BAB IV
LAPORAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Latar belakang berdirinya Pasar Bamegapura

Pasar Bamegapura pertama kali dibangun oleh pemerintah daerah Kabupaten Tanah Bumbu pada tahun 1995 yang berada di Jl. Provinsi km. 167, Komplek pasar, Desa Sungai Danau, Kecamatan Satui, Kabupaten Tanah bumbu.

Pendirian pasar Bamegapura didasarkan pada kebutuhan akan pusat perdagangan sebagai dampak dari perkembangan wilayah, di mana berkembangnya Perusahaan Batubara, menjadikan Desa Sungai Danau ramai ditempati oleh masyarakat dari berbagai daerah dan menjadi sebuah desa yang terbilang metropolitan.

Selain itu juga, dibangunnya pelabuhan Batulicin yang ada sejak tahun 1995, menjadikan para pedagang besar Pasar Bamegapura lebih dekat dalam pengiriman barang dagangannya dari pulau jawa.

Kemudian untuk meningkatkan fungsi dan peranannya sebagai salah satu sarana pengembangan perekonomian daerah dan sumber pendapatan asli daerah, pemerintah Kabupaten Tanah Bumbu melakukan pembenahan guna

menyejahterakan masyarakat, salah satunya dengan memprioritaskan pelayanan kepada masyarakat umum secara maksimal. Untuk menunjang bentuk perubahan pelayanan kepada masyarakat umum di Kabupaten Tanah Bumbu, adalah dengan dibentuknya Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Dinas Pasar.[1]

Unit Pelaksanaan Teknis Dinas Sungai Danau sekarang membawahi dua Kecamatan, Kecamatan Satui dan Kecamatan Angsana. Pasar Bamegapura adalah salah satu dari beberapa UPTD yang ada di Kabupaten Tanah Bumbu, seperti UPTD simpang 4 Batulicin, UPTD Kusan Hilir, UPTD Sungai Loban, UPTD Karang Bintan/ Mentawai.[2]

2. Visi dan Misi Pasar Bamegapura yaitu:

a. Visi:

Mewujudkan pasar yang indah, bersih dan nyaman sebagai kebanggaan masyarakat Tanah Bumbu. Maksudnya, menyediakan pasar tradisional yang modern dan bersih, aman dan nyaman serta berwawasan lingkungan dan juga memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang lengkap, segar, murah dan bersaing.

b. Misi:

1) Mengembangkan perekonomian daerah

2) Menunjang anggaran daerah

[11] Bapak Mulyadi, Kepala Kantor Pasar Bamegapura, wawancara pribadi, Kantor Pasar Bamegapura Sungai danau, Jum'at, 21 Maret 2014, Pukul 90.00 Wita

[2] Bapak Mulyadi, Kepala Kantor Pasar Bamegapura, Wawancara pribadi, Kantor Pasar Bamegapura Sungai danau, Jum'at, 21 Maret 2014, Pukul 90.30 Wita

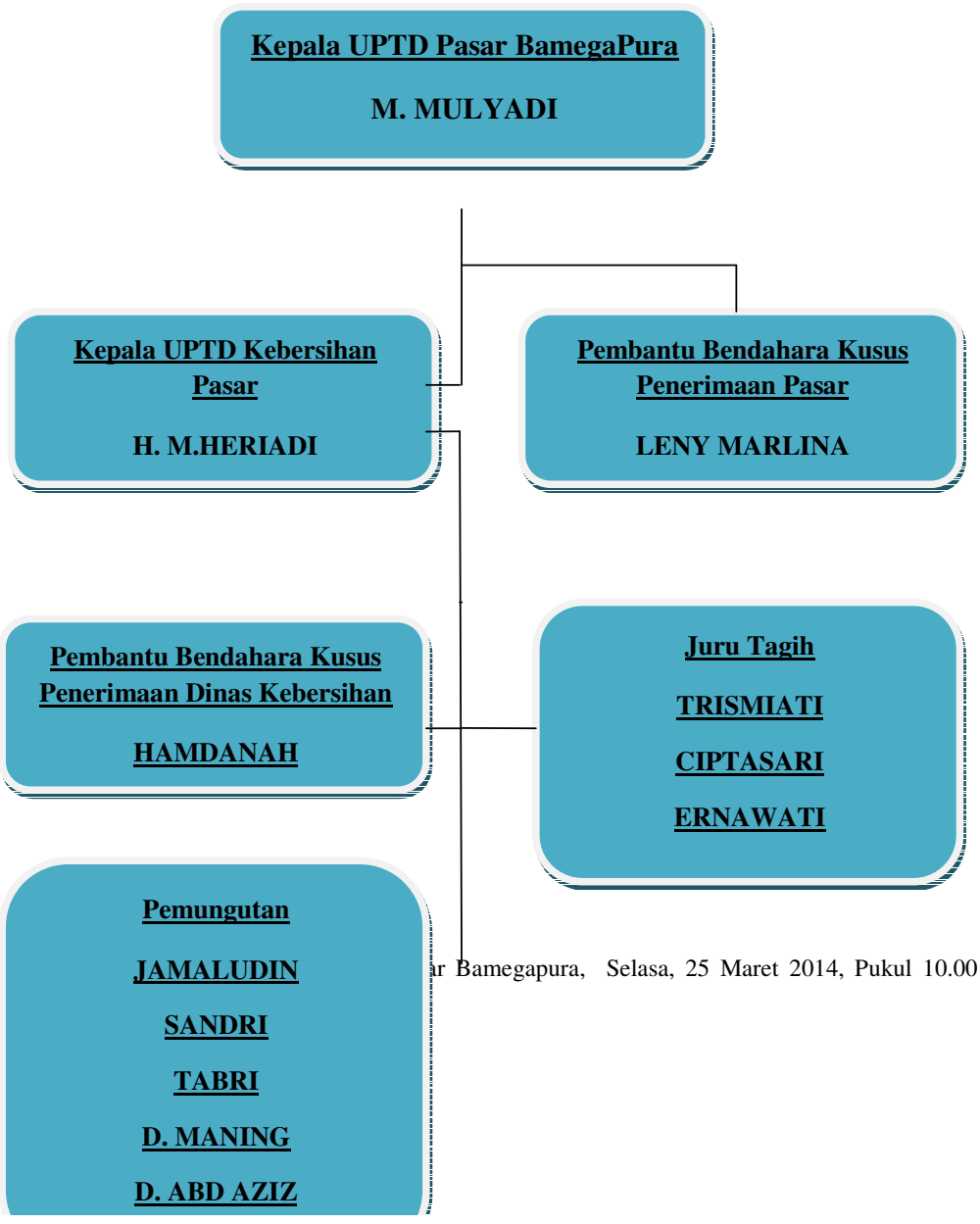
3) Menunjang perekonomian nasional

4) Mensejahterakan Pedagang dan Masyarakat. [3]

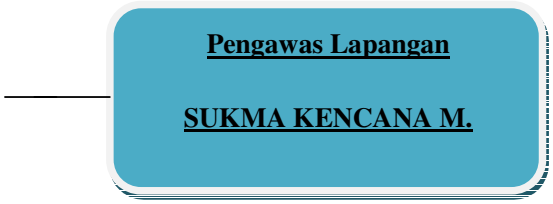
3. Struktur Organisasi Pasar Bamegapura

Struktur organisasi pasar Bamegapura Desa Sungai Danau adalah sebagai berikut:

Gambar. 4.4
Organisasi Unit Pelaksanaan Teknis Dinas
Pasar Bamegapura



ar Bamegapura, Selasa, 25 Maret 2014, Pukul 10.00



Sumber: Data diperoleh dari Kantor Pasar Bamegapura

Uraian tugas dalam organisasi:

1. Kepala UPTD Pengelolaan Pasar

Mempunyai kedudukan sebagai unsur pelaksana teknis Dinas Pendapatan di bidang pengelolaan pasar yang dipimpin oleh seorang kepala yang berada dibawah dan bertanggungjawab langsung kepada Kepala Pendapatan Daerah. Dalam melaksanakan tugas, pengelola Pasar mempunyai fungsi;

1) Membuat perencanaan kegiatan dan melaksanakan mekanisme penyelenggaraan pasar sesuai ketentuan.
2) Melakukan koordinasi, integrasi dengan instansi yang ada kaitannya dengan keberadaan pasar
3) Memberi pelayanan kepada masyarakat pasar dengan prinsip berdaya guna dan berhasil guna
4) Mengelola kegiatan administrasi rumah tangga UPTD dan ketatausahaan.

2. Susunan Organisasi UPTD Pengelolaan Pasar terdiri dari;

a) Kepala

b) Pembantu Bendahara Kusus Penerimaan (PBKP)

Penbantu bendahara kusus penerimaan memiliki tugas sebagai berikut;

1. Menerima pembayaran sejumlah uang yang tertera pada SKP-Daerah/SKR dari wajib Pajak/Retribusi.
2. Memverifikasi kesesuaian jumlah uang yang diterima dengan dokumen SKP-Daerah/SKR yang diterimanya dari pengguna Anggaran
3. Membuat Surat Tanda Setoran (STS) dan Surat Tanda Bukti pembayaran atau bukti lain yang syah.
4. Menyerahkan tanda bukti pembayaran atau tanda bukti yang lain yang sah kepada wajib pajak atau retribusi
5. Menyerahkan uang yang diterimanya dan STS kepada Bank
6. Menerima STS yang telah ditorisasi dari Bank dan menyampaikan ke BUD.
7. Membuat dan menyampaikan laporan pertanggungjawaban penerimaan kepada Bendahara Penerimaan.

c) Sub Unit Pemeliharaan dan Kebersihan

Sub Unit UPTD Pemeliharaan dan Kebersihan mempunyai tugas menyelenggarakan kegiatan pemeliharaan dan menjaga kebersihan pasar dan fasilitas yang dimiliki serta lingkungan sekitarnya.

d) Sub Unit Pengawasan

Sub Unit Keamanan dan Ketertiban mempunyai tugas melaksanakan pengaturan keamanan dan ketertiban Pasar.

e) Sub Unit Pemungutan

Sub Unit Pemungutan mempunyai tugas pokok melakukan pemungutan retribusi serta pemungutan lain yang sah sesuai dengan ketentuan yang berlaku. [4]

Tugas pokok pengelola Pasar Bamegapura adalah menyediakan tempat usaha sebagai sarana distribusi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat(konsumen), sedangkan pedagang berkewajiban untuk menyediakan barang dan jasa bagi konsumen. Dan juga melaksanakan pembinaan kepada pedagang sebagai pelaku usaha dan masyarakat pengguna pasar.

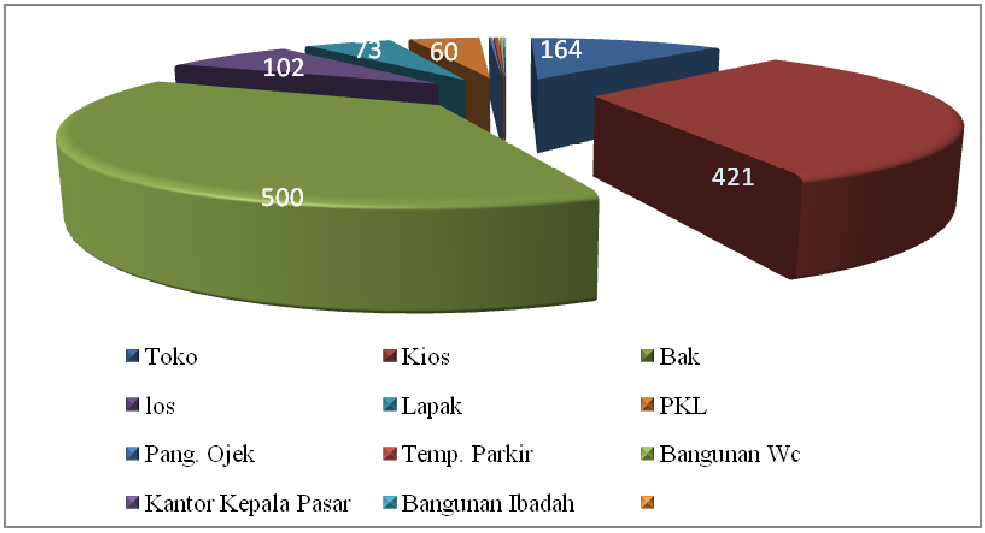
Dalam usaha membina pedagang tentunya, kita perlu mengamati unsur-unsur yang sangat erat hubungannya satu sama lain dalam kegiatan perpasaran yakni pengelola pasar, pedagang dan pembeli. Ketiga unsur atau pihak tersebut mempunyai kepentingan atau tujuan yang berbeda. Namun kesemuanya itu sangat berkaitan.[5]

4. Data Fisik

Bentuk bangunan yang ada dalam komplek pasar terdiri dari Kantor pasar, toko, kios, bak, los, lapak, pedagang kaki lima, tempat parkir dan wc serta bangunan sholat. Berikut data fisik pasar Bamegapura:

Gambar. 4.5
Fisik Bangunan

[4] Data diperoleh dari Kantor Pasar Bamegapura, Kamis, 27 Maret 2014, Pukul 9.00 wita
[5] Data diperoleh dari Kantor Pasar Bamegapura, Selasa, 25 Maret 2014, Pukul 10.00 Wita



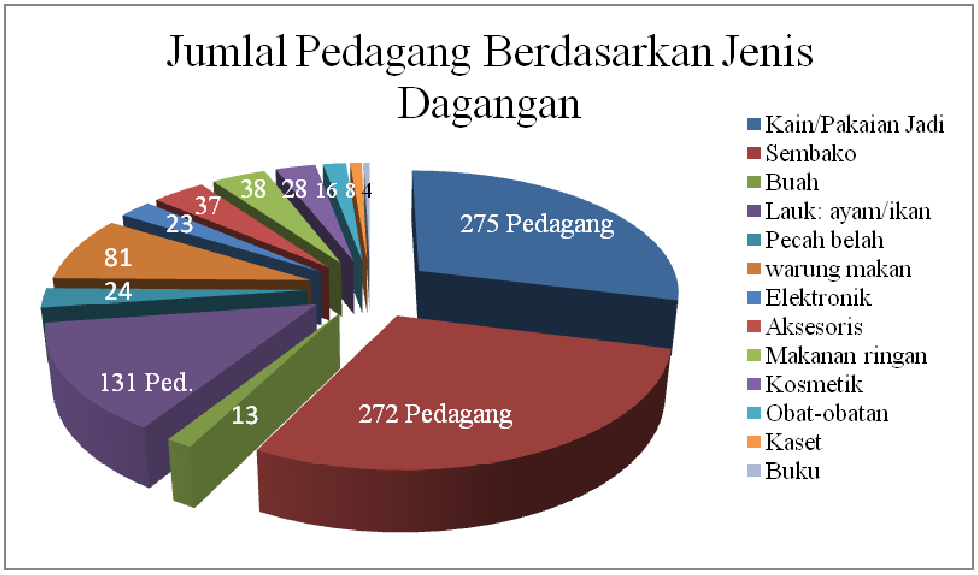
Sumber Data Kantor Pasar Bamegapura (2014)

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa pedagang yang menempati bak sebanyak 500 pedagang, kios sebanyak 421 pedagang, toko 164 pedagang, los 102 pedagang, lapak 73 pedagang, pedagang kaki lima di area halaman pasar sebanyak 60 PKL. Terdapat 4 tempat parkir, 3 pangkalan ojek, 3 bangunan MCK, 1 ruang ibadah, dan juga 1 kantor pasar.[6]

Adapun jenis usaha pedagang yang menempati bangunan pasar:

Gambar. 6
Jenis Usaha Pedagang

[6] Data diperoleh dari Kantor Pasar Bamegapura, Kamis, 27 Maret 2014, Pukul 10.00 Wita



(Sumber Data Kantor Pasar Bamegapura)

Adapun jumlah pedagang berdasarkan jenis dagangan dapat dilihat pada gambar di atas, bahwa pedagang yang menjual pakaian jadi sebanyak 275 pedagang, pedagang yang menjual sembako (seperti beras, gula, minyak, tepung dll.) sebanyak 272 pedagang, pedagang buah terdapat 13 pedagang, pedagang lauk (seperti ayam potong, ikan) terdapat 131 pedagang, pedagang aksesoris (perhiasan) ada 37 orang, barang pecah belah ada 24 pedagang, warung makan ada 81 pedagang, elektronik 23 pedagang, makanan ringan ada 38 pedagang, kosmetik ada 28 pedagang, obat-obatan ada 16 pedagang, kaset ada 8 pedagang dan buku ada 4 pedagang.[7]

B. Gambaran Umum Persaingan Usaha dan Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Muslim di Pasar Bamegapura

Pasar Bamegapura sebagai wadah dari aktifitas jual-beli, ditempati oleh mayoritas pedagang muslim. Pedagang yang memiliki karakteristik islami,

[7] Data diperoleh dari Kantor Pasar Bamegapura, Kamis, 27 Maret 2014, Pukul 10.00 Wita

pedagang yang sudah seharusnya menjadi penerus Rasulullah Saw dalam berdagang.

Menurut struktunya, pasar Bamegapura merupakan pasar persaingan sempurna. Karena disana terdapat banyak penjual dan pembeli. Penjual tidak dapat menentukan harga, karena harga terbentuk melalui mekanisme pasar dan hasil interaksi antara penawaran dan permintaan. Pedagang menjual barangnya sesuai harga yang berlaku di pasar. Dalam mekanismenya, pertemuan permintaan dan penawaran terjadi secara rela sama rela, suka sama suka, sehingga tidak ada paksaan untuk melakukan transaksi.

Berbicara usaha dagang memang tidak pernah dapat dipisahkan dengan aktifitas persaingan, sudah menjadi hal lumrah ketika antara pedagang berusaha mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin, dan hal itu dibarengi dengan cara yang disukai pembeli atau pedagang lainnya, ataupun sebaliknya.

Dalam menjalankan perannya sebagai pedagang muslim, persaingan yang ada diantara pedagang Pasar Bamegapura diwarnai dengan berusaha sebaik mungkin dalam melayani pembeli, misalnya dengan sikap ramah dan sabar, karena dengan begitu calon pembeli akan merasa senang, dan tidak malas untuk mampir sekedar melihat-lihat barang yang tersedia. Jika pedagang tidak ramah bahkan ketus ketika ditanyakan sesuatu, orang akan malas untuk mendekati toko kita, apalagi untuk membeli. Adanya motif ingin melayani dengan baik, menjadikan pedagang muslim mudah untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan maupun calon pembeli.

Selain itu pedagang muslim, berusaha jujur dalam kualitas barang. Menjual barang yang memang berkualitas, karena kualitas barang memang suatu hal yang penting. Pembeli akan merasa puas jika barang yang dibelinya memiliki kualitas yang benar-benar baik, ditambah lagi dengan harga yang menurut pembeli sesuai (tidak terlalu mahal), menjual barang dagangan dengan mengambil keuntungan sewajarnya. Kejujuran dan tidak serakah dalam mengambil *ujungan* sebagai salah satu dari unsur kerelaan diantara pembeli dan penjual. Disamping itu, dagangan akan cepat laris.

Sekecil-kecilnya usaha bagi mereka adalah dengan menyapa calon pembeli yang mendekati toko sekedar untuk menawarkan bantuan, atau mengajak melihat barang-barang yang ada di tokonya.

Pedagang muslim di Pasar tersebut tidak takut untuk bersaing, dalam persaingan memang terkadang kawan bisa menjadi lawan, pedagang yang lemah dalam bersaing, bisa saja menghalalkan segala strategi, seperti menjelekkan pedagang lain dimuka pembeli.

Bagaimanapun, kualitas pelayanan dan kualitas barang akan menjadi penentunya. Mereka meyakini kalau memang masih ada rezekinya, pelanggan akan tetap kembali.

Seperti hal nya ada pedagang Y yang menjual barang dagangannya lebih murah dari harga pasaran, cara ini agar mendapatkan konsumen yang banyak, dan terang saja hal itu bisa dilakukannya karena ternyata pedagang Y mengurangi takarannya. Mulanya banyak orang yang membeli ditempatnya, namun karena

dengan cara yang curang, bukan karena kualitas barang yang ia jual. Dalam kenyataannya kesetiaan konsumen yang didapat dengan cara seperti ini tidak akan berlangsung dalam jangka yang panjang. Karena dalam waktu tertentu, masyarakat akan tau ketika membeli di pedagang M yang jujur, yang tetap menjualnya dengan harga yang berlaku, dengan takaran yang pas atau bahkan dilebihkan sebagai pemanis. Masyarakat dengan sendirinya akan menemukan perbedaan, membeli di pedagang M 1 Kg takarannya lebih banyak, daripada membeli 1 Kg di pedagang Y, meskipun memang harganya lebih murah.

Kenyataannya, meski margin keuntungan setiap kilonya menjadi berkurang karena pedagang M melebihkan isi timbangannya namun itu sebagai pemanis agar disukai pembeli, terbukti pelanggannya bertambah banyak, sehingga "*market share*-nya" menjadi lebih luas, yang tentu saja ini berimbas pada meningkatnya omset dan keuntungan.

Kemudian, persaingan yang dilakukan pedagang dengan membangun opini para calon 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 ia beli 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.

Melihat kondisi tersebut, gambaran mengenai persaingan usaha yang terjadi di pasar Bamegapura bisa dikatakan dalam tingkat yang wajar, sejauh tindakan yang mereka lakukan dalam mendapatkan konsumen tidak merugikan orang lain. Dan juga tindakan-tindakan yang memicu persaingan negatif tidak menjadi sebuah hal yang harus diikuti atau dibalas dengan tindakan demikian pula dan tidak sampai menjadi persoalan hebat, karena sudah memang seharusnya mereka memiliki cara sendiri dalam mengatasi persaingan tersebut.

Mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Muslim di Pasar Bamegapura Secara tidak langsung pedagang muslim telah mempraktikkan etika bisnis Islam ketika segala perbuatan didasari dengan akhlak yang baik serta keimanan. Dimulai dari menjalankan aktifitas, sebagai pedagang muslim ia meyakini dan menyadari bahwa Allah SWT Maha mengamati makhluknya. Dengan begitu mereka selalu berhati-hati menjaga perilaku taat kepada Allah SWT.

Semua pedagang muslim di Pasar Bamegapura, menerapkan “akad tukar-menukar” sebagai salah satu syarat syahnya aktifitas jual-beli, walaupun terkadang ada pembeli yang tidak membalasnya. Unsur terpenting dalam berdagang adalah menerapkan prinsip sama-sama rela antara penjual dan pembeli, pedagang muslim sangat memperhatikan hal ini, “walau mendapat *ujungan* sedikit jika sama-sama rela, hati merasa senang, daripada mendapat *ujungan* banyak tetapi pembeli pulang dengan wajah murung dan terpaksa, itu akan membuat beliau merasa tidak nyaman”.

Lalu dalam melakukan jual-beli, ketika menjual barang dengan harga tinggi (serakah dalam mengambil keuntungan), pedagang muslim lebih menimbang lewat hati naluri bahwa perbuatan ini akan memberatkan pembeli. “Kasihan kalau mengambil ujungan banyak, sekedarnya saja asalkan tidak rugi, daripada menjual barang dengan ujungan banyak, tapi barang dagangan lama terjualnya, lebih baik dengan ujungan sesuai tapi barang cepat laku dan banyak yang membeli”.

Diantara sesama pedagang mereka menghargai usaha persaingan yang dilakukan, selagi usaha tersebut tidak merugikan pedagang lain. Karena dalam hal cara bersaing mereka para pedagang muslim meyakini adanya “keberkahan rezeki yang didapat jika menjalankan usaha dengan disertai keimanan dan kejujuran”. Mereka bisa merasakan keberkahan itu dengan ketenangan hidup, merasa cukup dengan apa yang diperoleh walaupun sedikit.

Dalam perdagangan menurut Islam, tidak ada persaingan melainkan persaudaraan, persaudaraan dalam membangun jaringan usaha menjadi wadah saling menolong dan komunikasi perkembangan usaha yang mereka miliki.

Seperti hal nya, pedagang A didatangi pembeli dalam memenuhi kebutuhannya, namun barang tersebut kosong. Pembeli bertanya kira-kira kapan barang itu ada, pedagang berusaha menawarkan barang yang lain, namun pedagang hanya memerlukan barang itu, lalu pedagang A berusaha mencari barang tersebut ke pedagang lain yang menjadi jaringan usahanya. Dari usaha pedagang A, pembeli merasa senang karena mau membantu mencari barang yang

dibutuhkan, yang demikin mewujudkan kepuasan pembeli terkait layanan toko. Dari sini, membuktikan kenyataan bahwa pedagang mendapat manfaat dari memiliki jaringan usaha.

Melihat kondisi tersebut, gambaran mengenai penerapan Etika Bisnis Islam pada pedagang Muslim di Pasar Bamegapura, dapat disimpulkan bahwa mereka telah menerapkan Etika Bisnis Islam dengan baik. Hal itu memenuhi dimensi Ketuhanan, Keadilan, Kebebasan, Tanggung jawab serta Ihsan (kebaikan).

C. Hasil Penelitian, Analisis dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para pedagang resmi yang berjualan di pasar Bamegapura Desa Sungai Danau yang beragama Islam. Kebanyakan pengisiannya dilakukan secara mandiri oleh responden dan ada beberapa yang meminta dibacakan. Dengan sampel berjumlah 93 responden berhasil disebar dan direspon kembali oleh semua responden. Jumlah kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu:

1) Aspek Umum

a. Umur Responden

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Kelompok umur	Frekuensi	Persentase
1	20-29 tahun	12	13,0
2	30-39 tahun	28	30,1
3	40-49 tahun	51	54,8
4	>50 tahun	2	2,1
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Data yang diperoleh diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan umur yang berkisar antara 20-29 tahun sebanyak 12 responden (13,0%), responden yang berkisar umur 30-39 tahun sebanyak 28 orang (30,1%), responden yang berkisar umur 40-49 tahun sebanyak 51 orang (54,8%), dan usia lebih dari 50 orang terdapat 2 responden (2,1%).

b. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	43	46,3
2	Perempuan	50	53,7
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa proporsi terbesar dari responden adalah jenis kelamin responden perempuan sebanyak 50 orang (53,7%). sedangkan laki-laki yaitu sebanyak 43 orang (46,3%) dari total responden.

c. Lama Berdagang

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdagang

No	Lama Berdagang	Frekuensi	Persentase
1	1 tahun	9	9,6
2	2-3 tahun	25	26,8
3	3-5 tahun	42	45,4
4	5-10 tahun	17	18,2
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa rata-rata lama berdagang berkisar 1 tahun sebanyak 9 orang (9,6%). Lama berdagang 2 sampai 3 tahun sebanyak 25 orang (26,8%) dan lama berdagang berkisar 3sampai 5 tahun sebanyak 42 orang (45,4%), dan 5 sampai 10 tahun sebanyak 17 orang (18,2%) dari total responden.

d. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SD	10	10,7
2	MTsN	14	15,3
3	SMA	13	13,9
4	Pondok Pesantren	51	54,8
5	D3	2	2,1
6	S1	3	3,2
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah Pondok pesantren yaitu sebanyak 51 responden (54,8%), disusul dengan pendidikan terakhir tingkat MTsN ada 14 responden (15,3%), kemudian pendidikan terakhir tingkat SMA/MA ada 13 responden (13,9%), lalu pendidikan terakhir tingkat SD ada 10 responden dan dari S1 ada 3 responden (3,2%) dan terakhir D3 yaitu sebanyak 2 responden (2,1%),

2) Aspek Pemahaman pedagang mengenai *fiqh muamalah* maupun bekal ilmu lainnya.

a. Pernah mengikuti pengajian *fiqh muamalah*

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan mengikuti pengajian *fiqh muamalah*

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Pernah	46	49,4%
2	Tidak pernah	47	50,6%
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa hampir dari setengah jumlah responden pedagang muslim pernah mengikuti pengajian *fiqh muamalah*, yaitu sebanyak 46 responden dengan persentase sebesar (49,4%). Kemudian yang tidak pernah sama sekali 47 responden, dengan persentase (50,6%). Hal ini menunjukkan bahwa bekal ilmu *fiqh* dalam ber-*muamalah* tidak dimiliki semua responden, sebagian mereka membekali dengan ilmu lainnya.

b. Bekal ilmu dagang dalam aspek lain

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Bekal Ilmu dagang Aspek Lain

No	Bekal ilmu	Frekuensi	Persen
1	Mencontoh akhlak Rasul dalam berdagang	59	63,4%
2	Pendidikan akhlak/ ceramah agama	31	33,3%
3	Etika Bisnis	3	3,3%
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa seluruh pedagang muslim memiliki bekal ilmu dalam berdagang, yaitu dengan mencontoh akhlak Rasulullah dalam berdagang sebanyak 59 responden dengan persentase sebesar (86,02%), dengan mendengarkan ceramah maupun membaca buku seputar jejak dagang Rasulullah Saw. Disusul oleh keterangan responden yang membekali dirinya dengan ilmu akhlak, melalui ceramah kerohanian. Kemudian yang membekali dirinya dengan belajar etika bisnis yang beliau dapat dibangku kuliah terdapat 3 responden, dengan persentase (13,98%). Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang muslim sudah memiliki bekal pengetahuan dalam berdagang.

2. Analisis

Sebelum peneliti menguraikan hubungan pemahaman etika bisnis Islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang muslim di pasar Bamegapura Desa sungai Danau, terlebih dahulu pelaksanaan penelitian yang dilakukan dapat diketahui melalui langkah-langkah ilmiah sehingga kebenaran data dapat dipertanggung jawabkan.

Pengumpulan data di lapangan yang peneliti lakukan di pasar Bamegapura dengan responden sebanyak 93 orang telah berhasil disebarkan dan dikumpulkan kembali untuk diolah sebagai bahan deskripsi penelitian yang dikembangkan. Pada hasil pengumpulan jawaban dari responden, maka gambaran mengenai pengaruh pemahaman etika bisnis Islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang muslim di pasar Bamegapura Desa sungai Danau dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penjelasan responden terhadap variabel Pemahaman Etika Bisnis Islam (X_1)

a. Dimensi Keesaan (*Tauhid*)

1) Saya menjalankan usaha dengan penuh ketakwaan terhadap perintah Allah SWT.

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.7

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	76	81,73%
2	Setuju	17	18,27%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan sangat setuju dalam hal menjalankan usaha dengan penuh ketakwaan terhadap perintah Allah SWT, kemudian disusul dengan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang muslim antusias menjalankan usaha dengan penuh ketakwaan terhadap apa yang diperintahkan Allah SWT.

2) Saya percaya bahwa Allah selalu mengawasi perbuatan saya.

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.8

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	71	76,35%
2	Setuju	22	23,65%

3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan sangat setuju dalam hal percaya bahwa Allah SWT selalu mengawasi perbuatan mereka, kemudian disusul dengan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang muslim sangat percaya bahwa segala aktifitas bisnisnya diawasi oleh Allah SWT.

b. Dimensi Keseimbangan (*Adl'*)

1) Saya selalu menyempurnakan takaran maupun timbangan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.9

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	69	74,20%
2	Setuju	24	25,80%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan sangat setuju dalam hal menyempurnakan takaran maupun timbangan, kemudian disusul dengan setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim selalu menyempurnakan takaran maupun timbangan.

2) Saya menghargai orang lain dalam hak memilih

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.10

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	15	16,13%
2	Setuju	78	83,87%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal menghargai orang lain dalam hak memilih, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim tidak memaksakan kepada pembeli, memberi hak memilih kepada orang lain dalam memilih barang yang akan dibelinya.

c. Dimensi Kehendak Bebas

1) Saya mempromosikan barang dengan jujur apa adanya.

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.11

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	66	70,97%
2	Setuju	27	29,03%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan sangat setuju mengenai hal mempromosikan barang dengan jujur apa adanya, kemudian disusul dengan setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim menerapkan promosi barang dengan jujur apa adanya kepada pelanggannya.

2) Saya menentukan perjanjian akad sesuai kesepakatan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.12

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	5	5,37%
2	Setuju	88	94,63%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal menentukan perjanjian akad sesuai kesepakatan, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa semua para pedagang muslim membolehkan kebebasan dalam berakad selagi tidak merugikan orang lain.

d. Dimensi Tanggung jawab

1) Saya bertanggung jawab atas perjanjian yang saya lakukan dengan pelanggan.

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.13

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	27	29,03%
2	Setuju	66	70,97%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal bertanggung jawab atas perjanjian yang mereka lakukan dengan pelanggan, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim menerapkan sikap tanggungjawab dalam menepati janji kepada pelanggannya.

2) Saya selalu mencatat utang-piutang

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.14

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	32,25%
2	Setuju	63	67,75%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal mencatat utang-piutang, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim menerapkan hal tersebut, mencatat utang piutang dalam berdagang.

e. Dimensi Kebajikan (*Ihsan*)

1) Saya berniat untuk membantu pembeli memenuhi kebutuhan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.15

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	18	19,35%
2	Setuju	75	80,65%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal berdagang adalah sarana untuk membantu orang lain memenuhi kebutuhan, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim dalam berdagang berniat membantu orang lain dalam memenuhi kebutuhan.

2) Saya melayani konsumen dengan ramah

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.16

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase

1	Sangat Setuju	20	21,5%
2	Setuju	73	78,5%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal melayani konsumen dengan ramah, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim dalam berdagang benar-benar melayani pelanggannya dengan baik.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel pemahaman etika bisnis islami (X_1):

Tabel 4.17

No	Indikator	Alternatif jawaban								Total	%
		Sangat tidak setuju		Tidak setuju		setuju		Sangat setuju			
		Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	jlh	%		
1	Saya percaya bahwa Allah SWT selalu mengawasi perbuatan saya.	0	0	0	0	17	18,27	76	81,73	93	100
2	Saya menjalankan usaha dengan penuh ketakwaan terhadap perintah Allah SWT	0	0	0	0	22	23,65	71	76,35	93	100
3	Saya selalu menyempurnakan takaran maupun timbangan	0	0	0	0	24	24,80	69	74,20	93	100
4	Saya menghargai orang lain dalam hak memilih	0	0	0	0	78	83,87	15	16,13	93	100
5	Saya mempromosikan barang dengan jujur apa adanya.	0	0	0	0	27	29,03	66	70,97	93	100

6	Saya menentukan perjanjian akad sesuai kesepakatan	0	0	0	0	88	94,63	5	5,37	93	100
7	Saya bertanggung jawab atas perjanjian yang saya lakukan dengan pelanggan	0	0	0	0	66	70,97	27	29,03	93	100
8	Saya selalu mencatat utang-piutang	0	0	0	0	63	67,75	30	32,25	93	100
9	Saya berniat untuk membantu pembeli memenuhi kebutuhan	0	0	0	0	75	80,65	18	19,35	93	100
10	Saya melayani konsumen dengan ramah	0	0	0	0	73	78,5	20	21,5	93	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data Diolah)

2. Penjelasan responden terhadap variabel Persaingan Usaha (X_2)

a. Pihak yang bersaing (Pedagang)

1) Saya menciptakan persaingan sempurna (tidak ada penipuan, riba, penimbunan barang)

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.18

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	81	87,09%
2	Setuju	12	12,91%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan sangat setuju mengenai hal menciptakan persaingan sempurna, kemudian disusul dengan setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim dalam berdagang menerapkan persaingan sempurna, seperti tidak ada unsur penipuan, tidak menimbun barang agar mendapat keuntungan tinggi dan sebagainya.

2) Saya sangat menghargai hak orang lain.

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.19

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	5	5,38%
2	Setuju	88	94,62%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal sangat menghargai hak orang lain, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang muslim dalam berdagang saling menghargai hak satu sama lain.

3) Saya mengakui, sesama pedagang muslim adalah bersaudara

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.20

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	26,88%
2	Setuju	68	73,12%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal bahwasanya sesama pedaganag adalah saudara, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim

mengakui bahwa sesama pedagang muslim adalah bersaudara, walaupun tingkat pengakuan tersebut tidak sekuat pernyataan sangat setuju. Walaupun begitu artinya mereka menyadari antara pedagang muslim bukan pesaing yang harus dikalahkan atau mematikan pangsa dagangan pedagang yang lain.

b. Cara Bersaing

1) Saya mempromosikan barang sesuai dengan kualitas barang

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.21

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	22,58%
2	Setuju	72	77,42%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal mempromosikan barang sesuai dengan keadaan barang, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim menerapkan promosi barang secara jujur dalam menginformasikan barang dagangan kepada konsumen.

2) Saya tidak mempengaruhi atau memaksa calon pembeli dalam membeli barang

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.22

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	7	7,53%
2	Setuju	86	92,47%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal tidak mempengaruhi atau memaksa calon pembeli dalam membeli barang, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang muslim dalam berdagang tidak pernah memaksa atau mengelabui calon pembeli untuk membeli barang dagangannya.

3) Saya menawarkan barang dagangan dengan harga yang sesuai dengan harga pasaran

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.23

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	22,58%
2	Setuju	72	77,42%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal menawarkan barang dagangan dengan harga yang sesuai dengan harga pasaran, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang muslim dalam berdagang tidak menaikkan

harga dalam menjual kepada calon pembeli untuk mendapatkan keuntungan tinggi.

4) Saya tidak pernah menurunkan harga dengan tujuan mematikan pedagang lain (agar tidak laku dagangannya)

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.24

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	22,58%
2	Setuju	72	77,42%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal tidak pernah menurunkan harga dengan tujuan mematikan pedagang lain, agar dagangannya tidak laku, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang muslim dalam berdagang sesuai peraturan pasar dengan menjual barang sama dengan harga pasaran.

c. Produk/ barang

1) Saya menjual barang yang halal

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.25

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	74	79,57%

2	Setuju	19	20,43%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan sangat setuju mengenai hal menjual barang yang halal, kemudian disusul dengan setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim dalam menjual barang sudah sesuai dengan ajaran Islam.

2) Saya menjaga kuantitas dan kualitas barang

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.26

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	22,58%
2	Setuju	72	77,42%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal menjaga kualitas dan kuantitas barang, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim dalam berdagang menerapkan kejujuran dengan memperhatikan kualitas dan kuantitas barang yang akan dijual.

3) Saya tidak pernah berbuat curang menyusun barang yang bagus diatas dan yang rusak dibawah

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.27

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	22,58%
2	Setuju	72	77,42%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal tidak pernah berbuat curang menyusun barang yang bagus diatas dan yang rusak dibawah, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim menerapkan hal tersebut dalam berdagang berbuat jujur dalam menjual barang.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel persaingan usaha (X_2):

Tabel 4.28

No	Indikator	Alternatif jawaban								Total	%
		Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Setuju		Sangat setuju			
		jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	jlh	%		
1	Saya menciptakan persaingan sempurna (tidak ada penipuan, riba, menimbun barang)	0	0	0	0	12	12,91	81	87,09	93	100
2	Saya patuh terhadap hukum fiqh muamalat (jual-beli sesuai dengan ajaran Islam)	0	0	0	0	5	5,38	88	94,62	93	100
3	Saya mengakui, sesama pedagang muslim adalah bersaudara	0	0	0	0	68	73,12	25	26,88	93	100

4	Saya mempromosikan barang sesuai dengan kualitas barang	0	0	0	0	72	77,42	21	22,58	93	100
5	Saya tidak mempengaruhi atau memaksa calon pembeli dalam membeli barang	0	0	0	0	72	77,42	21	22,58	93	100
6	Saya menawarkan barang dagangan dengan harga yang sesuai dengan harga pasaran	0	0	0	0	72	77,42	21	22,58	93	100
7	Saya tidak pernah menurunkan harga dengan tujuan mematikan pedagang lain (tidak laku dagangannya)	0	0	0	0	72	77,42	21	22,58	93	100
8	Saya menjual barang yang halal	0	0	0	0	19	20,43	74	79,57	93	100
9	Saya menjaga kuantitas dan kualitas barang	0	0	0	0	72	77,42	21	22,58	93	100
10	Saya tidak pernah berbuat curang menyusun barang yang bagus diatas dan yang rusak dibawah	0	0	0	0	72	77,42	21	22,58	93	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data Diolah)

3. Penjelasan responden terhadap variabel Perilaku Pedagang (Y)

a. Perilaku Pedagang Kaum Muslim

1) Saya niat melakukan usaha semata-mata dalam rangka beribadah kepada Allah SWT

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.31

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	76	81,72%
2	Setuju	17	18,28%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan sangat setuju mengenai hal niat melakukan usaha semata-mata dalam rangka beribadah kepada Allah SWT, kemudian disusul dengan setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim dalam berdagang menerapkan niat dalam berdagang sebagai ibadah karena Allah SWT.

2) Saya selalu berusaha menjalankan ibadah sholat lima waktu

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.32

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	39	41,93%
2	Setuju	54	58,07%

3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal Saya selalu berusaha menjalankan ibadah sholat lima waktu, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim walaupun sedang berdagang mereka berusaha menjalankan ibadah sholat.

3) Saya niat melakukan usaha untuk mendapat kebahagiaan dunia dan akhira (berkah)

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.33

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	28	30,2%
2	Setuju	65	69,8%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal niat melakukan usaha untuk mendapat kebahagiaan dunia dan akhira, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim dalam berdagang, memiliki motiv mencari rezeki dalam rangka menyeimbangkan antara kehidupan dunia dan akhiratnya.

4) Saya bertanggung jawab atas amanah dari pembeli

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.34

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	67	72,04%
2	Setuju	26	27,96%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan sangat setuju mengenai hal bertanggung jawab atas amanah dari pembeli kemudian disusul dengan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang muslim sangat menghargai kepercayaan yang diberikan oleh pembeli.

5) Saya berbuat jujur dan berbuat adil dengan pembeli

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.35

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	23	24,73%
2	Setuju	70	75,27%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal berbuat jujur dan berbuat adil dengan pembeli kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang muslim menerapkan kejujuran dan keadilan dalam berdagang.

6) Saya menjalin kerjasama dengan sesama pedagang muslim

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.36

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	17	18,28%
2	Setuju	76	81,72%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal menjalin kerjasama dengan sesama pedagang muslim, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim dalam berdagang menjalin kerjasama dengan pedagang lainnya.

7) Saya tidak memaksa konsumen untuk membeli barang dagangan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.37

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	34,41%
2	Setuju	61	69,59%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan setuju mengenai hal tidak memaksa konsumen untuk membeli barang dagangan, kemudian disusul dengan sangat setuju. Hal ini menunjukan *khiyar* memberikan hak pilih kepada pembeli.

8) Saya senang menolong orang dan murah hati dalam berdagang

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.38

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	29	31,2%
2	Setuju	64	68,8%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan sangat setuju mengenai hal senang menolong orang dan murah hati dalam berdagang, kemudian disusul dengan setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang memiliki motif melayani dengan baik sebagai edagang muslim.

9) Saya ingin selalu belajar memajukan usaha

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.39

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	60	64,52%

2	Setuju	33	35,48%
3	Tidak Setuju	0	0
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil di atas diketahui bahwa responden paling banyak menyatakan sangat setuju mengenai hal ingin selalu belajar memajukan usaha kemudian disusul dengan setuju. Hal ini menunjukan bahwa para pedagang muslim memiliki mental yang baik, yang mau berusaha memajukan usaha dagangnya.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel persaingan usaha (Y):

Tabel 4.40

No	Indikator	Alternatif jawaban								Total	%
		Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Setuju		Sangat setuju			
		Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%		
1	Saya niat melakukan usaha semata-mata dalam rangka beribadah kepada Allah Swt	0	0	0	0	17	18,28	76	81,72	93	100
2	Saya niat melakukan usaha semata-mata untuk membantu konsumen memenuhi kebutuhanm	0	0	0	0	5	8,07	39	41,93	93	100
3	Saya niat melakukan usaha untuk mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat	0	0	0	0	65	69,8	28	30,2	93	100
4	Saya selalu berusaha untuk menjalankan ibadah sholat	0	0	0	0	26	27,96	67	72,04	93	100

5	Saya menyempatkan waktu untuk berdzikir dan berdoa	0	0	0	0	70	75,27	23	24,73	93	100
6	Saya berusaha meluangkan waktu untuk membaca Alquran	0	0	0	0	76	81,72	17	18,28	93	100
7	Saya mampu menjalankan usaha dalam keadaan apapun	0	0	0	0	61	69,59	32	34,41	93	100
8	Saya senang menolong orang dan murah hati dalam berdagang	0	0	0	0	64	68,8	29	31,2	93	100
9	Saya senyum dan bersikap akrab dalam menghadapi pelanggan	0	0	0	0	33	35,48	60	64,52	93	100

Sumber: hasil penelitia0n 2014 (Data Diolah)

Dari pernyataan-pernyataan tentang bagaimana perilaku para pedagang muslim di pasar Bamegapura dalam menjalankan usahanya dengan berpedoman pada norma etika yang bersumber pada ajaran Islam. Didapat kesimpulan dari seluruh pedagang muslim telah mengamalkan ajaran Islam dalam berusaha.

a. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor indikator dengan skor total. Valid tidaknya butir item pertanyaan variabel dapat dilihat

dengan mengkonsultasikan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari tabel r (dapat dilihat dilampiran), untuk df = n-2, atau dalam penelitian ini df = 93 – 2 = 91 dengan tingkat signifikan 5%, diperoleh angka 0.1716 Jika r hasil positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir item tersebut valid. Sedangkan jika sebaliknya $r_{hasil} < r_{tabel}$, maka butir item tersebut tidak valid.

Berikut hasil dari uji validitas penelitian ini dengan bantuan SPSS 16 *for windows* pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.41

Hasil uji validitas instrumen data

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Variabel X_1	1	0.767	0.1716	Valid
	2	0.612	0.1716	Valid
	3	0.866	0.1716	Valid
	4	0.868	0.1716	Valid
	5	0.903	0.1716	Valid
	6	0.909	0.1716	Valid
	7	0.619	0.1716	Valid
	8	0.387	0.1716	Valid
	9	0.745	0.1716	Valid
	10	0.866	0.1716	Valid
Variabel X_2	1	0.734	0.1716	Valid
	2	0.702	0.1716	Valid
	3	0.702	0.1716	Valid
	4	0.685	0.1716	Valid
	5	0.743	0.1716	Valid
	6	0.644	0.1716	Valid
	7	0.764	0.1716	Valid
	8	0.783	0.1716	Valid
	9	0.252	0.1716	Valid
	10	0.790	0.1716	Valid
Variabel Y	1	0.948	0.1716	Valid
	2	0.961	0.1716	Valid
	3	0.961	0.1716	Valid
	4	0.178	0.1716	Valid

	5	0.948	0.1716	Valid
	6	0.630	0.1716	Valid
	7	0.355	0.1716	Valid
	8	0.785	0.1716	Valid
	9	0.798	0.1716	Valid

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari hasil uji validitas diatas diketahui bahwa semua angka r_{hitung} berada diatas r_{tabel} yaitu 0.1716 yang menunjukkan bahwa semua butir item valid.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas pada masing-masing variabel diperoleh dengan memberikan batasan 0,6. Jika < 0,6 maka dapat dikatakan tidak reliabel. Apabila > 0,6 maka dapat diterima atau reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas penelitian ini dengan bantuan SPSS 16 *for windows* pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.42

Hasil Uji Realibilitas Instrumen Data

No	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
1	Pemahaman Etika Bisnis Islam	0,776	Reliabel
2	Persaingan usaha	0,764	Reliabel
3	Perilaku Pedagang Muslim	0,775	Reliabel

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data Diolah)

Dari uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa semua angka r *alpha cronbach* berada di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasanya (*ordinary least square* **/ OLS**) merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linier tidak bias yang terbaik (*best linier unbias estimator*/ BLUE). Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik sebagai berikut:

1) Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada tidaknya multikoliniearitas antar variabel, salah satu caranya adalah dengan melihat dari nilai *Variance Infaltion Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, dan nilai toleran lebih besar dari 0,1 maka model tidak terdapat multikoliniearitas. Hal ini menunjukkan tidak terjadinya gejala multikoliniearitas artinya tidak adanya hubungan antar variabel bebas. Setelah melalui perhitungan SPSS 16 *for windows*, nilai VIF dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.43

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pemahaman Etika	.502	1.991
	Persaingan Usaha	.502	1.991

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang Muslim

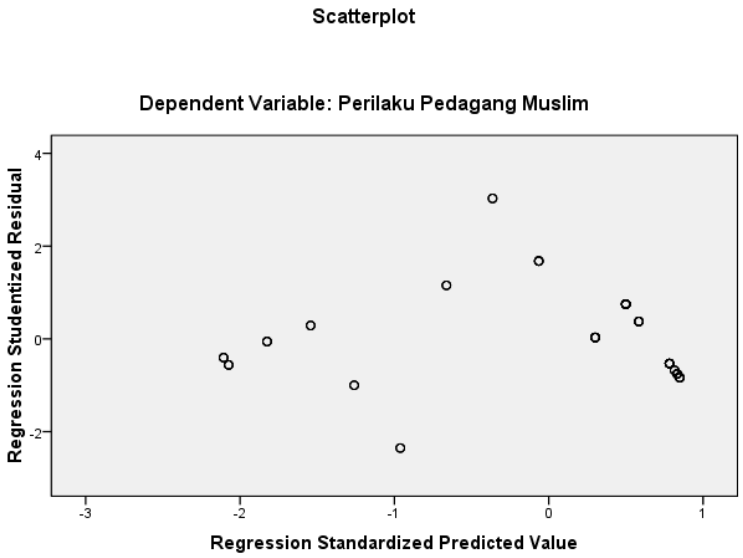
Dari tabel diatas, terlihat pada bagian *Coefficient* untuk kedua variabel bebas menunjukkan angka VIF < 10, dan nilai toleran kedua variabel lebih besar dari 0,1 sehingga tidak terjadi gejala multikolinieritas artinya tidak adanya

hubungan antar variabel bebas yang mana variabel satu dapat menjelaskan variabel lain.

2) Uji Heterokedatisitas

Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas akan dilakukan dengan melihat *scatterplot*, jika titik-titik menyebar secara acak, baik dibagian atas angka 0 atau di bagian bawah angka 0 dari sumbu vertikal, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedatisitas dalam model regresi. Berikut hasil *scatterplot* melalui *SPP* 16 *for windows*:

Gambar 4.8



3) Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan melihat nilai *kolmogorov-smirnov.* dengan bantuan spss 16 *for windows* yang dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 4.44

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Hubungan Manusiawi	Gaya Kepemimpinan	Kinerja Karyawan
N		93	93	93
Normal Parameters[a]	Mean	22.87	34.27	35.67
	Std. Deviation	1.685	2.017	1.915
Most Extreme Differences	Absolute	.170	.203	.236
	Positive	.163	.203	.236
	Negative	-.170	-.131	-.157
Kolmogorov-Smirnov Z		.759	.986	1.757
Asymp. Sig. (2-tailed)		.778	.568	.373

Dari tabel 4.44 di atas dapat dilihat pada *kolmogorov-smirnov* diketahui bahwa nilai signifikansi untuk hubungan manusiawi, gaya kepemimpinan, dan kinerja karyawan sebesar (0,759), (0,986), dan (1.757). Karena signifikansi untuk seluruh variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat dismpulkan bahwa semua variabel berditribusi normal.

4) Uji Linearitas

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah data sesuai dengan garis linier atau tidak (apakah hubungan antarvariabel yang hendak di analisis mengikuti garis lurus atau tidak). Setelah melalui perhitungan SPSS 16 *for windows*, berikut nilai *Deviation from Linearity*:

Tabel 4.45

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Pedagang Muslim * Persaingan Usaha	Between Groups	(Combined)	694.011	8	86.751	119.126	.004
		Linearity	383.574	1	383.574	526.720	.003
		Deviation from Linearity	310.437	7	44.348	60.898	.225
	Within Groups		61.171	84	.728		
	Total		755.183	92			

Karena nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* (0,225) > 0,05 maka hubungan antarvariabel adalah Linier.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel Pemahaman Etika Bisnis Islam (X_1), Persaingan Usaha (X_2), terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Y) digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Kinerja Karyawan
α = Kostanta
β_1 β_2 = Koefisien regresi variabel independen.
X_1 = Penerapan Etika Bisnis Islam
X_2 = Persaingan Usaha
E = Multiple Regression

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 16 *for windows*. Berikut hasil perhitungan regresi linier berganda pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.46

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.973	.946	.945	.62251

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

b. Dependent Variable: Perilaku Pedagang Muslim

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi R antara variabel pemahaman etika bisnis Islam dan persaingan usaha sebesar 0, 973 dengan koefisien determinasi R2 adalah sebesar 0,946. Artinya, besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 9,46% dan besarnya variabel lain yang mempengaruhi variabel Y adalah (100% - 94,6% = 5,4%)

Koefisien determinasi R2 sebesar 0,946 mengandung arti, besarnya pengaruh variabel pemahaman etika bisnis Islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang muslim adalah sebesar 9,46% dan sedangkan sisanya 5,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.47

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant	3.078	1.047		2.940	.007
	Penerapan Etika Bisnis	.783	.027	.941	28.951	.000
	Persaingan Usaha	.049	.031	.048	1.491	.139

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang Muslim

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas dapat disusun persamaan regresi linear berganda antara variabel bebas (*independent variabel*) dengan variabel terikat (*dependent variabel*) dengan memasukkan koefisien regresi linear berganda ke dalam bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$Y=3{,}078 + 0{,}783X_1 + 0.049X_2 + e$

a. Konstanta

Nilai konstanta sebesar 3,078 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel penerapan etika bisnis Islam (X_1) dan persaingan usaha (X_2), maka nilai perilaku pedagang (Y) adalah 3,078

b. Pemahaman Etika Bisnis Islam (X_1)

Koefisien regresi variabel X_1 sebesar 0,783, hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) satu nilai pada variabel X_1 akan memberikan kenaikan skor sebesar 0,783. Koefisien variabel X_1 mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel Y. Hal ini terlihat dari tingkat signifikansi variabel X_1 (0,000) lebih kecil dari 0,05 mengartikan X_1

mempengaruhi secara sempurna. Artinya, jika variabel pemahaman etika bisnis Islam pada pedagang muslim naik sebesar 78,3% maka akan selalu diikuti dengan meningkatnya penerapan etika bisnis Islam pada pedagang muslim dengan persentase 78,3%.

c. Persaingan Usaha (X2)

Koefisien regresi X2 sebesar 0.049, hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) satu nilai pada variabel X_2 akan memberikan kenaikan skor sebesar 0,049. Walaupun demikian, koefisien X_2 tidak berpengaruh secara signifikan, karena nilai signifikan X_2 (0,139) lebih besar dari 0,05. Artinya, bila persaingan usaha berjalan dengan tidak sehat maka perilaku pedagang muslim belum tentu terjadi penyimpangan persaingan tidak sehat.

e. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah data yang diperoleh mendukung atau tidak terhadap hipotesis yang telah diajukan. Dalam penelitian ini ada dua hipotesis yang telah diajukan dan diuji dengan teknik analisis linear berganda. Berikut disajikan hasil pengujian hipotesis.

1) Pengujian hipotesis secara simultan (uji f)

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas (pemahaman etika bisnis Islam dan persaingan usaha) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (perilaku pedagang muslim).

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh penerapan etika bisnis Islam dan persaingan usaha secara simultan terhadap perilaku pedagang.

Ha: Terdapat pengaruh penerapan etika bisnis Islam dan persaingan usaha secara simultan terhadap perilaku pedagang.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α)= 0,05

Degree of freedom (df) = (k-1)(n-k)

Ho diterima dan Ha ditolak, jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau Sig. > α

Ha diterima dan Ho ditolak, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau Sig. ≤ α

Hasil uji F pada output SPSS 16 *for windows* dapat dilihat pada tabel ANOVA. Ho ditolak jika f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel}. f_{tabel} dihitung dengan cara df1 = k-1, df2 = n-k, dan a = 5%. "n" adalah jumlah sampel sedangkan "k" adalah jumlah semua variabel. Dengan demikian, df1 = 2 dan df2 = 90, hasil f_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar 3,100 (dapat dilihat dilampiran). Ho juga ditolak jika Sig. lebih kecil dari tingkat signifikasi yang telah ditentukan. Tingkat signifikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05.

Uji f yang dihasilkan SPSS 16 *for windows* dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.47

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	616.413	2	308.207	359.328	.000[a]
	Residual	34.877	90	.388		
	Total	651.290	92			

a. Predictors: (Constant), Persaingan Usaha, Pemahaman Etika

b. Dependent Variable: Perilaku Pedagang Muslim

2) Pengujian hipotesis secara parsial (uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variable dependen. Uji t yang dihasilkan SPSS 16 *for windows* dapat diliahat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.48

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.078	1.047		2.940	.007
	Pemahaman Etika Bisnis Islam	.783	.027	.941	28.951	.000
	Persaingan Usaha	.049	.031	.048	1.491	.139

Hipotesis ini menyatakan bahwa:

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan penerapan etika bisins Islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang

Ha: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan penerapan etika bisins Islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang

Dalam uji hipotesis ini digunakan uji t dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Dengan *level of significany* (α)= 0,05

Degree of freedom (df) = (k-1)(n-k)

Ho diterima dan Ha ditolak, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau Sig. > α

Ha diterima dan Ho ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau Sig. ≤ α

Ialah membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} (1,987) pada taraf nyata (5%) hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 40.

3) Pembahasan

Berdasarkan hasil rekapitulasi yang penulis rangkum sesuai data penelitian maka diuraikan masing-masing pengaruh secara simultan, parsial serta dominan sebagai berikut:

a. Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Persaingan Usaha terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Bamegapura Desa Sungai Danau

Setelah dilakukan penghitungan dari hasil model persamaan regresi linear berganda sebelumnya menunjukan antara pemahaman etika bisnis Islam (X_1) dan persaingan usaha (X_2) secara bersama-sama (serentak) mempengaruhi perilaku pedagang muslim di pasar Bamegapura, sebagai variabel bebas pemahaman etika bisnis Islam dan persaingan usaha mempunyai pengaruh positif. Koefisien

korelasi yang bernilai positif menunjukkan hubungan yang searah antara tingkat pemahaman dengan perilaku dagang. Artinya apabila seorang pedagang muslim faham tentang etika perdagangan Islam dengan baik, maka perilaku dagang mereka juga dapat dipastikan baik. Hal itu juga berarti, bila persaingan usaha berjalan dengan relatif stabil maka perilaku dagang juga akan dapat terjaga dengan baik tanpa ada kekhawatiran akan adanya perilaku penyimpangan.

Koefisien X_1 memiliki pengaruh dengan tingkat sempurna, dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Sedangkan koefisiean X_2 memiliki nilai signifikansi 0,139 lebih besar dari 0,05. Hal ini mengartikan, bila persaingan usaha berjalan secara tidak sehat maka pada perilaku pedagang muslim belum tentu terjadi penyimpangan persaingan tidak sehat.

Hasil Analisis Uji F

Kemudian untuk mengetahui variabel yang terdiri dari pemahaman etika bisnis Islam (X_1) dan persaingan usaha (X_2) berpengaruh terhadap variabel (Y) yakni perilaku pedagang muslim di pasar Bamegapura Desa Sungi Danau dapat dilakukan dengan uji f:

Berdasarkan tabel 47 sebelumnya diketahui bahwa nilai f_{hitung} adalah sebesar 359.328. Nilai tersebut lebih besar dari nilai f_{tabel} yang sebesar 3,100 dan Sig diketahui bernilai 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikasi yang telah ditentukan yaitu 0,05. Dengan demikian, dikarenakan nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel}, dan nilai Sig. lebih kecil dari tingkat signifikasi yang telah ditentukan, maka dapat disimpulkan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan pemahaman etika bisnis Islam dan persaingan usaha secara simultan terhadap

perilaku pedagang muslim atau dengan perkataan lain bahwa hipotesis pertama diterima (terbukti).

b. Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Bamegapura Desa Sungai Danau

Melihat hasil perhitungan pada tabel 48 di dapat hasil regresi dengan nilai T_{hitung} variabel pemahaman etika bisnis Islam (28,951) > nilai t_{tabel} (1,987), Sig. (0,000) < alpha (0,05) maka Ha diterima dan Ho ditolak. Berarti variabel pemahaman etika bisnis Islam berpengaruh secara signifikan/berarti secara parsial terhadap variabel perilaku Pedagang Muslim di pasar Bamegapura Desa Sungai Danau. Variabel pemahaman etika bisnis Islam mempunyai pengaruh positif. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan hubungan yang searah antara tingkat pengetahuan dengan perilaku dagang. Artinya apabila seorang pedagang muslim paham tentang etika perdagangan Islam dengan baik, maka perilaku dagang mereka juga dapat dipastikan baik.

c. Pengaruh Persaingan Usaha terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Bamegapura

Kemudian untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel persaingan usaha dengan perilaku dagang, maka berdasarkan perhitungan pada tabel 48 didapat hasil regresi dengan nilai t_{hitung} variabel Persaingan Usaha (1,491), < nilai t_{tabel} (1,987), Sig. (0,139) > alpha (0,05) maka Ha ditolak dan Ho diterima. Berarti variabel Persaingan Usaha tidak mempunyai pengaruh yang signifikan/berarti secara parsial terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Bamegapura Desa

Sungai Danau. Artinya, bila persaingan usaha terjadi tidak sehat belum tentu akan diikuti perilaku penyimpangan pada pedagang muslim.

Dari hasil pengujian hipotesis diatas, secara parsial diketahui bahwa variabel pemahaman etika bisnis Islam memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap perilaku pedagang muslim. Hal ini dapat diketahui dari koefisien *unstandarized beta* sebesar 0,783 dengan taraf signifikasi 0,00. Maka hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini ditolak.

Hal ini disebabkan karena walaupun tidak semua pedagang muslim belajar etika bisnis Islam, semua pedagang yang dijadikan responden memiliki bekal pengetahuan dalam berdagang, baik itu didapat ketika waktu mondok di pesantren, atau menghadiri pengajian, ceramah agama atau dengan membaca buku pengetahuan lainnya, yang menunjang pengetahuan mereka mengenai etika berdagang sesuai aturan syariah.