

**PENGARUH PEMAHAMAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSAINGAN  
USAHA TERHADAP PERILAKU PEDAGANG MUSLIM  
DI PASAR ACEH KOTA BANDA ACEH**

**Dhea Putri Andriani<sup>1)</sup>, Puji Aryani<sup>2)</sup>, Harisna Rais<sup>3)</sup>**

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Aceh

Email: [dheaputriandriani406@gmail.com](mailto:dheaputriandriani406@gmail.com), [risnarisna.151990@gmail.com](mailto:risnarisna.151990@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman etika bisnis Islam dalam persaingan usaha terhadap perilaku pedagang muslim. Teknik pengumpulan data menggunakan pembagian angket. Populasi dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang pedagang Muslim di Pasar Aceh Kota Banda Aceh. Teknik Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha. dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel etika bisnis Islam dalam persaingan usaha terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Aceh Kota Banda Aceh. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,344 atau 34,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan variabel pemahaman etika bisnis Islam dalam persaingan usaha terhadap perilaku pedagang muslim hanya sebesar 34,4% sisanya sebesar 65,6% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

**Kata Kunci :** Pemahaman Etika Bisnis Islam, Persaingan Usaha, Perilaku Pedagang Muslim

**Abstract**

*This research aims to determine the influence of understanding Islamic business ethics in business competition on the behavior of Muslim traders. The data collection technique uses questionnaires. The population and sample in this research were 100 Muslim traders in the Aceh Market, Banda Aceh City. Data analysis techniques use simple linear regression analysis. The results of this research show that there is a positive influence of Islamic business ethics on business competition. with a significance level of  $0.000 < 0.05$ , it can be concluded that there is a significant influence between the variables of Islamic business ethics in business competition on the behavior of Muslim traders in the Aceh Market, Banda Aceh City. The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.344 or 34.4%. This shows that the contribution of the variable understanding Islamic business ethics in business competition to the behavior of Muslim traders is only 34.4%, the remaining 65.6% is influenced by variables outside this research.*

**Keywords:** *Understanding Islamic Business Ethics, Business Competition, Muslim Trader Behavior*

## A. PENDAHULUAN

Berdagang merupakan pilihan yang wajar ketika kita melihat berubahnya pola hidup masyarakat Aceh karena terjadi peningkatan pendapatan rata-rata masyarakat Aceh menjadi salah satu pertimbangan para calon pedagang. Setiap orang berusaha dalam hal ini bekerja, tidak lain hanyalah mengharapkan pendapatan, semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin meningkat tingkat kesejahteraan anggota keluarganya serta semakin banyak kebutuhan dan keinginan dapat tercapai. Dengan demikian anggota masyarakat dewasa ini berlomba-lomba dalam meningkatkan tingkat pendapatannya melalui cara berdagang.

Dalam mengarungi kehidupan, termasuk dalam memenuhi kebutuhan bidang ekonomi, manusia dihadapkan pada persoalan bagaimana menyikapi diri dan orang lain agar terhindar dari perilaku negatif sehingga tidak merugikan diri dan orang lain dalam beraktivitas. Untuk itu, manusia dibekali dengan norma, aturan, dan nilai yang berasal dari Tuhan maupun hasil pemikiran manusia yang dapat dijadikan sebagai kerangka acuan (*term of reference*) untuk bertindak dan memilih perilaku yang baik atau yang buruk, benar atau salah, diperbolehkan atau dilarang dan sebagainya. Seorang pedagang muslim menjalankan perniagaannya dalam rangka menjaga kehormatan dirinya sehingga tidak merendahkan diri dengan meminta-minta. Dengan berniaga, keluhuran jiwa seorang muslim terbukti dengan tercukupinya kebutuhan dan nafkah setiap orang yang berada di bawah tanggung jawabnya.

Salah satu masalah yang sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia sebagai individu maupun sosial adalah etika. Etika dalam perkembangannya sangat memberikan pengaruh bagi kehidupan manusia. Di mana penerapan etika memberikan manusia bagaimana cara untuk mengambil sikap serta tindakan yang tepat dalam menjalani hidup. Pada akhirnya etika diterapkan dalam segala aspek atau sisi kehidupan manusia dalam mengambil keputusan. Nabi Muhammad S.A.W dan para Rasul lainnya diutus untuk mendidik etika manusia untuk mencapai tujuan-tujuan yang lebih luhur dan membersihkan pikiran mereka dari pencemaran dan kotoran. Penyebaran etika Islam yang dilancarkan oleh Nabi bertujuan untuk mengembalikan manusia kepada tujuan asasinya, mengangkat suatu umat yang rusak menuju ketinggian dan kesempurnaan harkat martabat manusia. Seruan untuk menerapkan nilai-nilai etika terjadi di setiap sudut kehidupan duniawi dan pada setiap zaman. Islam sebagai agama dengan sistem

komprehensif juga mengatur aspek-aspek dengan basis moralitas.

Masyarakat Aceh mayoritas muslim seharusnya dapat mempraktikkan perdagangan yang diajarkan dalam Islam yaitu dengan membudayakan sifat jujur, dalam menawarkan barang kepada konsumen sehingga ada unsur suka sama sama suka, rela sama sama rela dan ini yang diajarkan oleh Nabi Muhammad Saw kepada umatnya. Mengambil kepercayaan adalah suatu cara yang ampuh bagi masyarakat Aceh untuk mendapatkan keuntungan atau pemutaran uang dan modal dengan cepat. Dalam melakukan praktik pedagang yang syariah adalah menjual produk dengan jujur, tidak menimbulkan prasangka buruk terhadap penjual, dan itu yang di ajarkan dalam Islam bahwa kejujuran yang paling utama dalam perniagaan. Di Aceh terdapat banyak orang asing melakukan perniagaan untuk memenuhi kebutuhan dan menjadi pesaing bagi masyarakat yang mayoritasnya muslim, jadi yang menjadi permasalahan adalah bahwa non muslim tersebut melakukan metode-metode dengan cara menarik perhatian kepercayaan pelanggan terhadap barang yang di jual dengan menjual produk yang kualitasnya dapat memuaskan pelanggan.

Selain itu, pedagang di Pasar Aceh juga terdapat perbandingan antara pedagang Muslim dan pedagang non Muslim. Setelah melakukan observasi awal peneliti menemukan bahwa terdapat pedagang non muslim juga menerapkan sistem pedagang layaknya muslim seperti memahami etika dalam berbisnis. Sedangkan pada pedagang muslim peneliti juga menemukan bahwa terdapatnya pedagang muslim yang masih kurang memahami terkait dengan etika bisnis Islam dalam persaingan usaha.

Jadi ini adalah suatu cara mereka untuk meningkatkan keuntungan, dan cara ini juga yang di lakukan oleh rasul yaitu bermodal kejujuran dalam menawarkan barang yang dijanjikan, tetapi malah yang mempraktikkannya orang non muslim, ini yang menjadi kelemahan masyarakat Aceh dalam meningkatkan kepuasan terhadap konsumen. Jadi masyarakat Aceh mesti merubah pola pikir untuk merubah cara-cara berdagang yang benar. Salah satu etika yang harus dijaga adalah menjaga hak-hak orang lain demi terpeliharanya persaudaraan. Jika individu dalam sistem kapitalis tidak mengindahkan hal-hal yang berkaitan dengan etika seperti tidak mengindahkan perasaan orang lain, tidak mengenal akhlak dalam bidang ekonomi, dan hanya mengejar keuntungan, maka sebaliknya, Islam sangat memperhatikannya. Jujur, selain benar dan memegang amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan pada pedagang muslim di Pasar Aceh kota Banda Aceh dari segi harga (ghaban) yang dilakukan oleh pedagang. Karena melihat pedagang lain dagangannya banyak terjual, pedagang AM menawarkan dan mempromosikan dagangannya dengan harga yang murah dan kualitas bagus agar pembeli terpengaruh. Namun, ketika barang diminati pembeli dan akan diserahkan kepada pembeli, pedagang mengulangi harga barang menjadi dua kali lipat dari harga sebelumnya yang ditawarkan. Karena malas untuk ribut dengan pedagang, kebanyakan konsumen terpaksa membelinya.

Dari paparan di atas maka dapat disimpulkan telah terjadi ketidaksesuaian antara penjelasan dan praktek, di mana seharusnya pedagang muslim menerapkan etika bisnis Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan sunnah, seperti berlaku jujur, bersikap baik dan memiliki motif melayani. Namun dalam kenyataannya, justru melakukan tindakan yang merugikan, baik bagi pedagang lain maupun para konsumen, tanpa memperhatikan unsur rela sama rela. Maka dengan melihat realitas di atas, penulis merasa tertarik meneliti lebih lanjut dan mengangkat permasalahan tersebut ke dalam penelitian skripsi dengan judul "Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha terhadap Perilaku Pedagang Muslim Studi Kasus Pedagang Muslim di Pasar Aceh Kota Banda Aceh"

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dibuat rumusan masalah dalam penelitian ini yakni apakah pemahaman etika bisnis Islam dalam persaingan usaha berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pedagang muslim

### **Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis Islam menjadi salah satu bentuk pengaplikasian dan tindakan untuk melakukan kegiatan yang berkepentingan dengan dunia bisnis. Sejak 14 abad yang lalu, agama Islam telah menghimbau penerapan etika dalam kegiatan berbisnis. Islam menajadi patokan pada nilai dalam penerapan etika Islam disemua bidang kehidupan, salah satunya dalam berbisnis. Bisnis Islam berlandaskan dari kesadaran tentang etika, sedangkan bisnis kapitalisme dan sosialisme biasanya tidak menerapkan prinsip etika bisnis dalam proses kegiatan bisnisnya karena tujuan utama hanya mencari keuntungan saja.

Dapat disimpulkan, etika bisnis Islam adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan dengan menerapkan nilai – nilai Islam dalam kegiatan bisnisnya untuk memperoleh ridha Allah. Adanya etika dalam bisnis berpengaruh terhadap aktifitas bisnis yang menjadi seimbang, karena penerapan etika akan menghasilkan baik dan buruknya

suatu kegiatan. Etika bisnis Islam dapat membangun karakter para pengusaha dalam melakukan kegiatan bisnis.

Menurut Muhammad Djakfar ada beberapa urgensi pada etika bisnis Islam (Djakfar, *Etika Bisnis Islam*, 2018: 67): Aspek teologis, moralitas dan etika Islam merupakan bentuk ajaran Allah Swt yang diterima Nabi Muhammad Saw dalam bentuk Alquran dan Sunnah. Ayat keempat surat Al-Qalam Alquran membahas tentang masalah akhlak. Namun, secara praktis Allah Swt telah memberikan ilmu melalui kegiatan bisnis yang telah dilakukan Nabi Muhammad Saw dalam waktu sekitar 25 tahun.

Aspek Sifat manusia yang mengutamakan keinginan di atas kebutuhan. Manusia harus memahami bahwa memenuhi kebutuhan mendasar adalah hal terpenting dalam hidup, mereka harus menghindari sifat keserakahan yang ada pada diri manusia. Jika tidak, mereka akan menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan setiap saat dalam menjalankan bisnis. Hal ini akan berdampak pada tidak berfungsinya nilai etika yang telah di junjung tinggi.

Aspek sosiologi, perilaku pada manusia yang tidak merupakan etika dengan baik pada akhirnya akan berdampak pada persaingan yang tidak sehat, seperti pada kegiatan monopoli pasar yang melanggar hak asasi manusia dalam memberikan kesempatan yang sama pada usaha yang sejenis.

Aspek teknologi, kemajuan teknologi yang pesat memiliki dampak yang baik contohnya, memberikan kemudahan dan memperlancar pemenuhan kebutuhan hidup. Namun juga ada dampak buruknya yaitu terjadinya penyimpangan yang tidak sesuai dengan etika bisnis seperti penipuan barang yang tidak sesuai dengan pesanan. Hal tersebut terjadi pada modus jual beli online yang tidak bertemu langsung.

Dasar kepercayaan kegiatan etika bisnis Islam berada pada saat dimulainya akad yang selaras dengan Al-Qur'an dan Hadist. Dalam Islam, bisnis yang sehat merupakan bisnis yang di dalam semua kegiatannya menerapkan akhlak sesuai syariat Islam, maka harus bisa memahami yang baik dan buruk, mana yang salah dan benar, dan yang paling penting mengetahui mana yang halal dan haram. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat QS. Al-Baqarah 278-280):

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan

Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai Dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui". (QS. Al-Baqarah 278-280).

### **Pengertian Perilaku Pedagang**

Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri kita. Perilaku manusia sederhananya di dorong oleh motif tertentu. Perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk di dalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari (Heri, 2019: 68).

Sehingga yang dimaksud perilaku manusia, pada hakikatnya adalah tindakan atau aktifitas manusia dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, tertawa, bekerja dan sebagainya. dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku (manusia) adalah serangkaian kegiatan atauaktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar.

Perilaku manusia adalah suatu aktivitas manusia itu sendiri. Secara operasional, perilaku dapat diartikan suatu respons organisme atau seseorang terhadap rangsangan dari luar subjek tersebut. Perilaku diartikan sebagai suatu aksi reaksi organisme terhadap lingkungannya. Perilaku baru terjadi bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni yang disebut rangsangan. Berarti rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi atau perilaku tertentu (Nase, 2019: 41). Perilaku adalah tindakan atau perilaku suatu organisme yang dapat diamati dan bahkan dapat dipelajari.

Perilaku merupakan kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi. Sering tidak disadari bahwa interaksi tersebut amat kompleks sehingga kadangkadang kita tidak sempat memikirkan penyebab seseorang menerapkan perilaku tersebut. Karena itu amat penting untuk dapat menelaah alasan dibalik perilaku individu, sebelum ia mampu mengubah perilaku tersebut.

Perilaku dipengaruhi oleh sikap, sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan dipikiran dan kepercayaan. Perilaku ekonomi yang bersifat subjektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen,

tetapi juga perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh sistem nilai yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika (Wizin, 2018: 21).

Perilaku pedagang merupakan salah satu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan sebuah perdagangan di suatu pasar. Menurut (Kansil, 2018:1) perdagangan atau perniagaan pada umumnya, ialah pekerjaan membeli barang dari suatu tempat atau pada suatu tempat atau pada suatu waktu dan menjual barang itu ditempat lain atau padawaktu berikut dengan maksud memperoleh keuntungan. Dalam zaman modern ini perdagangan adalah memberikan perantara kepada produsen dan konsumen untuk membelikan dan menjualkan barang-barang yang memudahkan dan memajukan pembelian dan penjualan itu.

### **Indikator Perilaku Pedagang**

Perilaku yang dibangun berdasarkan kaidah-kaidah Al-Qur'an dan Hadist akan mengantarkan para pelakunya mencapai sukses dunia dan akhirat. Standar etika Perilakubisnis syariah mendidik agar para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya dengan: (1) Takwa, (2) Aqshid, (3) Khidmad. Adapun penjelasannya menurut (Syarif, 2018: 25) adalah sebagai berikut:

#### **a. Takwa**

Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah dalam aktivitas mereka. Mereka hendaknya sadar penuh dan responsif terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh Allah. Umat Islam diperintahkan untuk mencari kebahagiaan akhirat dengan cara menggunakan nikmat yang Allah karuniakan kepada manusia dengan jalan yang sebaik-baiknya di dunia ini. Al Qur'an memerintahkan untuk mencari dan mencapai prioritas-prioritas yang Allah tentukan bagi manusia.

#### **b. Aqshid**

Aqshid adalah sederhana, rendah hati, lemah lembut, santun (simpatik). Berperilaku baik, sopan santun dalam pergaulan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi mencakup

semua sisi manusia. Allah memerintahkan orang muslim untuk rendah hati dan lemah lembut. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surah Ali Imran/:159.

Artinya:

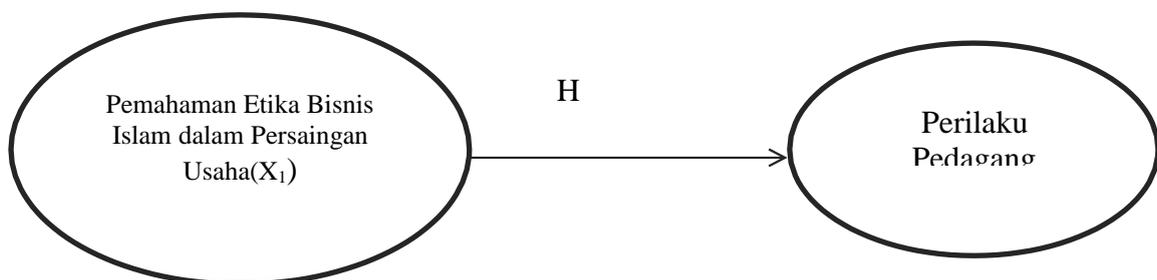
“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu”. (Al-Qur'an Surah Ali Imran: 159).

### c. *Khidmad*

Khidmad artinya melayani dengan baik. Sikap melayani merupakan sikap utama dari pelaku bisnis dan bagian penting dari sikap melayani ini adalah sopan santun dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati sopan, dan bersahabat dengan mitra bisnisnya. Tidak hanya santun dan lemah lembut dalam melayani tetapi juga mengembangkan sikap toleransi (tasamuh). Dalam kehidupan sehari-hari baik itu dalam transaksi maupun pinjam-meminjam, bentuk toleransi ini adalah kesediaan untuk memperpanjang rentang waktu sehingga memudahkan orang lain.

### **Kerangka Pemikiran**

Pokok permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh pemahaman Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha Terhadap Perilaku Pedagang Muslim Di Pasar Aceh Kota Banda Aceh. Untuk mengetahui kebenaran hipotesis yang diajukan, perlu diuji terlebih dahulu melalui analisis data yaitu analisis regresi linear berganda dengan alat uji  $f$  (simultan) dan uji  $t$  (parsial) serta uji asumsi



klasik. Pengaruh pemahaman etika bisnis Islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang dengan pengujian secara simultan dan parsial dapat dilihat dari gambar berikut ini :

## **Hipotesis Penelitian**

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

H<sub>1</sub>: Pemahaman etika bisnis Islam dalam persaingan usaha berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Aceh Kota Banda Aceh.

## **B. METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data yang diangkakan (*skorsing*). Menurut pendekatannya penelitian ini merupakan penelitian lapangan yakni pengamatan langsung ke obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011).

### **Sumber Data**

Data dalam penelitian merupakan penelitian dengan data yang bersumber dari data Sekunder.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi sebenarnya bukan hanya orang tetapi juga objek atau subjek beserta karakteristik atau sifat-sifatnya (Sugiyono, 2011: 15). Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang muslim di Pasar Aceh Kota Banda Aceh sebanyak 100 orang yakni pedagang baju-baju muslimah, hijab, dan lainnya.

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti Arikunto, (2016). Teknik pengambilan sampel yang

digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2016). Alasan menggunakan teknik purposive sampling ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2016).

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Normalitas**

Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini digunakan uji *kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Tes normalitas menggunakan uji *kolmogrov-smirnov*, kriteria pengujiannya yaitu:

1. Jika probabilitas (Asymp.Sig) < 0,05 maka data tidak terdistribusi normal
2. Jika probabilitas (Asymp.Sig) > 0,05 maka data terdistribusi normal

### **Uji Hipotesis**

Jika data berdistribusi normal maka menggunakan uji parametrik *Paired Sample T-Test*. Apabila data berdistribusi tidak normal maka menggunakan uji nonparametrik *Wilcoxon Signed Rank Test*. *Paired Sample T-Test* dan *Wilcoxon Signed Rank* merupakan model uji beda yang berfungsi untuk menganalisis model penelitian sebelum dan sesudah, selain itu juga untuk mengevaluasi perlakuan tertentu terhadap satu sampel yang sama dengan dua periode pengamatan yang berbeda.

### **Validitas Instrumen**

Instrumen yang dinyatakan valid dan reliabel adalah: Instrumen yang valid berartialat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti akan menghasilkan data yang sama.

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan uji pearson product-moment coefficient of correlation dengan bantuan SPSS version 25. Berdasarkan output komputer seluruh pernyataan dinyatakan valid karena memiliki tingkat signifikansi dibawah 5% sedangkan jika dilakukan secara manual maka nilai korelasi yang diperoleh masing-masing pernyataan harus dibandingkan dengan nilai kritis korelasi product moment dimana hasilnya menunjukkan bahwa semua pernyataan mempunyai nilai korelasi diatas nilai kritis 5% yaitu di atas 0,254 dan pada nilai kritis 1%, sehingga pernyataan-pernyataan tersebut adalah signifikan dan memiliki validitas kontras. Atau dalam bahasa statistik terdapat

konsistensi Unternal consistence yang berarti pernyataan-pernyataan tersebut mengukur aspek yang sama ini berarti data yang diperoleh adalah valid dan dapat dipergunakan untuk penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Corected Item – Total Correlation (R-Hitung)</i>	Nilai R Tabel	Keterangan
<b>Perilaku Pedagang Muslim (Y)</b>	A1	0, 770	0,194	Valid
	A2	0, 533	0,194	Valid
	A3	0, 799	0,194	Valid
	A4	0, 576	0,194	Valid
	A5	0, 770	0,194	Valid
	A6	0, 533	0,194	Valid
	A7	0, 799	0,194	Valid
	A8	0, 576	0,194	Valid
	A9	0, 576	0,194	Valid
	A10	0, 770	0,194	Valid
<b>Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha (X<sub>1</sub>)</b>	B1	0, 625	0,194	Valid
	B2	0, 554	0,194	Valid
	B3	0, 774	0,194	Valid
	B4	0, 764	0,194	Valid
	B5	0, 690	0,194	Valid
	B6	0, 773	0,194	Valid
	B7	0, 764	0,194	Valid
	B8	0, 739	0,194	Valid
	B9	0, 746	0,194	Valid
	B10	0, 690	0,194	Valid

Sumber: Olah Data, Primer (2024).

Hasil uji validitas pernyataan kuesioner untuk variabel X<sub>1</sub> (Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha) dan variabel Y (Perilaku Pedagang Muslim) tersebut, terlihat bahwa semua pertanyaan kuesioner adalah valid karena nilai masing-masing item pernyataan berdasarkan kolom *Corrected Item-Total Correlation* memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari pada 0,194.

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Menurut (Sugiyono 2016) sebuah instrumen dan data yang dihasilkan disebut reliable atau terpercaya apabila instrumen tersebut secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan

pengukuran. Reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach yakni sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Reliabilitas. Reliability Statistics

Variabel	Cronbach Alpha	N item	Keterangan
Perilaku Pedagang Muslim	0,801	10	Handal
Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha	0,892	10	Handal

Sumber: Olah Data, Primer (2024).

Berdasarkan tabel di atas, variabel-variabel tersebut telah reliabel karena keseluruhan variabel memiliki nilai cronbach's alpha sehingga layak digunakan untuk menjadi alat ukur instrumen kuesioner dalam penelitian ini.

### **Pengujian Asumsi Klasik**

Penelitian ini menggunakan regresi sebagai model analisisnya. Oleh karena itu sebelum dilakukan estimasi data dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS *Statistics For Windows Evaluation Version*, maka dilakukan terlebih dahulu beberapa pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam membuat regresi. Uji ini perlu dilakukan agar hasil persamaan yang diperoleh nantinya tidak menyalahi aturan-aturan persamaan regresi berganda.

#### **1. Uji normalitas data**

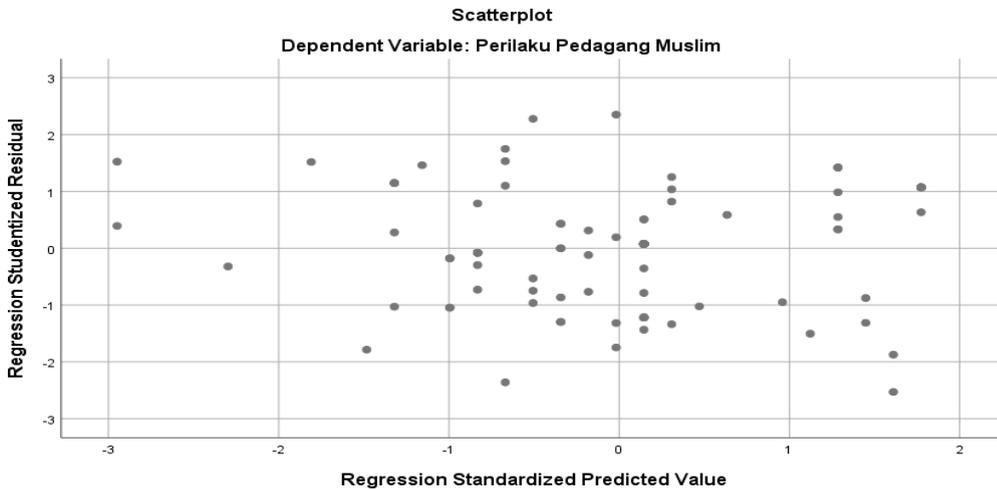
Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data untuk semua variabel memiliki distribusi normal atau tidak. Kemudian metode lain yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, yakni dengan analisis normal probability plot dengan kriteria "Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi klasik.

#### **2. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2013:139), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.". Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Cara pengambilan keputusan adalah dengan melihat

grafik Scatterplot. jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur maka terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar dibawah dan diatas 0 dan sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 2. Grafik Scatterplot**



Berdasarkan grafik tersebut memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang teratur, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linier Sederhana**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan variabel bebas dan terikat. Misalnya apakah kedua variabel tersebut memiliki hubungan positif atau negatif. Jenis analisis ini juga dipakai untuk memprediksi nilai variabel terikat, jika nilai variabel bebasnya naik atau turun. Adapun hasil analisis linier sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	B	T	Sig
(Constant)	17,77	5,890	,000
Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha	0,547	7,170	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang Muslim

$$Y=17,77+0,547x+e$$

Penjelasan dari persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta bernilai 17,77, artinya adalah jika etika bisnis Islam konstan, maka perilaku pedagang muslim adalah sebesar 17,77 satuan.
2. Nilai koefisien etika bisnis Islam sebesar 0.547, artinya bahwa jika etika bisnis Islam meningkat sebesar satu satuan maka perilaku pedagang muslim akan meningkat sebesar 0,547 satuan.

### **Pengujian Hipotesis**

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas pada variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji T sebagai berikut:

#### **Uji T (Uji Parsial)**

Uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam model regresi tersebut secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji Parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan dengan table uji T sebagai berikut:

**Tabel 3. Uji Parsial**

Model	B	T	Sig
(Constant)	17,77	5,890	,000
Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha	0,547	7,170	,000

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan pemahaman etika bisnis Islam dalam persaingan usaha (X1) terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Aceh Kota Banda Aceh dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari pada nilai 0,005. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yakni ada pengaruh yang signifikan antara pemahaman etika bisnis Islam dalam persaingan usaha terhadap perilaku pedagang Muslim di Pasar Aceh Kota Banda Aceh.

#### **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	Model Summary <sup>b</sup>			Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square	
1	,587 <sup>a</sup>	,344	,337	4,65932

a. *Predictors: (Constant), Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha*

b. *Dependent Variable: Perilaku Pedagang Muslim*

Sumber: Data Diolah (2024).

Berdasarkan tabel di atas koefisien korelasi (R) dalam penelitian ini antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar  $R = 0,587$ . Hal ini menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha memiliki hubungan yang sederhana kuat terhadap Perilaku Pedagang Muslim. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,344 atau 34,4%. Ini bermakna sumbangan variabel independen (Etika Bisnis Islam) terhadap variabel dependen (Perilaku Pedagang) adalah sebesar 34,4%. Sedangkan sisanya sebesar 65,6% adalah dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini mayoritas responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 42 orang atau sebesar 42,0%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 58 orang atau 58,0%. Kemudian mayoritas responden yang memiliki karakteristik usia 20-30 tahun sebanyak 9 atau 9,0%, responden yang memiliki usia 30-35 tahun sebanyak 29 orang atau 29,0%, kemudian 40-45 tahun sebanyak 36 atau 36,0% dan responden 50 tahun sebanyak 26 orang atau 26,0%.

Selain itu karakteristik responden yang memiliki pendidikan tingkat SMP sebanyak 10 atau 10,0%, sedangkan tingkat pendidikan SMA sebanyak 37 orang atau sebesar 37,0% dan tingkat pendidikan D3 sebanyak 53 orang atau sebesar 53,0%. Selanjutnya karakteristik responden yang memiliki pendapatan 1 Juta- 2 Juta sebanyak 42 atau 42,0%, kemudian 2 Juta – 3 Juta sebanyak 46 orang responden atau 46,0% dan responden yang memiliki penghasilan 3 Juta- 4 Juta sebanyak 12 orang 12,0%.

Hasil uji validitas pernyataan kuesioner untuk variabel X (Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha) dan variabel Y (Perilaku Pedagang Muslim) tersebut, terlihat

bahwa semua pertanyaan kuesioner adalah valid, karena nilai dari masing-masing item pernyataan berdasarkan kolom *Corrected Item-Total Correlation* memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari pada 0,194. Hal ini dapat dilihat dari pengujian soal angket yang menerangkan bahwa pedagang muslim di Pasar Aceh menjelaskan kondisi barang apa adanya kepada pembeli, memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan, memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan, tidak pernah menimbun barang kemudian menjualnya ketika harga naik, tidak pernah menyembunyikan kecacatan barang yang dijual serta membiarkan pedagang lain menjual barang dagangan yang sama dan bersaing secara sehat.

Kemudian pada variabel Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha menerangkan jawaban responden memiliki mayoritas kategori sangat setuju maupun setuju terkait dengan Pelaku bisnis menyegerakan salat saat waktu salat tiba, Pelaku bisnis memperlakukan konsumen dengan setara, pelaku bisnis bersikap jujur kepada pelanggan maupun pesaing usaha, pelaku bisnis melakukan tugas dan fungsinya sesuai SOP dan Job Description namun kurang setuju terkait dengan pelaku bisnis bebas dalam memasarkan produk sesuai dengan target pemasaran dikarenakan terdapat juga yang tidak sesuai target.

pembeli bahwa dagangannya laris. Hal itu dilakukan dengan tidak semua barang dagangannya dipajang. Ada yang disimpan di tempat penyimpanan. Ketika barang yang dipenyajian sudah mulai habis, lalu ketika ada yang datang dan ingin membeli, Maka sang pembeli akan berasumsi bahwa barang yang akan dibeli diminati banyak orang. “Menjual sedikit tetapi selalu habis”. Hal tersebut dapat membangun persepsi orang, bahwa barang dagangannya laris, dan diminati banyak orang. Dan dalam kenyataannya hal itu bisa menjadi daya tarik bagi konsumen luas.

#### **D. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Hasil uji validitas pernyataan kuesioner untuk variabel X (Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha) dan variabel Y (Perilaku Pedagang Muslim) tersebut, terlihat bahwa semua pertanyaan kuesioner adalah valid, karena nilai dari masing-masing item pernyataan berdasarkan kolom *Corrected Item-Total Correlation* memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari pada 0,194. Hal ini dapat dilihat dari pengujian soal angket yang menerangkan bahwa pedagang muslim di Pasar Aceh

menjelaskan kondisi barang apa adanya kepada pembeli, memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan, memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan, tidak pernah menimbun barang kemudian menjualnya ketika harga naik, tidak pernah menyembunyikan kecacatan barang yang dijual serta membiarkan pedagang lain menjual barang dagangan yang sama dan bersaing secara sehat.

Hasil analisis linier sederhana tersebut dapat diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 51,404 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,0000 < 0,005$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variable etika bisnis Islam dalam persainagnusaha terhadap perilaku pedagang Muslim Di Pasar Aceh Kota Banda Aceh.

### **Saran**

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian serta keterbatasan penelitian, maka ada beberapa saran dari peneliti, yaitu:

#### *Bagi Pedagang Muslim di Pasar Aceh Kota Banda Aceh*

Disarankan untuk lebih memahami etika bisnis Islam agar dapat menerapkan etika bisnis Islam dengan baik dalam kegiatan usahanya sesuai dengan syariat Islam yang telah di ajarkan Rasulluah Saw dalam berbisnis. Lalu dalam persaingan usaha disarankan untuk melakukan persaingan usaha secara sehat dengan menghindari berbagai tindakan yang dilarang oleh agama Islam dalam kegiatan bisnis agar bisnis yang dijalankan mendapatkan ridha Allah SWT.

#### *Bagi Peneliti Selanjutnya*

Dapat mengembangkan factor-faktor lainnya perilaku pedagang muslim dengan cara menambahkan beberapa variabel yang berbeda untuk mendukung penelitian yang akan diuji. Peneliti selanjutnya juga bisa meneruskan penelitian ini namun dapat menggunakan teori dan variabel yang berbeda.

## **E. REFERENSI**

### **Buku**

Abdurrahman, (2008). *Fiqh Jual Beli*, Jakarta: Senayan Publishing.

Abdurrahman, (2019). *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta.

Ahmad, (2019). *Bisnis sebagai Strategi Islam*, Surabaya: Paramedia.

Ali Hasan, (2009). *Manajemen Bisnis Syari'ah (Kaya di Dunia Terhormat di*

*Akhirat*), Yogyakarta: Pustaka pelajar.

Amurullah, (2019). *Pengantar Bisnis*. Bandung: la goods pubhling.

Arijanto, (2018). *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta: SinarGrafika.

Arikunto, (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bojo Genteng Sukabumi: CV Jejak.

Aziz, dan Johan Arifin, (2018). *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press.

Johan. Blackburn, (2018). *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press.

Burhan Bungin (ed), (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*,

Jakarta: PT RajaDjakfar, (2018). *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*,

Jakarta: Bumi Aksara.

Ferdinand (2014). *Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Haris Herdiansyah, (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika.

Hasan, (2019). *Etika Bisnis dalam Islam*, Cet, ke 3. Jakarta: Kencana Prenada MediaGroup.

Hasan, dan Hasan aedy, (2019). *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta.

Heri Purwanto, (1999). *Pengantar Prilaku Manusia dalam Bisnis Islam*, Jakarta: Kedokteran EGC.

Muhaimin, (2018). *Etika Bisnis Dalam Islam diterjemahkan oleh Samson Rahman*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

Mulyaningsih, (2019). *Perilaku Individu dalam Masyarakat Kajian Komunikasi Sosial*, Jombang: el-DeHA Press Fakultas Dakwah IKAHA.

Nerdin, (2020). *Etika Bisnia Dalam Islam*, Jakarta: Kencana.

Sugiyono (2016) *Pengertian Kerangka Berfikir*. Jakarta: Senayan Publishing

### **Artikel dalam Jurnal**

Fariihah (2017) *Etika dan Perilaku Bisnis Islam Pedagang pada Kawasan Pasar Palmerah*. Jurnal Ekonomi Islam, Vol.13, No.2.

- Johan (2021). *Perilaku Pedagang Muslim dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus Di Pasar Loak Jagalan kediri)*. Jurnal Qawanin, Vol.2, No.1.
- Kusnia (2017) *Perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang dalam perspektif etika bisnis Islam*. Jurnal Dusturiah. VOL.8. NO.1.
- Nerdin, dan. Komari. (2019) *Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Etika Bisnis Islam*. STAI Diponegoro Tulungagung. AT-TUJJAR. Vol. 08 No. 01.
- Shinta (2017) *Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Usaha. (Studi Kasus Pedagang Muslim Desa Sungai Danau)*. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Jurnal Ekonomi Islam, Vol.13, No.7.