk, *Buku Ajar Ekonometrika*, h. 94.

Uji multikolinearitas adalah uji untuk variabel bebas, dimana korelasi antar variabel bebas dilihat. Jika ada dua variabel bebas dimana kedua variabel tersebut berkorelasi sangat kuat, maka secara logika persamaan regresinya cukup diwakili oleh salah satu variabel saja. Multikolinearitas dapat diketahui dari nilai *Varians Inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF ≤ 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas⁹⁴

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut heteroskedastisitas.⁹⁵ Heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.⁹⁶

Dalam pengambilan keputusannya adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.⁹⁷

⁹⁴ Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*, h. 78.

⁹⁵ Ansofino, dkk, *Buku Ajar Ekonometrika*,...h. 94.

⁹⁶ Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi (Dasar dan Penerapannya Dengan R)*,...h. 144.

⁹⁷ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*,... h. 171.

3.7.2.4 Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terjadi korelasi antara satu periode t dengan periode sebelumnya $(t-1)$. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W):⁹⁸

- a. Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b. Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c. Jika nilai D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negative

3.7.2.5 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan secara linear antara variabel dependen terhadap setiap variabel independen yang hendak diuji. Jika suatu model tidak memenuhi syarat linearitas maka model regresi linear tidak bisa digunakan. Untuk menguji linearitas suatu model dapat digunakan uji linearitas dengan melakukan regresi terhadap model yang ingin diuji. Aturan untuk keputusan linearitas dapat dengan membandingkan nilai signifikan dari *deviation from linearity* $> 0,05$ maka nilai tersebut linear.⁹⁹

3.7.3 Pengujian Hipotesis

3.7.3.1 Uji Parsial (uji Statistik T)

Uji signifikansi secara parsial digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Dalam

⁹⁸Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis.*, h. 173.

⁹⁹R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*, (Bandung : Graha Ilmu, 2004), h. 80.

regresi linear berganda, hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel independen memberi pengaruh yang berbeda dalam model. Keputusan yang dapat diambil dapat diperoleh dari perbandingan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} atau bisa juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansinya. Kriteria pengambilan keputusannya adalah akan tolak H_0 ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga dari uji ini dapat diketahui pengaruh tiap-tiap variabel independennya terhadap variabel independennya.¹⁰⁰

Kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :¹⁰¹

- a. Tolak H_0 jika nilai probabilitas \leq taraf signifikan sebesar 0,05 ($\text{Sig.} \leq \alpha_{0,05}$).
- b. Terima H_0 jika nilai probabilitas $>$ taraf signifikan sebesar 0,05 ($\text{Sig.} > \alpha_{0,05}$).

3.7.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan adalah uji semua variabel bebas secara keseluruhan dan bersamaan di dalam suatu model. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Bila hasil uji simultannya adalah signifikan, maka dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.¹⁰²

Kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:¹⁰³

¹⁰⁰Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi (Dasar dan Penerapannya Dengan R)*,..h. 95-96.

¹⁰¹Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis,..* h. 176.

¹⁰²Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi (Dasar dan Penerapannya Dengan R)*, ..h. 95-96.

¹⁰³Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis,* h. 175.

- a. Tolak H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung \leq probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig. $\leq \alpha_{0,05}$).
- b. Terima H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung $>$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig. $> \alpha_{0,05}$).

3.7.3.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) yaitu mengukur seberapa dalam kesanggupan model dalam menjelaskan ragam variabel dependen. Namun penggunaan koefisien determinasi R^2 memiliki kelemahan, yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel maka R^2 meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu dianjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²*.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Kencana, 2011), h. 87.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian

Kota Langsa adalah salah satu kota di Provinsi Aceh yang terletak antara 04°24'35,68' - 04°33'47,03' Lintang Utara (LU) dan 97°53'14,59' – 98°04'42,16' Bujur Timur (BT). Batas wilayah Kota Langsa, sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Aceh Timur dan Selat Malaka, sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Aceh Tamiang, sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Aceh Timur dan Kabupaten Aceh Tamiang, dan sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Aceh Timur. Dengan luas daerah Kota Langsa 262,41 km², banyaknya gampong 66 dan jumlah kecamatan Kota Langsa 5 kecamatan, yaitu: Langsa Timur, Langsa Lama, Langsa Barat, Langsa Baro, dan Langsa Kota.¹⁰⁵

Sektor perdagangan meningkat secara signifikan di Kota Langsa. Toko-toko dan restoran-restoran yang bermunculan menjadikannya ideal sebagai kota persinggahan dari kabupaten-kabupaten tetangganya. Hal ini dapat dilihat dari penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Usaha Perdagangan (TDUP) yang terus meningkat setiap tahunnya. Jumlah surat izin usaha yang diterbitkan pemerintah Kota Langsa pada tahun 2020 untuk usaha mikro adalah sebanyak 359 surat, usaha kecil sebanyak 389 surat dan usaha menengah sebanyak 274 surat.¹⁰⁶

¹⁰⁵ Badan Pusat Statistik Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka 2021*, (Langsa: Badan Pusat Statistik Kota Langsa, 2021), h. 4.

¹⁰⁶ Badan Pusat Statistik Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka 2021*, ...h. 435

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini adalah karakteristik dari pedagang muslim di pusat pasar Kota Langsa. Karakteristik responden tersebut terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis usaha, jumlah karyawan dan hasil penjualan atau pendapatan. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
Laki-Laki	50	55,6%
Perempuan	40	44,4%
Total	90	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa mayoritas responden pedagang di pasar Kota Langsa berdasarkan jenis kelamin adalah laki-laki, yaitu sebanyak 50 orang atau sebesar 55,6%, sedangkan sisanya adalah responden perempuan yaitu sebanyak 40 orang atau sebesar 44,4%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang di pasar Kota Langsa yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini adalah laki-laki dikarenakan laki-laki dinilai lebih berani dalam membuka usaha dibandingkan perempuan.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
< 25 tahun	4	4,4%
25-40 tahun	62	68,9%
40-50 tahun	23	25,6%
> 50 tahun	1	1,1%
Total	90	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden pedagang di pasar Kota Langsa berdasarkan usia adalah 25-40 tahun, yaitu sebanyak 62 orang atau sebesar 68,9%, usia 40-50 tahun sebanyak 23 orang atau sebesar 25,6%, usia < 25 tahun sebanyak 4 orang atau 4,4%, dan usia > 50 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 1,1%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar usia pedagang di pasar Kota Langsa yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini adalah usia 25-40 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan disajikan pada

Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
SMP/Sederajat	5	5,6%
SMA/Sederajat	76	84,4%
Strata 1 (S1)	9	10%
Total	90	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas tingkat pendidikan responden pedagang di pasar Kota Langsa adalah tingkat pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 76 orang atau sebesar 84,4%, kemudian Strata 1 (S1) sebanyak 10 orang atau sebesar 10% dan SMP/Sederajat sebanyak 5 orang atau 5,6%.

4. Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha

Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha disajikan pada Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
Ikan	15	16.7%
Sayuran	11	12.2%
Sembako dan rempah-rempah	16	17.8%
Pakaian	6	6.7%
Buah-buahan	5	5.6%
Kue	3	3.3%
Dan lain-lain	34	37.8%
Total	90	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa mayoritas responden pedagang di pasar Kota Langsa berdasarkan jenis usaha adalah sembako dan rempah-rempah yaitu sebanyak 16 usaha atau sebesar 17,8%, kemudian penjualan ikan sebanyak 15 usaha atau sebesar 16,7%, penjualan sayuran sebanyak 11 usaha atau sebesar 12,2%, usaha pakaian sebanyak 6 usaha atau sebesar 6,7%, usaha buah-buahan sebanyak 5 usaha atau sebesar 5,6%, usaha kue sebanyak 3 usaha atau sebesar 3,3% dan sisanya pada jenis usaha lainnya yaitu sebanyak 34 usaha

atau sebesar 37,8%.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan disajikan pada Tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
1-2 orang	79	87,8%
3-4 orang	12	13,3%
5-6 orang	1	1,1%
Total	90	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa mayoritas jumlah karyawan responden pedagang di pasar Kota Langsa adalah 1-2 orang yaitu sebanyak 79 usaha atau sebesar 87,8%, jumlah karyawan 3-4 orang sebanyak 12 usaha atau sebesar 13,3% dan jumlah karyawan 5-6 orang sebanyak 1 usaha atau sebesar 1,1%.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Penjualan/Pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan hasil penjualan/pendapatan disajikan pada Tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Penjualan/Pendapatan

Hasil Penjualan/Pendapatan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
< Rp 1.000.000	45	50%
Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000	42	46,7%
Rp 5.000.000 S/d Rp 10.000.000	5	5,6%
Total	90	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa mayoritas responden pedagang di pasar Kota Langsa berdasarkan hasil penjualan/pendapatan adalah < Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 45 usaha atau sebesar 50%, kemudian Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000 sebanyak 42 usaha atau sebesar 46,7%, dan Rp 5.000.000 S/d Rp 10.000.000 sebanyak 5 usaha atau sebesar 5,6%.

4.3 Hasil Uji Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan program komputer *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 20.0 for Windows yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Jika koefisiensi korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir-butir penelitian ini dikatakan valid. Dengan menggunakan $N = 90$ didapatkan $r_{tabel} = 0,2072$ serta membandingkan probabilitas yang dihitung dengan probabilitas yang ditentukan yaitu sebesar 0,05. Dari hasil uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
	r_{hitung}	r_{tabel}		
Etika Bisnis Islam (X1)				
Saya meyakini bahwa segala bentuk aktifitas perdagangan yang saya lakukan, selalu diawasi oleh Allah Swt	0,750	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Ketika memulai aktifitas perdagangan, saya selalu berdoa kepada Allah Swt untuk kelancaran rezeki dalam berdagang	0,822	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Saya selalu memperlakukan konsumen dengan setara tanpa membedakan ras, suku dan status sosialnya.	0,803	0,2072	0,000 < 0,05	Valid

Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
	r_{hitung}	r_{tabel}		
Saya mengambil keuntungan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan, sehingga tidak merugikan kedua belah pihak.	0,616	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Sebagai pedagang, saya bebas untuk menjual apa saja kepada konsumen, akan tetapi tetap memperhatikan jenis-jenis barang yang halal dan haram.	0,726	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Menurut saya, setiap pedagang bebas untuk bersaing, namun persaingan harus dilakukan secara sehat dan tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain.	0,697	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Saat berdagang, saya selalu mengutamakan kejujuran demi pelayanan yang optimal kepada konsumen	0,838	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Saya menjual barang sesuai dengan kualitas tanpa menutup-nutupi kecatatan pada barang dagangan.	0,765	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Religiusitas (X2)				
Saya meyakini bahwa segala perbuatan manusia di dunia akan dipertanggung jawabkan di akhirat nanti	0,724	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Saya meyakini bahwa Allah Swt lah yang mengatur segala rezeki yang datang kepada manusia	0,799	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Walaupun dalam keadaan sibuk, saya selalu mengutamakan untuk mengerjakan kewajiban solat terlebih dahulu	0,846	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Ketika saya mendapatkan rizki lebih, saya akan menyisihkan pendapatan yang saya miliki untuk bersedekah	0,754	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Saya meyakini bahwa Allah Swt akan mengabulkan permintaan manusia dan manusia sudah sepatutnya untuk selalu berdoa kepada Allah Swt	0,828	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Saya meyakini bahwa rizki yang saya dapatkan sekarang merupakan balasan atas doa yang saya panjatkan kepada Allah Swt	0,739	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Dalam segala aktifitas, saya selalu menyempatkan waktu untuk membaca hal-hal yang berkaitan dengan keagamaan	0,834	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Saya selalu menyisihkan waktu untuk dapat mengikuti pengajian dengan tujuan untuk menambah ilmu pengetahuan tentang keagamaan.	0,737	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Saya selalu berusaha untuk selalu bersikap jujur dan menjaga amanah yang diberikan oleh orang lain	0,844	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Jika ada orang yang membutuhkan pertolongan, saya selalu berusaha untuk membantunya sesuai dengan kemampuan saya.	0,738	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Perilaku Pedagang (Y)				
Ketika sedang melakukan aktifitas perdagangan, saya selalu mengingat kepada Allah Swt dengan sering berzikir dan tidak meninggalkan ibadah	0,830	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Tujuan saya berdagang selain untuk mendapatkan keuntungan berupa pendapatan di dunia, akan tetapi juga keuntungan di akhirat yaitu dalam bentuk pahala	0,751	0,2072	0,000 < 0,05	Valid

Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
	r_{hitung}	r_{tabel}		
Dalam berdagang, saya selalu mengutamakan kesopanan	0,841	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Dalam berdagang, saya selalu senyum dan bersikap akrab dalam menghadapi pembeli.	0,834	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Saya selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pembeli	0,740	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Saya selalu menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis saya, karena seorang pedagang membutuhkan mitra bisnis sebagai pemasok barang dagangan	0,841	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Saya menjelaskan kondisi barang apa adanya kepada pembeli	0,713	0,2072	0,000 < 0,05	Valid
Saya tidak pernah mencampur barang kualitas baik dengan kualitas buruk yang dapat menyebabkan pembeli kecewa.	0,822	0,2072	0,000 < 0,05	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruhnya mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{tabel} = 0,2072$). Dengan probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05, hasil perhitungan probabilitas seluruhnya yaitu probabilitas yang dihitung < probabilitas yang ditetapkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada instrumen dapat dinyatakan valid atau layak digunakan sebagai alat untuk mengukur penelitian. Artinya semua pernyataan yang dicantumkan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan variabel pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Kota Langsa.

4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka instrumen memiliki reliabilitas yang tinggi atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau

terpercaya. Jika koefisien *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel.¹⁰⁷ Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Koefisien Alpha	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket
Etika bisnis islam (X1)	0,885	0,60	Reliabel
Religiusitas (X2)	0,930	0,60	Reliabel
Perilaku Pedagang (Y)	0,909	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Dari Tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa seluruh koefisien alpha lebih besar dari 0,60 (*Cronbach's Alpha* > 0,60), maka dapat disimpulkan bahwa jawaban dari butir-butir pernyataan mengenai pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Kota Langsa merupakan jawaban yang reliabel atau handal.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

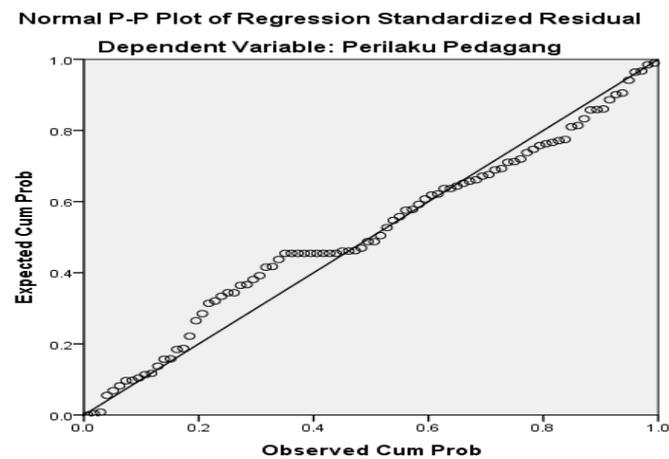
Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal, maka

¹⁰⁷Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis...*.h. 142.

model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.¹⁰⁸ Berikut adalah Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas Pada Kurva *Normal P – Plot*:

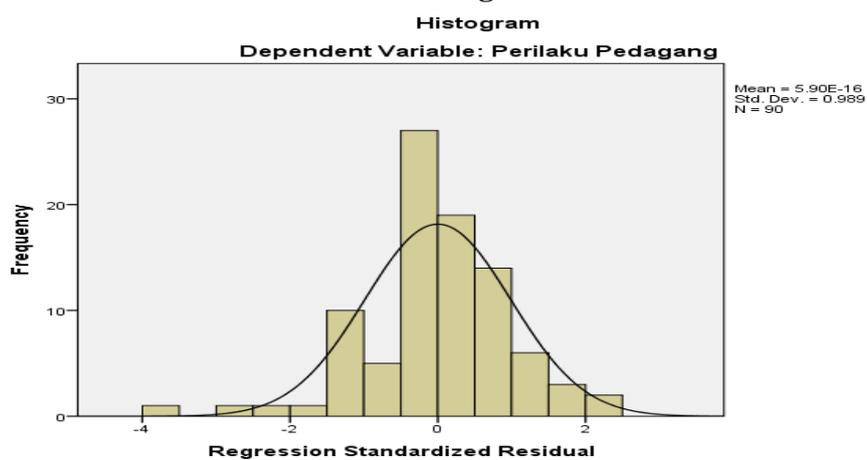
Gambar 4.1
Kurva *Normal P – Plot*



Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 20, 2021

Dengan melihat gambar *Normal P – Plot* dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data terdistribusi dengan normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2
Histogram



Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 20, 2021

¹⁰⁸ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 169.

Dengan melihat tampilan grafik histogram dapat disimpulkan grafik histogram memberikan pola yang seimbang. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan.

Cara lain menguji normalitas data adalah dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat pada nilai probabilitasnya. Data adalah normal, jika nilai *Kolmogorov Smirnov* adalah tidak signifikan ($\text{Asymp. Sig (2-tailed)} > \alpha 0,05$).¹⁰⁹

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.80477633
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.067
	Negative	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		1.038
Asymp. Sig. (2-tailed)		.231

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 20, 2021

Berdasarkan Tabel 4.9 hasil uji normalitas terhadap nilai residual dari persamaan regresi, menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1,038 dengan probabilitas sebesar 0,231. Nilai probabilitas sebesar $0,231 > 0,05$ maka data tersebut terdistribusi normal.

¹⁰⁹Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 169-170.

4.3.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji untuk variabel bebas, dimana korelasi antar variabel bebas dilihat. Jika ada dua variabel bebas dimana kedua variabel tersebut berkorelasi sangat kuat, maka secara logika persamaan regresinya cukup diwakili oleh salah satu variabel saja. Multikolinieritas dapat diketahui dari nilai *Varians Inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF ≤ 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.¹¹⁰ Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel dibawah:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Ket
Etika Bisnis Islam (X1)	0,506	1,976	Lolos
Religiusitas (X2)	0,506	1,976	Lolos

Sumber: Data Primer diolah, 2021

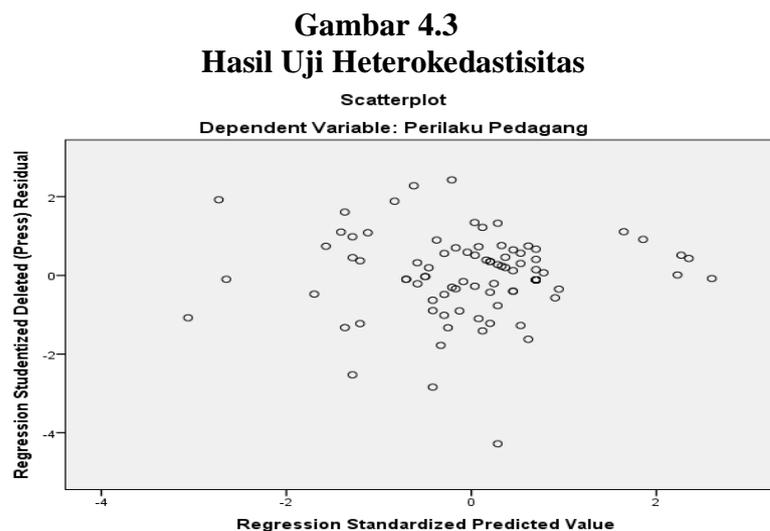
Hasil uji multikolinieritas pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel etika bisnis Islam yaitu $0,506 > 0,1$, dan variabel religiusitas yaitu $0,506 > 0,1$ Sementara itu nilai VIF variabel etika bisnis Islam yaitu $1,976 < 10$ dan variabel religiusitas yaitu $1,976 < 10$. Dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh variabel tidak mengandung multikolinieritas. Artinya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengambilan keputusannya adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka

¹¹⁰ Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*, ...h. 78.

terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (point) menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.¹¹¹ Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas terhadap model regresi pada penelitian ini:



Berdasarkan gambar diatas, terlihat titik-titik pada Grafik *Scattreplot* menyebar atau tidak membentuk pola tertentu. Artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan, sehingga model regresi layak dipakai untuk menganalisis pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa.

4.3.2.4 Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terjadi korelasi antara satu periode t dengan periode sebelumnya ($t-1$). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.

¹¹¹Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 171.

Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W):¹¹²

- a. Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b. Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c. Jika nilai D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif

Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Change Statistics					Durbin-Watson
R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
.473	39.100	2	87	.000	1.588

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Etika Bisnis Islam

b. Dependent Variable: Perilaku Pedagang

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 20, 2021

Dari hasil pengujian tersebut diperoleh nilai D-W yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,588. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai D-W berada diantara -2 sampai +2 dengan demikian regresi dalam penelitian ini tidak ada autokorelasi. Sehingga asumsi klasik dari penelitian ini terpenuhi.

4.3.2.5 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan secara linear antara variabel dependen terhadap setiap variabel independen yang hendak diuji. Jika suatu model tidak memenuhi syarat linearitas maka model regresi linear tidak bisa digunakan. Untuk menguji linearitas suatu model dapat digunakan uji linearitas dengan melakukan regresi terhadap model yang ingin diuji. Aturan untuk keputusan linearitas dapat dengan membandingkan nilai signifikan dari

¹¹²Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis...* h. 173.

deviation from linearity > 0,05 maka nilai tersebut linear.¹¹³ Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas terhadap model regresi pada penelitian ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Linearitas Variabel Etika Bisnis Islam
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Perilaku Pedagang * Etika Bisnis Islam	Between Groups	(Combined)	1458.704	20	72.935	5.095	.000	
		Linearity	874.639	1	874.639	61.098	.000	
		Deviation from	584.065	19	30.740	2.147	.211	
		Linearity						
		Within Groups	987.752	69	14.315			
Total			2446.456	89				

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 20, 2021

Berdasarkan Tabel 4.12, hasil uji linearitas menunjukkan nilai koefisien signifikansi dari variabel etika bisnis Islam sebesar 0,211 yang artinya lebih besar dari alpha yang ditentukan, yaitu 0,05 ($0,211 > 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa hubungan variabel independen tersebut dengan variabel dependen adalah linear.

Tabel 4.13
Hasil Uji Linearitas Variabel Religiusitas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Perilaku Pedagang * Religiusitas	Between Groups	(Combined)	1385.120	21	65.958	4.226	.000	
		Linearity	1073.234	1	1073.234	68.762	.000	
		Deviation from	311.886	20	15.594	.999	.475	
		Linearity						
		Within Groups	1061.336	68	15.608			
Total			2446.456	89				

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 20, 2021

¹¹³ R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS, ...*, h. 80.

Berdasarkan Tabel 4.13, hasil uji linearitas menunjukkan nilai koefisien signifikansi dari variabel religiusitas sebesar 0,475 yang artinya lebih besar dari alpha yang ditentukan, yaitu 0,05 ($0,475 > 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa hubungan variabel independen tersebut dengan variabel dependen adalah linear.

4.3.3 Analisis Regresi Berganda

Hasil analisis regresi berganda terhadap pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.017	2.861		1.754	.083
Etika Bisnis Islam	.299	.125	.262	2.393	.019
Religiusitas	.446	.102	.478	4.375	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang
Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 20, 2021

Berdasarkan pada Tabel 4.14 ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = 5,017 + 0,299 + 0,446 + e$$

1. Nilai konstan (Y) sebesar 5,017 jika variabel etika bisnis Islam dan religiusitas nilainya adalah nol (0), maka variabel perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa (Y) akan berada pada angka 5,017.
2. Koefisien regresi etika bisnis Islam sebesar 0,299, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan etika bisnis Islam mengalami kenaikan 1 satuan maka perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa juga akan

meningkat 0,299 satuan.

3. Koefisien regresi religiusitas sebesar 0,446 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan religiusitas mengalami kenaikan 1 satuan maka perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa juga akan meningkat 0,446 satuan.

4.3.4 Uji Hipotesis

4.3.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji signifikansi secara parsial digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Dalam regresi linear berganda, hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel independen memberi pengaruh yang berbeda dalam model.¹¹⁴ Kriteria pengujiannya apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan atau jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka model regresi signifikan secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.017	2.861		1.754	.083
Etika Bisnis Islam	.299	.125	.262	2.393	.019
Religiusitas	.446	.102	.478	4.375	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang
Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 20, 2021

¹¹⁴Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi (Dasar dan Penerapannya Dengan R)*,... h. 95-96.

- a. Pengaruh etika Bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa

H_1 :Etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa.

Berdasarkan Tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa nilai variabel etika bisnis Islam t_{hitung} sebesar $2,393 > 1,987$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,019 < \alpha$ $0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa, dengan demikian hipotesis diterima.

- b. Pengaruh religiusitas terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa.

H_2 :Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa.

Berdasarkan Tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa nilai variabel religiusitas t_{hitung} sebesar $4,375 > 1,987$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha$ $0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa, dengan demikian hipotesis diterima.

4.3.4.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (etika bisnis Islam dan religiusitas) yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (perilaku pedagang muslim). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.16 berikut ini.

Tabel 4.16
Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1158.063	2	579.031	39.100	.000 ^b
Residual	1288.393	87	14.809		
Total	2446.456	89			

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Etika Bisnis Islam

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 20, 2021

Berdasarkan Tabel 4.16 pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara simultan (keseluruhan) etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa dapat dilihat dari hasil uji F pada tabel. Nilai $F_{hitung} = 39,100 > F_{tabel} 3,10$ dengan nilai signifikan = 0,000. Dengan demikian nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa.

4.3.4.3 Analisis Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) yaitu mengukur seberapa dalam kesanggupan model dalam menjelaskan ragam variabel dependen. Namun penggunaan koefisien determinasi R^2 memiliki kelemahan, yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel maka R^2 meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu dianjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²*.¹¹⁵

¹¹⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Kencana, 2009), h. 87.

Tabel 4.17
Hasil Uji Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 ^a	.473	.461	3.848

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Etika Bisnis Islam

b. Dependent Variable: Perilaku Pedagang

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 20, 2021

Pada Tabel 4.17 menunjukkan nilai *adjusted R²* sebesar 0,461 yang berarti bahwa 46,1% variasi nilai perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa ditentukan oleh dua variabel yang berpengaruh yaitu etika bisnis Islam dan religiusitas. Sedangkan sisanya (100% - 46,1% = 53,9 %) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan tersebut diatas.

4.4 Interpretasi Hasil Penelitian

4.2.1 Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Kota Langsa

Variabel etika bisnis Islam merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa. Etika bisnis Islam merupakan penerapan perilaku atau akhlak dalam melaksanakan kegiatan bisnis dengan tujuan untuk mencari keuntungan akan tetapi tidak keluar dari perilaku, moral atau norma-norma ajaran Islam dalam menjalankan bisnis Islam.¹¹⁶ Indikator dalam etika bisnis Islam ini adalah kesatuan (tauhid), keseimbangan (*al 'adl wa al ihsan*), kehendak bebas (*ikhtiyar*) dan tanggung jawab (*fardh*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa yang

¹¹⁶ Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*,...h. 10.

berarti bahwa semakin baik penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang maka akan memberikan dampak semakin baik pula perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai $(X1) t_{hitung} = 2,393 > 1,987$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,019. Berdasarkan ketentuannya jika nilai $sig < 0,05$ ($0,019 < 0,05$) maka terdapat kontribusi yang signifikan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa.

Etika bisnis Islam memberikan pengaruh terhadap perilaku pedagang muslim dikarenakan prinsip etika bisnis Islam memberikan tuntunan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang pedagang muslim dalam menjalankan bisnisnya sehingga dapat memberikan keuntungan baik pada dirinya maupun kepada orang lain. Dengan penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas perdagangan, maka perilaku pedagang muslim akan terlihat sisi kejujuran, keadilan dan iktikad baik dalam berhubungan dengan konsumen atau pembeli.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Indah Yuli Astuti (2019),¹¹⁷ Suci Nuskur Lestari A (2017),¹¹⁸ Rais Rahmatullah (2019),¹¹⁹ Muansar Rusman (2019)¹²⁰ yang menunjukkan hasil bahwa etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku pedagang. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan

¹¹⁷ Indah Yuli Astuti, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Karangkobar Kabupaten Banjarnegara", (Skripsi: Univ Muhammadiyah Yogyakarta, 2019).

¹¹⁸ Suci Nuskur Lestari A, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Sentral Kota Kendari" (Skripsi: IAIN Kendari, 2017).

¹¹⁹ Rais Rahmatullah, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Grongolan Baru Pekalongan", (Skripsi: IAIN Pekalongan, 2019).

¹²⁰ Muansar Rusman, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang (Studi Kasus Pasar Tradisional Andi Tadda Kota Palopo)", (Skripsi: IAIN Palopo, 2019).

oleh Lisda Hasnita (2021)¹²¹ yang menunjukkan hasil bahwa etika bisnis Islam tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang. Hal ini disebabkan oleh prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pedagang muslim belum dijalankan secara maksimal. Masih banyak ditemui pedagang-pedagang yang menyimpang dari etika bisnis Islam.

4.2.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Kota Langsa

Variabel religiusitas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa. Religius merupakan unsur-unsur yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang yang beragama dan bukan sekedar mengaku punya agama. Dalam Islam religiusitas tercermin dalam pengalaman aqidah, syariah, dan akhlak. Bila semua unsur itu telah dimiliki seseorang maka dia itulah insan beragama yang sesungguhnya.¹²² Indikator dalam religiusitas ini adalah dimensi ideologis/ kepercayaan, dimensi praktik/ritual agama, dimensi penghayatan/pengalaman, dimensi intelektual/pengetahuan dan dimensi konsekuensi/pengamalan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas pedagang maka akan memberikan dampak semakin baik pula perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai $(X1) t_{hitung} 4,375 > 1,987$

¹²¹Lisda Hasnita, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Baru Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin", (Skripsi: UIN Sulthan Thatha saifuddin, 2021).

¹²² Zakiah Daratjad, *Ilmu Jiwa Agama*,... h.76.

dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan ketentuannya jika nilai sig < 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka terdapat kontribusi yang signifikan religiusitas terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa.

Bekerja merupakan kewajiban setiap manusia untuk memenuhi kehidupan hidupnya. Namun manusia harus tetap bisa menyeimbangkan antara kehidupan di dunia dan persiapan di kehidupan akhirat kelak. Caranya yaitu dengan tetap melaksanakan ibadah secara rutin dan bekerja secara giat untuk memenuhi kebutuhan hidup di dunia. Religiusitas memberikan pengaruh terhadap perilaku pedagang muslim dikarenakan religiusitas merupakan pemahaman agama dan pengaplikasiannya yang mempunyai peranan penting dalam membentuk karakter manusia sehingga kegiatan usaha dapat dijalankan dengan jujur. Manusia tidak hanya berurusan dengan manusia lain, tetapi juga yang paling penting akan berhadapan dengan Allah SWT. Religiusitas seseorang akan sangat mempengaruhi kebiasaan pedagang dalam aktivitas lingkungan perdagangan yang terhindar dari melakukan kecurangan yang dapat merugikan orang lain serta mendapatkan keuntungan baik di dunia maupun di akhirat.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Lisda Hasnita (2021),¹²³ Ahmad Faiz (2015),¹²⁴ Rais Rahmatullah (2019),¹²⁵ Susilawati (2019),¹²⁶ Raihanul, Armiadi

¹²³Lisda Hasnita, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Baru Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin", (Skripsi: UIN Sulthan Thatha saifuddin, 2021).

¹²⁴ Ahmad Faiz, "Pengaruh Tingkat Keagamaan Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan", (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah, 2015).

¹²⁵ Rais Rahmatullah, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Grongolan Baru Pekalongan", (Skripsi: IAIN Pekalongan, 2019).

¹²⁶ Susilawati, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Distribusi dan Perilaku Konsumsi Pedagang Muslim di Kota Medan", *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No.1, 2019.

dan Azharsyah Ibrahim (2020),¹²⁷ Abdul Hakim, Novidiana dan Neni Erlin (2015),¹²⁸ yang menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh terhadap perilaku pedagang.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Susilawati (2019)¹²⁹ yang menunjukkan hasil bahwa religiusitas aspek ibadah dan akidah tidak berpengaruh terhadap perilaku distribusi dan konsumsi pedagang muslim. Hal ini dikarenakan dalam aspek ibadah dan aspek akidah, pedagang hanya fokus terhadap hubungan manusia dengan Allah SWT sehingga tidak berkaitan dengan perilaku pedagang dalam kehidupan sehari-hari.

4.2.3 Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Kota Langsa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian dengan uji F yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $39,100 > F_{tabel}$ 3,10 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau $F < 0,05$.

Hasil pengujian *Adjusted* (R^2) pada penelitian ini sebesar 0,461 atau 46,1%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya koefisien determinasi dari etika bisnis Islam dan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku

¹²⁷ Raihanul, Armiadi dan Azharsyah Ibrahim, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh", *Journal of Sharia Economics*, Vol. 01, No. 01, 2020.

¹²⁸ Abdul Hakim, Novidiana dan Neni Erlin, "Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Persaingan Usaha terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Siderojo Lamongan", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 01, No.03, 2015.

¹²⁹ Susilawati, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Distribusi dan Perilaku Konsumsi Pedagang Muslim di Kota Medan", *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 02, n0. 01, 2019.

pedagang muslim sebesar 46,1% dan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Artinya semakin meningkat etika bisnis Islam dan religiusitas maka akan semakin baik perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa dalam melakukan aktifitas perdagangannya.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Lisda Hasnita (2021),¹³⁰ Rais Rahmatullah (2019),¹³¹ yang menunjukkan hasil bahwa etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pedagang. Hal ini dikarenakan etika bisnis Islam berkaitan dengan tata cara berbisnis yang diajarkan dalam Islam dan religiusitas merupakan tingkat kepercayaan, keyakinan dan kekokohan agamanya. Dalam hal ini maka ketika seseorang memiliki tingkat religiusitas yang baik maka penerapan etika bisnis Islam akan terlaksana dengan lebih mudah sehingga hal ini secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap perilaku seorang pedagang. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Faiz (2015),¹³² yang menunjukkan hasil bahwa dimensi dalam religiusitas tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap perilaku pedagang.

¹³⁰Lisda Hasnita, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Baru Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin", (Skripsi: UIN Sulthan Thatha saifuddin, 2021).

¹³¹ Rais Rahmatullah, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Grongolan Baru Pekalongan", (Skripsi: IAIN Pekalongan, 2019).

¹³² Ahmad Faiz, "Pengaruh Tingkat Keagamaan Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan", (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah, 2015).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Etika bisnis Islam berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai $(X1) t_{hitung} 2,393 > 1,987$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang maka akan memberikan dampak semakin baik pula perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa.
2. Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai $(X2) t_{hitung} 4,375 > 1,987$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas pedagang maka akan memberikan dampak semakin baik pula perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa.
3. Etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian dengan uji F yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $39,100 > F_{tabel} 3,10$ dengan nilai signifikansi F sebesar $0,000$ atau $F < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin meningkat etika bisnis Islam dan religiusitas

maka akan semakin baik perilaku pedagang muslim di Pasar Kota Langsa dalam melakukan aktifitas perdagangannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

- a. Bagi Penulis, penulisan ini bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan menganalisa dan mengevaluasi mengenai etika bisnis islami dan religiusitas serta mengetahui pengaruhnya terhadap perilaku bisnis pedagang muslim.
- b. Bagi Institusi, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan bahan perbandingan bagi penelitian yang sejenis.
- c. Bagi Peneliti lain diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi bagi peneliti lain dan bisa digunakan sebagai rujukan, serta bahan referensi dalam melakukan penelitian lanjutan yang berhubungan dengan pengaruh etika bisnis Islami dan religiusitas terhadap perilaku bisnis pedagang muslim.
- d. Bagi pedagang, diharapkan agar pedagang muslim untuk dapat meningkatkan prinsip kejujuran, tepat dalam menimbang, amanah serta tetap mempertahankan dan terus mengembangkan tingkat religiusitas yang telah dimiliki agar perilaku pedagang akan menjadi jauh lebih baik lagi.
- e. Bagi Masyarakat, diharapkan menghasilkan informasi yang dapat dijadikan bahan pengetahuan mengenai tentang pengaruh etika bisnis Islami dan religiusitas terhadap perilaku bisnis pedagang muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansafino. dkk, *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta : Deepublish. 2016.
- Aprianto, Iwan, dkk. *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublish. 2020.
- Astuti, Indah Yuli.” Pengaruh *Pengetahuan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara*”. Skripsi: Univ Muhammadiyah Yogyakarta. 2019
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*. Bandung : Alfabeta. 2013.
- Badan Pusat Statistik Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka 2021*. Langsa: BPS Kota Langsa. 2021.
- Bungin, Burhan. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana. 2009.
- Daratjad, Zakiah . *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang. 2015
- Echdar , Sabar dan Maryadi, *Business Ethics and Entrepreneurship: Etika Bisnis dan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish. 2019
- Enisari, Ni Komang Aprilia. *Penalaran Abad 21*. Jawa Barat: Jejak Publisher. 2020.
- Faiz, Ahmad.” Pengaruh *Tingkat Keagamaan Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan*”. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah. 2015.
- Farid. *Kewirausahaan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group. 2017
- Fauzia, Ika Yunia *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana. 2013.
- Fitriani, Annisa. Peran Religiusitas Dalam Meningkatkan *Psychological Well Being*”. *Jurnal Al-Adyan*, Vol. 11, No. 1. 2016.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2011.
- Hasnita, Lisda.” Pengaruh *Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Baru Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin*”. Skripsi: UIN Sulthan Thatha saifuddin. 2021.

- Herjanto, Eddy. *Sains Manajemen (Analisis Kuantitatif Untuk Pengambilan Keputusan)*. Jakarta : Grasindo. 2009
- Holle, Mohammad H. *Bunga ampai Studi Ekonomi Syariah*. Jawa Timur: Duta Media Publishing, 2020.
- Ismail, Fajri. *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta : Prenamedia Group. 2018
- Jalauddin. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2010.
- Juliandi, Azuar dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Bandung : Citapustaka Media Perintis. 2013
- Juliandi, Azuar dan Dewi Andriani. *Studi Perilaku Konsumen Perbankan Syariah*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisa Ilmiah Aqli. 2019.
- Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Rajawali Pers. 2014.
- Kurniawan, Robert dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi (Dasar dan Penerapannya Dengan R)*. Jakarta : Kencana. 2016.
- Lestari, Suci Nuskur A.” *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Sentral Kota Kendari*”. Skripsi: IAIN Kendari. 2017.
- Muhyiddin, Nurlina T. dkk. *Ekonomi Bisnis Menurut Perspektif Islam dan Konvensional*. Jawa Timur: Penerbit Peneleh. 2020.
- Mustafa, Zainuddin. *Perilaku Organisasi Dalam Perspektif Manajemen Organisasi*. Makasar: Celebes Media Perkasa. 2018.
- Nashori, Fuad dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengetahui Kreativitas Perspektif Psikologi Agama*. Yogyakarta: Menara Kudus. 2012.
- Program Studi Sistem Informasi FST Univ Ma Chung. *Studi Kasus Sistem Berbasis Pengetahuan*. Malang: Seribu Bintang. 2018.
- Qamar, Nurul, dkk, *Metode Penelitian Hukum*. Makassar: Social Politic Genius. cet 1. 2017.
- Rahardjo, Susilo dan Gudnanto, *Pemahaman Individu Teknik Nontes*. Jakarta : Kencana Prenada Group. 2013.
- Rahmatullah, Rais.” *Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Sembako Muslim di Pasar Grongolan Baru Pekalongan*”. Skripsi: IAIN Pekalongan. 2019.

- Raihanul, Armiadi dan Azharsyah Ibrahim. Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh, *Journal of Sharia Economics*, Vol. 1, No.1. 2020.
- Samad, Mukhtar. *Etika Bisnis Syariah: Berbisnis sesuai Dengan Moral Islam*. Yogyakarta: Sunrise. 2016.
- Santoso, Edi. *Pengaruh Era Globalisasi Terhadap Hukum Bisnis di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media. 2018.
- Suprayitno, Adi. *Pendidikan Karakter di Era Milenial*. Yogyakarta: Deepublish. 2020
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif:Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta : Prenamedia Group. 2015.
- Susilawati.” Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Distribusi dan Perilaku Konsumsi Pedagang Muslim di Kota Medan”. *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No.1, 2019.
- Syaipuddin, Muhammad.”*Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Makanan Jajanan Sekolah di Lingkungan SDN Pekanbaru*”. Skripsi: UIN Sultan Syarif Kasim Riau. 2018.
- Yulianto, Nur Achmad Budi. Mohammad Maskan, dan Alifiulahtin Utaminingsih. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Malang : Polinema Press. 2018.
- Zamzam, Fakhry dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepuplish,.2020.

Lampiran 1**KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth,

Bapak/Ibu

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Amara Putri

NIM : 4012017106

Jurusan/Fakultas : Perbankan Syariah / Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam rangka memenuhi tugas akhir saya sebagai mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Langsa, saya memohon kepada Bapak/Ibu ketersediaanya guna mengisi kuesioner penelitian saya ini.

Kuesioner ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data terkait penelitian saya. Bapak/Ibu tidak perlu khawatir dalam memberikan jawaban yang sejujurnya, sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban anda akan terjaga kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian saja. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai berharganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Peneliti

Dwi Amara Putri

A. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda ceklis (√) pada pilihan yang disediakan.

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis kelamin :

(a) Pria	(b) Wanita
----------	------------
4. Usia :

(a) < 25 tahun	(c) 40-50 tahun
(b) 25-40 tahun	(d) > 50 tahun
5. Pendidikan terakhir :

(a) SD	(c) SMA/Sederajat
(b) SMP/Sederajat	(d) Strata 1 (S1)
6. Jenis usaha yang dijalankan :
7. Jumlah karyawan termasuk pemilik :

(a) 1-2 orang	(c) 5-6 orang
(b) 3-4 orang	(d) > 7 orang
8. Hasil penjualan atau pendapatan bersih setiap bulan:

(a) < Rp 1.000.000,-	(c) Rp 5.000.000,- s/d Rp 10.000.000,-
(b) Rp 1.000.000,- s/d Rp 5.000.000,-	(d) Rp >10.000.000,-

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda ceklis (√) seberapa besar tingkat persetujuan anda terhadap pernyataan-pernyataan berikut.

Jawaban yang tersedia berupa Skala Likert yaitu 1-5 yang mempunyai arti:

- | | | |
|------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1. Sangat Tidak Setuju (STS) | 3. Kurang Setuju (KS) | 5. Sangat Setuju (SS) |
| 2. Tidak Setuju (TS) | 4. Setuju (S) | |

Etika Bisnis Islam (X1)

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		1 (STS)	2 (TS)	3 (KS)	4 (S)	5 (SS)
Kesatuan (tauhid)						
1	Saya meyakini bahwa segala bentuk aktifitas perdagangan yang saya lakukan, selalu diawasi oleh Allah Swt					
2	Ketika memulai aktifitas perdagangan, saya selalu berdoa kepada Allah Swt untuk kelancaran rezeki dalam berdagang					
Keseimbangan (<i>al 'adl wa al ihsan</i>)						
3	Saya selalu memperlakukan konsumen dengan setara tanpa membedakan ras, suku dan status sosialnya.					
4	Saya mengambil keuntungan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan, sehingga tidak merugikan kedua belah pihak.					
Kehendak bebas (<i>ikhtiyar</i>)						
5	Sebagai pedagang, saya bebas untuk menjual apa saja kepada konsumen, akan tetapi tetap memperhatikan jenis-jenis barang yang halal dan haram.					
6	Menurut saya, setiap pedagang bebas untuk bersaing, namun persaingan harus dilakukan secara sehat dan tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain.					
Tanggung jawab (<i>fardh</i>)						
7	Saat berdagang, saya selalu mengutamakan kejujuran demi pelayanan yang optimal kepada konsumen					
8	Saya menjual barang sesuai dengan kualitas tanpa menutup-nutupi kecatatan pada barang dagangan.					

Religiusitas (X2)

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		1 (STS)	2 (TS)	3 (KS)	4 (S)	5 (SS)
Dimensi ideologis/ kepercayaan						
1	Saya meyakini bahwa segala perbuatan manusia di dunia akan dipertanggung jawabkan di akhirat nanti					
2	Saya meyakini bahwa Allah Swt lah yang mengatur segala rezeki yang datang kepada manusia					
Dimensi praktik/ritual agama						
3	Walaupun dalam keadaan sibuk, saya selalu mengutamakan untuk mengerjakan kewajiban solat terlebih dahulu					
4	Ketika saya mendapatkan rizki lebih, saya akan menyisihkan pendapatan yang saya miliki untuk bersedekah					
Dimensi penghayatan/pengalaman						
5	Saya meyakini bahwa Allah Swt akan mengabulkan permintaan manusia dan manusia sudah sepatutnya untuk selalu berdoa kepada Allah Swt					
6	Saya meyakini bahwa rizki yang saya dapatkan sekarang merupakan balasan atas doa yang saya panjatkan kepada Allah Swt					
Dimensi intelektual/pengetahuan						
7	Dalam segala aktifitas, saya selalu menyempatkan waktu untuk membaca hal-hal yang berkaitan dengan keagamaan					
8	Saya selalu menyisihkan waktu untuk dapat mengikuti pengajian dengan tujuan untuk menambah ilmu pengetahuan tentang keagamaan.					
Dimensi konsekuensi/pengamalan						
9	Saya selalu berusaha untuk selalu bersikap jujur dan menjaga amanah yang diberikan oleh orang lain					
10	Jika ada orang yang membutuhkan pertolongan, saya selalu berusaha untuk membantunya sesuai dengan kemampuan saya.					

Perilaku Pedagang (Y)

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		1 (STS)	2 (TS)	3 (KS)	4 (S)	5 (SS)
Takwa						
1	Ketika sedang melakukan aktifitas perdagangan, saya selalu mengingat kepada Allah Swt dengan sering berzikir dan tidak meninggalkan ibadah					
2	Tujuan saya berdagang selain untuk mendapatkan keuntungan berupa pendapatan di dunia, akan tetapi juga keuntungan di akhirat yaitu dalam bentuk pahala					
Aqshid						
3	Dalam berdagang, saya selalu mengutamakan kesopanan					
4	Dalam berdagang, saya selalu senyum dan bersikap akrab dalam menghadapi pembeli.					
Khidmad						
5	Saya selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pembeli					
6	Saya selalu menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis saya, karena seorang pedagang membutuhkan mitra bisnis sebagai pemasok barang dagangan					
Amanah						
7	Saya menjelaskan kondisi barang apa adanya kepada pembeli					
8	Saya tidak pernah mencampur barang kualitas baik dengan kualitas buruk yang dapat menyebabkan pembeli kecewa.					

Lampiran 2**Hasil Pengujian Instrumen Penelitian****1. Hasil Uji Validitas****Etika Bisnis Islam (X1)****Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Etika Bisnis Islam
X1.1	Pearson Correlation	1	.589**	.586**	.428**	.426**	.457**	.629**	.512**	.750**
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	.589**	1	.558**	.349**	.604**	.474**	.977**	.475**	.822**
	Sig. (2- tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	.586**	.558**	1	.338**	.429**	.409**	.571**	.940**	.803**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.4	Pearson Correlation	.428**	.349**	.338**	1	.430**	.403**	.377**	.328**	.616**
	Sig. (2- tailed)	.000	.001	.001		.000	.000	.000	.002	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.5	Pearson Correlation	.426**	.604**	.429**	.430**	1	.436**	.580**	.416**	.726**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.6	Pearson Correlation	.457**	.474**	.409**	.403**	.436**	1	.503**	.420**	.697**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.7	Pearson Correlation	.629**	.977**	.571**	.377**	.580**	.503**	1	.486**	.838**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.8	Pearson Correlation	.512**	.475**	.940**	.328**	.416**	.420**	.486**	1	.765**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Etika Bisnis Islam	Pearson Correlation	.750**	.822**	.803**	.616**	.726**	.697**	.838**	.765**	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Perilaku Pedagang	Pearson Correlation	.830**	.751**	.841**	.834**	.740**	.841**	.713**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Reliabilitas

Etika Bisnis Islam (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	8

Religiusitas (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	10

Perilaku Pedagang (Y)

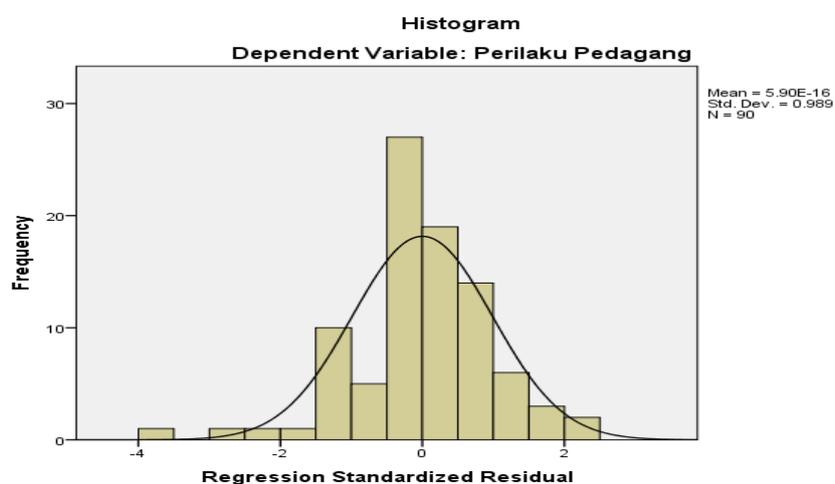
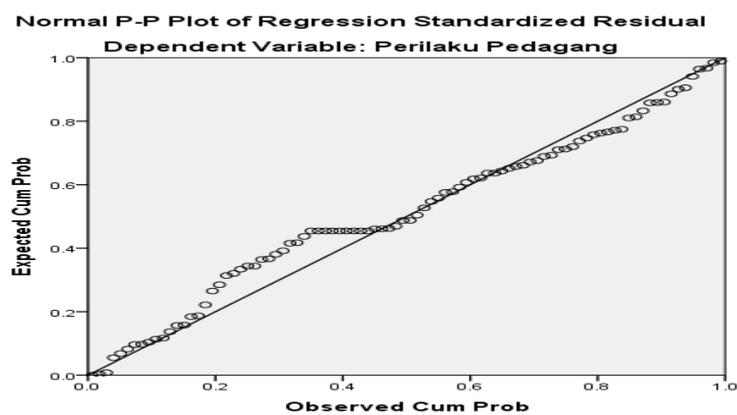
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	8

Lampiran 3

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.80477633
	Absolute	.109
Most Extreme Differences	Positive	.067
	Negative	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		1.038
Asymp. Sig. (2-tailed)		.231

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

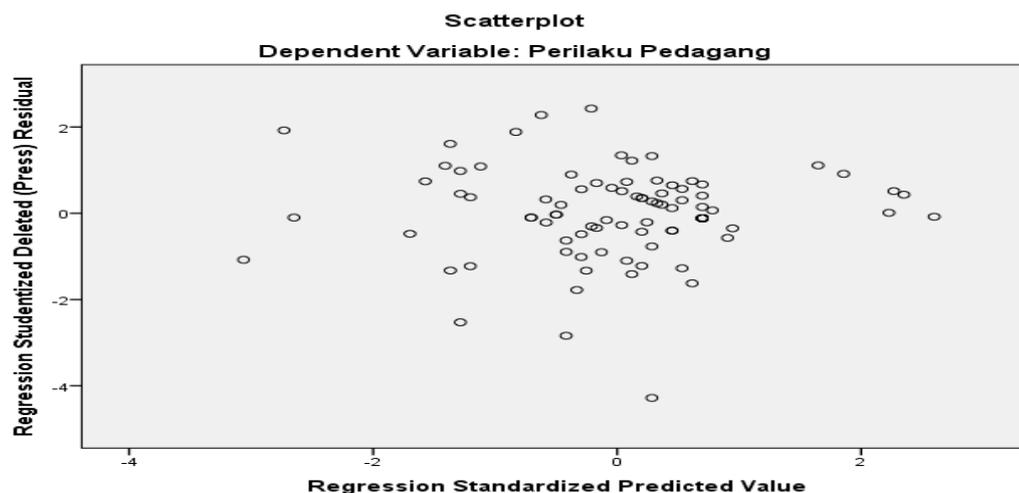
2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	5.017	2.861		1.754	.083	-.670	10.704					
Etika Bisnis Islam	.299	.125	.262	2.393	.019	.051	.547	.598	.249	.186	.506	1.976
Religiusitas	.446	.102	.478	4.375	.000	.244	.649	.662	.425	.340	.506	1.976

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang

3. Hasil Uji Heterokedastisitas



4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.688 ^a	.473	.461	3.848	.473	39.100	2	87	.000	1.588

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Etika Bisnis Islam

b. Dependent Variable: Perilaku Pedagang

5. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			1458.704	20	72.935	5.095	.000
Perilaku Pedagang * Etika Bisnis Islam	Between Groups	Linearity	874.639	1	874.639	61.098	.000
		Deviation from Linearity	584.065	19	30.740	2.147	.211
	Within Groups		987.752	69	14.315		
	Total		2446.456	89			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			1385.120	21	65.958	4.226	.000
Perilaku Pedagang * Religiusitas	Between Groups	Linearity	1073.234	1	1073.234	68.762	.000
		Deviation from Linearity	311.886	20	15.594	.999	.475
	Within Groups		1061.336	68	15.608		
	Total		2446.456	89			

Lampiran 4

Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
(Constant)	5.017	2.861		1.754	.083	-.670	10.704					
1 Etika Bisnis Islam	.299	.125	.262	2.393	.019	.051	.547	.598	.249	.186	.506	1.976
Religiusitas	.446	.102	.478	4.375	.000	.244	.649	.662	.425	.340	.506	1.976

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang

2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1158.063	2	579.031	39.100	.000 ^b
	Residual	1288.393	87	14.809		
	Total	2446.456	89			

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Etika Bisnis Islam

3. Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.688 ^a	.473	.461	3.848	.473	39.100	2	87	.000	1.588

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Etika Bisnis Islam

b. Dependent Variable: Perilaku Pedagang

Lampiran 5
Data Tabulasi

Res	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Etika Bisnis Islam	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Religiusitas	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Perilaku Pedagang
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	3	4	4	3	5	3	4	30	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	40	5	4	4	3	4	4	5	5	34
3	5	5	5	5	5	5	5	4	39	2	3	2	2	3	2	3	4	3	3	27	2	2	3	3	4	3	4	2	23
4	4	4	5	3	4	4	4	5	33	5	4	4	4	3	5	4	4	3	5	41	4	4	4	3	4	4	4	4	31
5	4	2	4	2	2	2	3	4	23	4	3	2	4	4	3	2	3	2	3	30	2	2	2	2	2	2	2	2	16
6	5	5	5	1	5	5	5	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	4	4	4	4	4	4	4	5	33	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	3	4	4	2	4	4	4	4	29	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39	5	4	3	5	4	3	5	5	34
9	3	4	3	3	4	4	4	3	28	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	3	3	3	3	4	5	3	3	27	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	5	4	4	4	4	4	5	4	34
11	4	3	4	4	4	4	3	5	31	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	36	4	4	4	5	4	4	5	5	35
12	4	4	4	3	4	4	4	4	31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	5	4	4	5	4	4	5	5	36
13	3	4	4	1	4	1	3	4	24	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38	5	5	4	5	5	4	5	5	38
14	3	3	4	4	4	4	3	5	30	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38	5	4	4	5	4	4	5	5	36
15	4	4	5	5	4	4	4	5	35	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	36	4	4	4	5	4	4	5	4	34
16	4	3	4	5	4	3	3	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	4	4	4	4	4	33
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	4	5	39
18	4	4	3	4	4	4	4	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	4	3	3	3	3	3	4	4	27
19	4	4	3	4	4	4	4	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	4	3	3	3	3	3	4	4	27
20	5	5	4	5	5	4	5	4	37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	4	3	3	3	4	4	3	3	27	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	33	4	3	3	3	3	3	4	4	27
22	4	2	2	4	3	4	2	2	23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	2	4	3	4	4	3	5	4	29
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	3	3	4	4	4	4	3	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	5	4	4	5	4	4	34
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	4	4	4	5	5	35
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	3	3	4	4	4	3	3	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	4	4	4	5	5	35
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	5	3	5	3	1	5	3	5	30	5	5	4	2	3	5	4	2	3	5	38	2	3	1	1	3	1	2	3	16

42	2	3	2	3	2	2	3	2	19	3	2	2	1	2	3	2	1	2	3	21	4	3	3	3	3	3	4	4	27
43	2	2	1	3	1	3	2	1	15	2	1	2	4	1	2	2	4	1	2	21	1	3	1	2	3	1	3	1	15
44	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	4	4	4	5	5	35	
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	37	4	4	4	4	4	4	4	32	
46	4	3	2	3	3	4	3	3	25	4	3	5	2	4	4	5	2	4	4	37	3	3	3	3	3	3	3	24	
47	4	2	3	3	3	2	2	3	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	4	4	4	3	4	4	4	4	31	
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	47	5	5	5	5	5	5	4	4	38
49	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	5	3	3	3	3	3	5	5	30	
50	4	4	4	3	3	4	4	4	30	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	37	4	4	4	4	4	4	4	32	
51	5	4	4	4	4	4	4	4	33	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	34	4	4	4	4	4	4	4	32	
52	3	3	3	4	4	5	3	4	29	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	35	5	3	4	3	3	4	5	5	32
53	4	3	4	3	3	4	3	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	5	33	
54	4	4	3	3	4	4	4	3	29	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	37	5	4	4	3	4	4	5	4	33
55	3	3	3	2	2	2	3	3	21	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	37	4	4	3	3	4	3	4	4	29
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	5	4	33	
57	4	3	3	3	3	2	3	3	24	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	36	4	3	4	3	3	4	4	4	29
58	3	3	3	3	4	4	3	3	26	4	2	2	3	2	4	2	3	2	4	28	4	3	3	3	3	3	4	4	27
59	4	4	5	4	4	3	4	5	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	5	4	33	
60	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	1	4	4	3	4	4	4	4	2	26
61	4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	34	3	4	4	3	4	4	3	3	28
62	4	3	4	4	4	4	3	4	30	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	36	3	4	4	3	4	4	4	3	29
63	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	4	3	3	4	3	4	3	27	
64	4	4	4	4	3	5	4	4	32	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38	3	4	4	3	4	4	4	4	30
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38	3	4	4	4	4	4	4	3	30
66	4	4	4	4	3	4	4	4	31	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	37	3	4	4	4	4	4	4	3	30
67	3	3	4	3	3	3	3	4	26	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	35	4	4	2	3	4	2	4	3	26
68	4	4	3	3	4	4	4	3	29	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38	4	5	3	2	5	3	4	3	29
69	4	3	3	3	2	2	3	3	23	4	3	3	2	2	4	3	2	2	4	29	4	4	4	3	4	4	4	2	29
70	4	4	3	3	4	4	4	3	29	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	35	3	4	3	3	4	3	4	4	28
71	4	4	4	4	3	3	4	4	30	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	4	4	3	3	4	4	4	3	29	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38	2	4	4	3	4	4	3	2	26
73	4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38	3	4	3	4	4	3	4	3	28
74	4	4	4	3	3	3	4	4	29	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	34	5	4	3	4	4	3	5	3	31
75	4	4	3	4	3	3	4	3	28	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	33	3	4	3	4	4	3	4	3	28
76	4	4	3	4	4	3	4	3	29	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	37	2	4	3	3	4	3	4	3	26
77	4	3	3	4	3	4	3	3	27	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	37	3	4	4	3	4	4	4	3	29
78	4	4	3	3	4	3	4	3	28	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	33	2	4	4	3	4	4	4	3	28
79	3	3	4	3	2	3	3	4	25	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	28	2	3	2	2	3	2	4	2	20
80	4	3	4	3	4	4	3	4	29	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	34	3	3	4	4	3	4	4	2	27
81	4	4	5	3	2	4	4	5	31	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	36	1	4	3	3	4	3	4	3	25
82	4	3	4	4	4	1	3	4	27	4	3	1	2	2	4	1	2	2	4	25	1	3	4	5	3	4	4	3	27
83	3	2	2	3	2	1	2	2	17	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	23	1	3	2	3	3	2	4	2	20
84	4	4	3	4	4	3	4	3	29	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	33	2	3	4	3	3	4	4	2	25
85	3	2	3	2	3	3	2	3	21	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	32	1	4	2	2	4	2	4	2	21
86	3	4	3	3	3	3	4	3	26	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	35	1	3	2	1	3	2	3	3	18

87	4	4	3	3	3	4	4	3	28	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	36	2	3	4	3	3	4	4	3	26
88	3	3	2	2	3	3	3	2	21	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	28	1	3	3	3	3	3	4	2	22
89	4	4	3	3	2	3	4	3	26	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	36	2	3	4	3	3	4	4	2	25
90	4	4	4	3	4	3	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	2	4	3	4	4	3	4	3	27

Lampiran 6**Karakteristik Responden**

Res	Nama	Alamat	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan terakhir	Jenis usaha	Jumlah karyawan	Hasil penjualan atau pendapatan
1	Abdullah sani	Alue merbo	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan kelapa santan	1-2 orang	Rp 5.000.000 S/d Rp 10.000.000
2	Isa	Langsa	Laki-laki	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Jualan telur	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
3	Ricky	Kp baru	Laki-laki	< 25 tahun	SMA/Sederajat	Grosir	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
4	Khairatul	Sigli	Perempuan	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Grosir	3-4 orang	Rp 5.000.000 S/d Rp 10.000.000
5	Rafi	Matang selimeng	Laki-laki	< 25 tahun	Strata 1 (S1)	Rempah	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
6	Yusri	Sidoarjo	Laki-laki	> 50 tahun	SMA/Sederajat	Jualan Buah-buahan	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
7	Faridah	Kp Melayu Kota Langsa	Perempuan	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Jualan sayuran	1-2 orang	< Rp 1.000.000
8	Sriani	Selalah	Perempuan	40-50 tahun	SMP/Sederajat	Jualan tempe	1-2 orang	< Rp 1.000.000
9	Riadi	Kampung jawa	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jual salak	1-2 orang	< Rp 1.000.000
10	Abdullah	Blang paseh	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jual kelapa/santan	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
11	Azharuddin	Kp. Jawa Belakang	Laki-laki	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Jualan buah Sawo	1-2 orang	< Rp 1.000.000
12	Jamilah	Kampung mutia	Perempuan	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Jualan pisang	1-2 orang	< Rp 1.000.000
13	Anto	Selalah	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan ikan	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
14	Sumiati	Kampung melayu	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan bumbu masak	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
15	Agus	Paya bujok	Laki-laki	25 - 40 tahun	Strata 1 (S1)	Gilungan mie	3-4 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
16	Johari	Kampung alu brawe	Perempuan	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Jualan rempah2	1-2 orang	< Rp 1.000.000
17	Rahayu	Alu berawe	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Sayur	1-2 orang	< Rp 1.000.000
18	Sa'dah	Sigli	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan bumbu masak	1-2 orang	< Rp 1.000.000
19	Putra	Alurbrawe	Laki-laki	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Menjula sayuran	1-2 orang	< Rp 1.000.000
20	Saifulah	Birem puntong	Laki-laki	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Pakaian	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
21	Ardi	Paya bujok	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan ikan	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
22	Mawardi	Kampung jawa	Laki-laki	40-50 tahun	SMP/Sederajat	Jualan ikan	1-2 orang	< Rp 1.000.000
23	Nadila octary	Simpang komodore	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Pecah belah	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
24	Rina Afifah	Birem Rayeuk	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan baju	3-4 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
25	Aminah	Kampung mutia	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan sirih	1-2 orang	< Rp 1.000.000
26	Mariani	Gampong baro	Perempuan	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Kedai jamu	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
27	Suleiman	Selalah	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan rempah	1-2 orang	< Rp 1.000.000
28	Ayun	Sidodadi	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Ikan	1-2 orang	< Rp 1.000.000
29	Wulan	Kampung mutia	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan kue	1-2 orang	< Rp 1.000.000
30	Furqan	Lengkong	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Sayuran	1-2 orang	< Rp 1.000.000
31	Nasir	Sungai pauh	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan rempah2	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
32	Abdullah	Kampung melayu	Laki-laki	40-50 tahun	SMP/Sederajat	Jualan ikan	1-2 orang	< Rp 1.000.000
33	Ramlah	Alu brawe	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan sayur	1-2 orang	< Rp 1.000.000
34	Akmal	Kampung teungoh	Perempuan	40-50 tahun	Strata 1 (S1)	Jualan rempah2	3-4 orang	Rp 5.000.000 S/d Rp 10.000.000
35	Khairiyah	Kampung melayu	Perempuan	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Jualan sembako	1-2 orang	Rp 5.000.000 S/d Rp 10.000.000
36	Abdul rohim	Kampung jawa	Laki-laki	40-50 tahun	Strata 1 (S1)	Jualan sembako	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
37	Juanita	Kampung mutia	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan kue	1-2 orang	< Rp 1.000.000
38	Chairul mahdi	Alu brawe	Laki-laki	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Jualan ayam	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000

39	Wanda	Kampung mutia	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan kelapa/santan	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
40	Nandar	Matang selimeng	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Grosir	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.001
41	Rijal	Kp.jawa teugah	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Sembako	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
42	Mohkaled	Selalah	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Ikan	1-2 orang	< Rp 1.000.000
43	Rudi	Kp.blang	Laki-laki	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Perabotan	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
44	Ulfa	Lhokbani	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Baju	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
45	Salmawati	Kampung melayu	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan sirih	1-2 orang	< Rp 1.000.000
46	Gunawan	Selalah	Laki-laki	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Jualan ikan	1-2 orang	< Rp 1.000.000
47	Ebo	Kp. Teungoh	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Beras	3-4 orang	Rp 5.000.000 S/d Rp 10.000.000
48	Dwi ananda	Merandeh	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan sepatu	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
49	Bukhari	Kampong blang	Laki-laki	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Sembako	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
50	Adifah	Simpang lhe	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Terasi	1-2 orang	< Rp 1.000.000
51	Juwairiah	Blang Seunibong	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan ikan asin	1-2 orang	< Rp 1.000.001
52	Lukman	Sungai Pauh	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan rempah	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
53	Safwati	Blang paseh	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Sayuran	1-2 orang	< Rp 1.000.000
54	Nadia salsabila	Kp.jawa	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan baju	3-4 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
55	Riskai	Riski	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Sembako	1-2 orang	< Rp 1.000.000
56	Irfan Husairi	Seuriget	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Grosir	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
57	Maimunah	Alu brawe	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jual kue	1-2 orang	< Rp 1.000.000
58	Rosnita	Kp. Blang	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan rempah	1-2 orang	< Rp 1.000.000
59	Ita	Lhokbani	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan sayuran	1-2 orang	< Rp 1.000.000
60	Salbiah	Bayeun	Perempuan	25 - 40 tahun	SMP/Sederajat	Jualan sirih	1-2 orang	< Rp 1.000.000
61	Fikri	Blang paseh	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Mie	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
62	Rahmat	Alu brawe	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan buah	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
63	Rusdi	Kampung jawa	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan ikan	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
64	Fadillah	Sugai pauh	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Sayuran	1-2 orang	< Rp 1.000.000
65	Marzuki	Alu brawe	Laki-laki	40-50 tahun	Strata 1 (S1)	Jual segala jenis kerupuk	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
66	Azahra	Paya bujok	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Sembako	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
67	Hamzah	Biurem Puntong	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan daging	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
68	Mahdi	Sungai pawoh	Laki-laki	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Jualan kelapa	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
69	Rahmat	Kampung mutia	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan daging	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
70	Putra	Kuala	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jual ikan	1-2 orang	< Rp 1.000.000
71	Boy	Sungai Pauh	Laki-laki	< 25 tahun	SMA/Sederajat	Sayuran	1-2 orang	< Rp 1.000.000
72	Maulidin	Kampung melayu	Laki-laki	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Jualan sayur	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
73	Indra	Selalah	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Rempah	1-2 orang	< Rp 1.000.000
74	Rizal	Merandeh	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan sepatu	3-4 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
75	Faizal	BTN asamera	Laki-laki	25 - 40 tahun	Strata 1 (S1)	Ikan	1-2 orang	< Rp 1.000.000
76	Reza	Sungai pauh	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Sayuran	1-2 orang	< Rp 1.000.000
77	Budi	Sidodadi	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMP/Sederajat	Jualan ikan	1-2 orang	< Rp 1.000.000
78	Rayyan	Kp.blang	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Bengkel	3-4 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
79	Zilan	Paya bujok	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Pecah belah	3-4 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000

80	Reza	Matang selimeng	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan nasi	1-2 orang	< Rp 1.000.000
81	Haikal	Alurbrawe	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan sayuran	1-2 orang	< Rp 1.000.000
82	Sufi	Birem	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan ikan	1-2 orang	< Rp 1.000.000
83	Sumi	Kp.jawa	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan sayuran	1-2 orang	< Rp 1.000.000
84	Aina	Seulalah	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Ramuan Herbal	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
85	Sindy	Sungai pauh	Perempuan	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan baju	3-4 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
86	Safwati	Paya bujok	Perempuan	40-50 tahun	SMA/Sederajat	Sayuran	1-2 orang	< Rp 1.000.000
87	Pijal	Alurbrawe	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jualan ikan	1-2 orang	< Rp 1.000.000
88	Fauzi	Paya bujok tunong	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jual buah	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
89	Furkan	Mantang seuliemeng	Laki-laki	25 - 40 tahun	SMA/Sederajat	Jual rempah2	1-2 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000
90	Hasanah	Paya Bujok Tengoh	Perempuan	25 - 40 tahun	SMP/Sederajat	Jualan rempah-rempah	3-4 orang	Rp 1.000.000 S/d Rp 5.000.000

Lampiran 7

Dokumentasi Kegiatan















KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 11 TAHUN 2022
TENTANG
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA,

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penyusunan skripsi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing skripsi;
- b. bahwa personil yang namanya tersebut dalam Lampiran Surat Keputusan ini dianggap memenuhi syarat dan mampu untuk ditetapkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi sebagaimana dimaksud;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa tentang Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 376 Tahun 2009 tentang Dosen;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
- Memperhatikan: Hasil Seminar Proposal Skripsi Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 26 Oktober 2021;
- MEMUTUSKAN :
- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
- Kesatu : Menetapkan **Dr. Junaidi, M.Ed, MA** sebagai Pembimbing I dan **Dr. Early Ridho Kismawadi, MA** sebagai Pembimbing II untuk penulisan skripsi mahasiswa atas nama **Dwi Amara Putri** NIM 4012017106 dengan judul skripsi "**Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi Kasus : Pedagang di Pasar Kota Langsa)**";
- Kedua : Masa pembimbingan dilakukan maksimal selama enam bulan, dengan ketentuan :
1. setiap bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
2. perubahan judul skripsi tidak diperkenankan kecuali atas persetujuan Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa;
3. selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada IAIN Langsa;
- Ketiga : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan akan diperbaiki sebagaimana mestinya apabila terdapat kekeliruan dalam penetapan ini;

Ditetapkan di Langsa
Pada tanggal 14 Januari 2022 M
11 Jumadil Tsani 1443 H

DEKAN,


ISKANDAR

Tembusan :

1. Ketua Jurusan/Prodi Perbankan Syariah FEBI IAIN Langsa;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa yang bersangkutan