

**PENGARUH *SERVICE MOTIVE*, MEKANISME HARGA,  
PERSAINGAN USAHA, DAN TINGKAT RELIGIUSITAS  
TERHADAP ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG  
(Studi Kasus Pada Pedagang di Pasar Comal Pematang)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**TRI PUJI ASTUTI**  
NIM. 4117165

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2021**

**PENGARUH *SERVICE MOTIVE*, MEKANISME HARGA,  
PERSAINGAN USAHA, DAN TINGKAT RELIGIUSITAS  
TERHADAP ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG**

**(Studi Kasus Pada Pedagang di Pasar Comal Pematang)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**TRI PUJI ASTUTI**  
**NIM. 4117165**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2021**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Puji Astuti

NIM : 4117165

Judul : **Pengaruh *Service Motive*, Mekanisme Harga, Persaingan Usaha, dan Tingkat Religiusitas terhadap Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Pedagang di Pasar Comal Pematang).**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 17 Oktober 2021

Yang menyatakan,



**Tri Puji Astuti**  
**NIM. 4117165**

## NOTA PEMBIMBING

**Agus Arwani, S.E., M. Ag.**

Gg. Pendowo Limo No. 33 Prawasan Barat, Kedungwuni, Pekalongan

Lamp : 2 (Dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Tri Puji Astuti

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Pekalongan  
c.p. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
di  
PEKALONGAN

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : **Tri Puji Astuti**

NIM : **4117165**

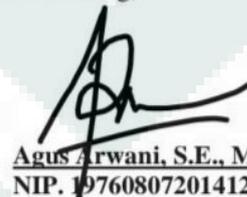
Jurusan : **Ekonomi Syariah**

Judul : **Pengaruh *Service Motive*, Mekanisme Harga, Persaingan Usaha, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Pedagang di Pasar Comal Pemalang).**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu`alaikum Wr. Wb*

Pekalongan, 18 Oktober 2021  
Pembimbing,



Agus Arwani, S.E., M. Ag.  
NIP. 197608072014121002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Rowolaku, Kajen Pekalongan Jawa Tengah

## PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

Nama : **Tri Puji Astuti**  
NIM : **4117165**  
Judul Skripsi : **Pengaruh *Service Motive*, Mekanisme Harga, Persaingan Usaha, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Islam Pedagang (Studi Kasus Pada Pedagang di Pasar Comal Pemasang)**

Telah diujikan pada Rabu tanggal 27 Oktober 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterimasebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

  
**Dr. Susminingsih, M.Ag**  
NIP. 197502111998032001

Penguji II

  
**Ahmad Dzulfikar, M.Pd.**  
NIP. 198911292018011001

Pekalongan, 27 Oktober 2021

Disahkan oleh Dekan,

  
**Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**  
NIP. 19750220 199903 2 001

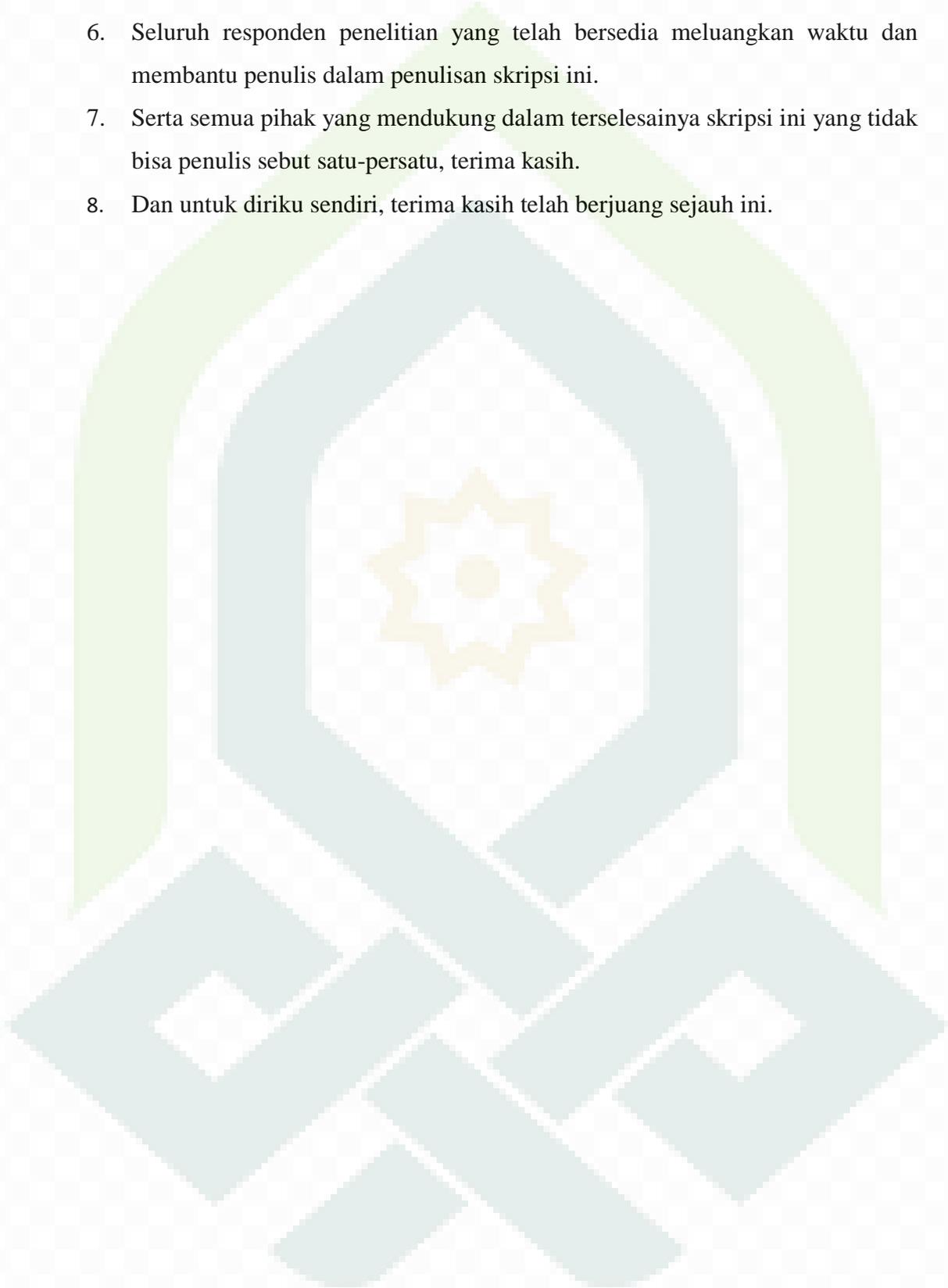
## PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuni-Nya dan yang telah memberikan petunjuk serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Di samping itu, tidak lupa pula iringan shalawat serta salam penulis sampaikan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan dengan judul “**Pengaruh *Service Motive*, Mekanisme Harga, Persaingan Usaha, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Islam Pedagang (Studi Kasus pada Pedagang di Pasar Comal Pemasang)**”. dalam pembuatan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terlaksana tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Ayah dan Ibu tercinta, terima kasih atas segala kasih sayang, cinta dan doa yang selalu mengiringi setiap langkahku, selalu memberi dukungan penuh dalam setiap perjalanan meraih cita-cita.
2. Bapak Agus Arwani, S.E., M. Ag. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Untuk sahabat-sahabatku, sekaligus teman seperjuangan Ekonomi Syariah D 2017 terima kasih kalian telah membawa keceriaan, memberikan warna dan cerita diperjalanann kuliahku dari semester awal sampai akhir ini.
4. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2017 Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, semoga kita sukses selalu.

6. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
7. Serta semua pihak yang mendukung dalam terselesainya skripsi ini yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu, terima kasih.
8. Dan untuk diriku sendiri, terima kasih telah berjuang sejauh ini.



## MOTTO

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ

أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

*“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.”*

*(QS. Al-Baqarah: 188)*

## ABSTRAK

### **TRI PUJI ASTUTI. Pengaruh *Service Motive*, Mekanisme Harga, Persaingan Usaha, dan Tingkat Religiusitas terhadap Etika Bisnis Islam Pedagang (Studi Kasus pada Pedagang di Pasar Comal Pematang).**

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Peran pasar bukan hanya sebagai tempat untuk aktifitas jual beli saja tetapi juga dilihat dari aturan maupun norma dan masalah yang berhubungan di dalam pasar. Untuk menghindari terjadinya masalah atau penyimpangan-penyimpangan di dalam pasar maka setiap pedagang perlu menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Penelitian ini dibahas untuk melihat pengaruh *service motive*, mekanisme harga, persaingan usaha, dan tingkat religiusitas terhadap etika bisnis Islam pedagang di pasar Comal Pematang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari *service motive*, mekanisme harga, persaingan usaha, dan tingkat religiusitas terhadap etika bisnis Islam pedagang di pasar Comal Pematang baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 80 orang. Teknik pengambilan sampel dengan metode *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel *service motive* dan tingkat religiusitas yang berpengaruh signifikan terhadap etika bisnis Islam sedangkan variabel mekanisme harga dan persaingan usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap etika bisnis Islam. Kemudian secara simultan, *service motive*, mekanisme harga, persaingan usaha, dan tingkat religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap etika bisnis Islam.

Kata kunci: *Service Motive*, Mekanisme Harga, Persaingan Usaha, Tingkat Religiusitas, Etika Bisnis Islam.

## **ABSTRACT**

### **TRI PUJI ASTUTI. The Effect of Service Motive, Price Mechanism, Business Competition, and level of Religiosity for Islamic Business Ethics of Traders (Case Study of Traders in Comal Market Pemalang).**

Market is a place where buyers and sellers meet. The role of the market is not only as a place for buying and selling activities but also seen from the rules, norms and related problems in the market. To avoid problems or irregularities in the market, every trader needs to apply the principles of Islamic business ethics. The research is discussed to see the effect of service motive, price mechanism, business competition, and level of religiosity on Islamic business ethics of traders in the Comal market, Pemalang. The purpose of this study was to find out whether there is an effect of service motive, price mechanism, business competition, and level of religiosity on Islamic business ethics of traders in the Comal market, either partially or simultaneously.

This research is a quantitative research. The data collection method in this study is a questionnaire method using a sample of 80 people. The sampling technique used is simple random sampling method. This study uses multiple linear regression test data analysis method with the help of SPSS 23.

The results showed that only the service motive variable and the level of religiosity had a significant effect on Islamic business ethics, while the price mechanism and business competition variables had no significant effect on Islamic business ethics. Then simultaneously, service motive, price mechanism, business competition, and the level of religiosity together affect Islamic business ethics.

**Keywords:** Service motive, price mechanism, business competition, level of religiosity, Islamic business ethics.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag. selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H. selaku Dekan FEBI IAIN Pekalongan
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Pekalongan
4. Bapak Agus Arwani, S.E., M. Ag. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
5. Bapak H. Ali Amin Isfandiar, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
6. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah bermanfaat memberikan ilmu bagi penulis selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
7. Seluruh karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang telah memberikan pelayanan dalam masa perkuliahan sampai selesai
8. Pihak pengelola pasar Comal yang telah membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan
9. Bapak dan Ibu narasumber atau informan yang telah berseedia memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penyelesaian skripsi ini

10. Kedua orangtua yang telah memberikan dorongan semangat juang dan limpahan dukungan kasih sayang sehingga skripsi ini diselesaikan dengan baik
11. Dian Luvitasari, Nisyatul Arifin, dan Mulyani yang telah menjadi teman seperjuanganku dalam mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di IAIN Pekalongan, dan
12. Kepada teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran dalam menyusun skripsi ini.

Terima kasih atas jasa yang telah kalian berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan kalian semua.

Di samping itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari, apabila terdapat kesalahan, mohon dimaafkan. Penulis juga berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penelitian selanjutnya.

Pemalang, 18 Oktober 2021

Penulis,

  
**Tri Puji Astuti**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Pembatasan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian .....	10
F. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b> .....	<b>13</b>
A. Landasan Teori .....	13
B. Telaah Pustaka .....	44
C. Kerangka Berpikir .....	56
D. Hipotesis .....	59

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>61</b>
A. Jenis Penelitian .....	61
B. Pendekatan Penelitian .....	61
C. Setting Penelitian .....	61
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	62
E. Variabel Penelitian .....	63
F. Sumber Data .....	66
G. Teknik Pengumpulan Data .....	67
H. Instrumen Penelitian .....	68
I. Metode Analisis Data .....	69
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>76</b>
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	76
B. Deskripsi Responden Penelitian .....	80
C. Analisis Data .....	84
D. Pembahasan .....	103
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>108</b>
A. Kesimpulan .....	108
B. Implikasi Penelitian .....	110
C. Keterbatasan Penelitian .....	111
D. Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>122</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Š	s (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ص	Sy	Sy	es dan ye
ض	Sad	š	es (dengan titik di bawah)
ظ	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha'	Ha	Ha
ء	Hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh: نزل = *nazzala*

بيهن = *bihinna*

## 3. Vokal Pendek

*Fathah* (o`\_) ditulis a, *kasrah* (o\_) ditulis I, dan *dammah* (o \_) ditulis u.

## 4. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh : a. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.

b. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti: تفصيل, ditulis *tafsil*.

c. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *ususul*.

## 5. Vokal Rangkap

a. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*.

b. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*.

## 6. Ta' Marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.

b. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah*.

## 7. Hamzah

a. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.

- b. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof, (,) seperti شَيْءٌ ditulis *syai,un*.
- c. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti رَبَائِبٌ ditulis *raba'ib*.
- d. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambang apostrof (,) seperti تَأْخُذُونَ ditulis *ta'khuzuna*.

#### **8. Kata Sandang Alif + Lam**

- a. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti الْبَقْرَةَ ditulis *al-Baqarah*.
- b. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti dengan huruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النِّسَاءِ ditulis *an-Nisa'*.

#### **9. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat**

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذَوِي الْفُرُودِ ditulis *zawi al-furud* atau أَهْلُ السُّنَّةِ ditulis *ahlu as-sunnah*.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Pedagang di Pasar Comal, .....	
Tabel 2.1	Telaah Pustaka, .....	44
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel, .....	65
Tabel 4.1	Daftar Pedagang di Pasar Comal, .....	77
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden, .....	80
Tabel 4.3	Usia Responden, .....	80
Tabel 4.4	Pendidikan Responden, .....	81
Tabel 4.5	Jenis Usaha Responden, .....	82
Tabel 4.6	Alamat Responden,.....	83
Tabel 4.7	Lama Berdagang Responden, .....	83
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas <i>Service Motive</i> , .....	84
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Mekanisme Harga, .....	85
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Persaingan Usaha, .....	86
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Tingkat Religiusitas, .....	86
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Etika Bisnis Islam, .....	87
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Dengan Metode Alpha Cronchbach's, .	87
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Smirnov, .....	88
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolonieritas Metode VIF, .....	90
Tabel 4.16	Hasi Uji Heterokedasitas Metode Spearman's Rho, .....	91
Tabel 4.17	Uji Linearitas Variabel <i>Service Motive</i> , .....	92
Tabel 4.18	Uji Linearitas Variabel Mekanisme Harga, .....	93
Tabel 4.19	Uji Linearitas Variabel Persaingan Usaha, .....	93
Tabel 4.20	Uji Linearitas Variabel Tingkat Religiusitas, .....	94
Tabel 4.21	Hasil Uji Regresi Linear Berganda, .....	95
Tabel 4.22	Hasil Uji t, .....	97
Tabel 4.23	hasil Uji f, .....	101
Tabel 4.24	hasil Uji Koefisien Determinasi, .....	103

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Berpikir, .....	
Gambar 3.1 Kurva Uji Dua Pihak, .....	73
Gambar 3.2 Kurva Uji F, .....	74
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pasar Comal, .....	79
Gambar 4.2 Histogram Normalitas, .....	89
Gambar 4.3 Grafik <i>Normal Probaility Test</i> , .....	89
Gambar 4.4 Kurva Uji t Pada Pengujian Variabel <i>Service Motive</i> , .....	98
Gambar 4.5 Kurva Uji t Pada Pengujian Variabel Mekanisme Harga, .....	99
Gambar 4.6 Kurva Uji t Pada Pengujian Variabel Persaingan Usaha, .....	100
Gambar 4.7 Kurva Uji t Pada Pengujian Variabel Tingkat Religiusitas, .....	100
Gambar 4.8 Kurva Uji F, .....	102

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner, .....	xx
Lampiran 2	Hasil Jawaban Angket Responden, .....	xxiv
Lampiran 3	Identitas Responden, .....	xxxii
Lampiran 4	Output Analisis Deskriptif, .....	xxxvi
Lampiran 5	Output Uji Validitas, .....	xxxviii
Lampiran 6	Output Uji Reliabilitas, .....	xli
Lampiran 7	Output Uji Normalitas, .....	xlii
Lampiran 8	Output Uji Multikolonieritas, .....	xliv
Lampiran 9	Output Uji Heterokedastisitas, .....	xlv
Lampiran 10	Output Uji Linearitas, .....	xlvi
Lampiran 11	Output Uji Regresi Linear Berganda, .....	xlviii
Lampiran 12	Output Uji Hipotesis, .....	xlix
Lampiran 13	Output Uji Koefisien Determinasi, .....	1
Lampiran 14	Tabel F, .....	li
Lampiran 15	Tabel r, .....	liii
Lampiran 16	Tabel t, .....	lv
Lampiran 17	Surat Izin Penelitian, .....	lvii
Lampiran 18	Surat Keterangan Penelitian, .....	lviii
Lampiran 19	Dokumentasi, .....	lix
Lampiran 20	Daftar Riwayat Hidup, .....	lxi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Islam adalah agama yang menyeluruh. Nilai-nilai yang terdapat dalam Islam yang meliputi aspek individu maupun sosial termasuk ekonomi dan politik dapat diajarkan dimanapun dan kepada siapapun. Ekonomi Islam dianggap sebagai bagian dari salah satu ajaran hukum Islam, yang memiliki aturan fleksibel sehingga dapat membahas setiap perubahan, perkembangan ekonomi, dan bisnis manusia. Ekonomi membawa prinsip dasar kesederhanaan dan keseimbangan. Manusia khususnya umat muslim diatur untuk menyeimbangkan antara hak dan kewajibannya dalam dunia dan akhirat, serta individu dan masyarakat (Rozalinda, 2014). Penerapan prinsip keseimbangan ini juga diterapkan dalam aktivitas ekonomi, seperti bisnis. (Wijaya & Noor, 2014).

Kegiatan bisnis dianggap menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Bisnis merupakan kegiatan yang dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan dengan menggunakan aset atau modal tertentu. Dalam Islam, istilah bisnis sebenarnya sejenis dengan istilah bisnis secara umum, namun yang membedakannya adalah perlu mematuhi aturan yang tertulis di Al-Qur'an, sunah, ijma maupun qiyas (Juliyani, 2016). Islam mengklasifikasikan empat macam tujuan utama dalam berbisnis, yaitu: (1) untuk memperoleh sasaran hasil: keuntungan materi dan keuntungan non

materi; (2) perkembangan; (3) keberlangsungan; dan (4) keberkahan (Wijaya & Noor, 2014). Dalam pandangan Islam, bisnis dilakukan untuk dua tujuan, yaitu memperoleh keuntungan dalam dunia dan akhirat. (Martinelli, 2018).

Pada hakikatnya bisnis bukan hanya kegiatan yang dilaksanakan antar manusia dengan manusia saja namun juga dilaksanakan antar manusia dengan Allah SWT (Martinelli, 2018). Dalam Islam, bisnis dipahami sebagai kegiatan yang mempunyai banyak bentuknya bahkan harta kepemilikan (produk/jasa) tidak ditetapkan jumlahnya (kuantitas) termasuk keuntungannya, namun tetap dibatasi dalam cara memperoleh maupun pemanfaatan asetnya (Wijaya & Noor, 2014). Hal ini menjelaskan bahwa Islam menganjurkan setiap umat muslim untuk bekerja. Salah satunya adalah dengan berdagang.

Berdagang merupakan kegiatan ekonomi yang berbentuk jual beli kembali barang ataupun jasa. Islam menganggap berdagang sebagai pekerjaan yang positif dan baik untuk mencari rezeki. Kegiatan berdagang juga dilakukan oleh Rasulullah. Al-Qur'an memperingatkan kepada umat muslim untuk memperoleh kekayaan dengan cara yang halal dan tidak menyalahgunakan kekayaan tersebut. Seperti dalam Q.S Al-Baqarah ayat 275 bahwa "Allah telah menghalalkan perdagangan dan melarang perbuatan riba" (Hamzah & Hafied, 2014). Oleh karena itu, setiap pedagang muslim harus mengaplikasikan etika bisnis Islam dalam setiap praktiknya. Sebagaimana dengan pedagang yang ada di pasar tradisional. Pasar merupakan bertemunya penjual dan pembeli. Peran pasar bukan hanya

sebagai tempat untuk aktifitas jual beli saja tetapi juga dilihat dari aturan maupun norma dan masalah yang berhubungan di dalam pasar (Darwis, 2017). Adanya peran tersebut, pasar jadi peka terhadap penyimpangan-penyimpangan yang akan terjadi.

Tempat penelitian ini berada di Pasar Tradisional Comal yang terletak di Purwoharjo, Comal, Pemalang, Jawa Tengah. Pasar Comal didirikan pada tahun 1927 dengan luas  $\pm 46,957 \text{ m}^2$ . Letak Pasar Comal berada pada lokasi yang sangat strategis di tengah kecamatan yang banyak dilalui oleh kendaraan jurusan Kesesi dan Sragi Kabupaten Pekalongan dan didukung oleh keberadaan 4 kecamatan yang berdekatan dengan Pasar Comal yaitu, Kecamatan Bodeh, Ulujami, Comal dan Ampelgading. Pasar Comal ini mulai beroperasi pada pukul 06.00 WIB s.d 17.00 WIB setiap hari. Jenis komoditi yang diperdagangkan di Pasar Comal terdapat berbagai macam jenis, diantaranya jenis usaha yang menyediakan berbagai keperluan rumah tangga, buah-buahan, produk pertanian, produk perkebunan, produk peternakan dan perikanan, produk barang kelontong, produk home industri makanan kecil dan pedagang yang menjual produk sandang seperti pakaian dan jilbab. Ada juga jenis usaha lainnya seperti pedagang mebel, sepeda, dan barang elektronik.

Perkembangan pendapatan retribusi Pasar Comal dari tahun ke tahun selalu melampaui target yang ditetapkan. Kecuali pada tahun 2020 jumlah pendapatan retribusi pasar hanya terealisasi sebesar 80% dari target pendapatan retribusi karena adanya pandemi covid 19 yang menyebar.

Hingga tahun 2019 Pasar Comal memiliki jumlah pedagang yang cukup banyak, termasuk pedagang yang aktif maupun tidak aktif. Data keseluruhan pedagang yang ada di Pasar Comal, Pemalang adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Pedagang di Pasar Comal**

No	Jenis Pedagang	Jumlah Pedagang
1.	Pedagang Kios	367
2.	Pedagang Los	1734
3.	Pedagang Kaki Lima	42
4.	Pedagang Lapak	73
Jumlah		2216 Pedagang

Sumber: Daftar pedagang Pasar Comal tahun 2019

Melihat pada tabel di atas, didapati bahwa jumlah pedagang paling banyak yang ada di Pasar Comal adalah pedagang los dan pedagang kios. Pedagang kios adalah dimana pedagang tersebut berjualan dalam sebuah bangunan atau ruang seperti toko. Pedagang los merupakan pedagang dengan dasaran berbentuk tetap tanpa dinding, yang dibagi dalam petak-petak. Adapun pedagang lapak adalah pedagang yang hanya menggelar dagangannya dalam gelaran diatas lantai atau meja (Nurhayati, Rini, & Luthfi, 2017). Sedangkan pedagang kaki lima yaitu pedagang yang biasanya berjualan di area luar pasar dengan menggunakan gerobak.

Kebanyakan pedagang yang ada di Pasar Comal adalah beragama muslim. Sehingga sudah menjadi kewajiban setiap pedagang untuk selalu mengaplikasikan etika bisnis Islam di setiap transaksinya. Etika bisnis Islam adalah pelaksanaan suatu bisnis dengan menerapkan akhlak sesuai dengan syariah Islam, sehingga tidak perlu adanya ketakutan dalam melaksanakan

bisnisnya karena telah dipercayai sebagai hal yang baik dan benar. (Juliyani, 2016).

Banyaknya jumlah pedagang di Pasar Comal menjadikan persaingan terlihat cukup ketat. Persaingan usaha yang tidak sehat di antara pedagang merupakan salah satu contoh dari pelanggaran atau penyimpangan yang dilakukan pedagang dalam berbisnis. Bentuk penyimpangan lain yang sering dilakukan oleh pedagang adalah berperilaku tidak ramah kepada pelanggan dan terjadinya mekanisme penetapan harga yang tidak normal. Selain itu, adanya perbedaan harga antara pedagang satu dengan pedagang lainnya, berbohong atau mencurangi pelanggan mengenai kualitas barang dagangan, maupun minimnya pengetahuan mengenai ilmu keagamaan terutama dalam etika bisnis juga merupakan beberapa bentuk penyimpangan dalam berbisnis.

Pelanggaran atau penyimpangan yang dilakukan oleh seorang pebisnis atau pedagang tentu terdapat faktor yang melatarbelakanginya. Seperti, keinginan untuk memperoleh keuntungan yang banyak tanpa memikirkan dampak negatif yang akan terjadi, tidak ingin merasa kalah saing dengan kompetitor yang menjual produk yang sama, ingin menguasai pasar, kurangnya pengetahuan tentang etika dalam berbisnis maupun etika dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Dari beberapa hal yang melatarbelakangi tersebut bisa dijadikan sebagai penelitian dan menjadi referensi untuk melihat kondisi dan aktivitas etika bisnis Islam pedagang di pasar Comal Pematang.

Penelitian tentang etika bisnis Islam telah dibahas oleh beberapa peneliti. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya Penelitian yang dilakukan Nurmala Hayati dengan judul “*Pengaruh Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan, Persaingan Usaha, dan Pendidikan Agama Terhadap Pelaksanaan Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Pedagang Tradisional Kreo Tangerang*”. Penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa variabel tingkat pendidikan, persaingan usaha dan pendidikan agama berpengaruh signifikan sedangkan kondisi ekonomi tidak mempunyai pengaruh terhadap etika bisnis Islam pedagang. (Hayati, 2014).

Penelitian ini juga dilakukan oleh Hafiz Juliansyah dengan judul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*”. Hasil penelitian menyebutkan bahwa etika bisnis Islam pedagang dipengaruhi oleh dua faktor. Faktor pertama adalah variabel ihsan, keseimbangan, dan tanggung jawab sejumlah 47, 140%. Faktor kedua yaitu variabel kehendak bebas dan tauhid sejumlah 20,095%. Dari dua faktor tersebut faktor pertama merupakan yang berpengaruh paling dominan. (Juliansyah, 2011).

Penelitian selanjutnya oleh Merry Dahlina berjudul “*Analisis Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Induk Lambaro Aceh Besar*”. Penelitian tersebut memperoleh hasil dimensi keyakinan, praktik agama dan pengalaman dari variabel tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap etika bisnis Islam pedagang. (Dahlina, 2018).

Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Wiki Putri Yani yaitu “*Pengaruh Religiusitas dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Umum PAL V Muara Tembesi Kabupaten Batang Hari*”. Studi ini menggunakan religiusitas, tingkat pendidikan dan perilaku pedagang sebagai variabelnya. Hasil riset tersebut adalah bahwa variabel religiusitas dan tingkat pendidikan mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang di pasar. (Yani, 2020).

Dari penelitian yang disebutkan tersebut, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian namun sedikit berbeda dari riset atau penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini menggunakan variabel dari dimensi yang ada dalam lima aksioma etika bisnis Islam. Variabel terikat yang digunakan adalah etika bisnis Islam (Y), sedangkan variabel bebas yakni *service motive* ( $X_1$ ), mekanisme harga ( $X_2$ ), persaingan usaha ( $X_3$ ), dan tingkat religiusitas ( $X_4$ ). Variabel *service motive* termasuk dalam dimensi yang ada pada aksioma ihsan etika bisnis Islam. Mekanisme harga dan persaingan usaha dikategorikan dalam aksioma keseimbangan dan kehendak bebas. Sedangkan tingkat religiusitas termasuk dalam aksioma tauhid.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah disebutkan, terdapat dua variabel yang sudah pernah diteliti, namun tidak ada yang meneliti keempat variabel independen *service motive*, mekanisme harga, persaingan usaha dan tingkat religiusitas secara bersama-sama. Bahkan belum ada yang menggunakan *service motive* sebagai variabel independen dalam penelitian tentang etika bisnis Islam. Untuk mengetahui fakta seberapa

besar pengaruh dari *service motive*, mekanisme harga, persaingan usaha, dan tingkat religiusitas terhadap etika bisnis Islam pedagang. Dimana peneliti memutuskan untuk memilih pedagang di pasar Comal Pemalang yang beragama muslim sebagai objek penelitian.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis berkeinginan untuk melakukan studi tentang “**Pengaruh *Service Motive*, Mekanisme Harga, Persaingan Usaha, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Islam Pedagang (Studi Kasus Pada Pedagang di Pasar Comal Pemalang)**”.

Dengan melakukan penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi banyak pihak. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan, masukan serta gambaran baik bagi entitas bisnis, lembaga pendidikan maupun masyarakat mengenai tentang pentingnya *service motive*, mekanisme harga, persaingan usaha, dan tingkat religiusitas dalam menjalankan etika bisnis Islam yang baik dan benar yang dapat membawa dampak positif dan sebagai bahan pertimbangan dalam hal perbaikan kemajuan kedepannya.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *service motive* berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pemalang?
2. Apakah mekanisme harga berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pemalang?

3. Apakah persaingan usaha berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pematang?
4. Apakah tingkat religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pematang?
5. Apakah *service motive*, mekanisme harga, persaingan usaha, dan tingkat religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pematang?

### **C. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah digunakan untuk menjauhi terjadinya peluasan penelitian dan agar penelitian yang dilakukan dapat teratur. Pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh *service motive*, mekanisme harga, persaingan usaha, dan tingkat religiusitas terhadap etika bisnis Islam pada pedagang di pasar Comal Pematang. Kriteria objek penelitian ini yaitu para pedagang yang merupakan golongan pedagang yang mempunyai kios dan beragama Islam.

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah *service motive* berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pematang.
2. Untuk mengetahui apakah mekanisme harga berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pematang.
3. Untuk mengetahui apakah persaingan usaha berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pematang.

4. Untuk mengetahui apakah tingkat religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pematang.
5. Untuk mengetahui apakah *service motive*, mekanisme harga, persaingan usaha dan tingkat religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pematang.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan dapat menjadi wawasan baru bagi pembaca yang ingin memahami lebih jauh tentang faktor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam para pedagang khususnya pada pedagang di Pasar Comal, Pematang.
- b. Penelitian ini bisa menjadi acuan atau riset yang terkait dengan etika bisnis Islam.

##### 2. Manfaat praktis

###### a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang membawa manfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang *service motive*, mekanisme harga, persaingan usaha, tingkat religiusitas dan etika bisnis Islam.

###### b. Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pemahaman oleh para pedagang muslim di Pasar Comal Pematang mengenai pengetahuan

atau wawasan tentang pelaksanaan etika bisnis Islam yang bisa membawa keuntungan bagi kegiatan perdagangan mereka.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Dalam sebuah penelitian harus menghasilkan pembahasan yang sistematis. Oleh karena itu, penulis harus menyusun sistematika yang baik dan rapih agar hasil yang diperoleh gampang dipahami. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

##### **BAB II. KERANGKA TEORI**

Bab ini berisi penjelasan tentang landasan teori penelitian yang dibahas, telaah pustaka, kerangka berpikir, dan hipotesis.

##### **BAB III. METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan mulai dari jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber dan data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

##### **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi penjelasan dari hasil penelitian. Hasil dan pembahasan yang diuraikan meliputi gambaran umum tempat penelitian, hasil deskripsi responden penelitian, hasil pengujian analisis data, dan pembahasan.

## BAB V. PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan, implikasi dan keterbatasan penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh secara parsial antara variabel *service motive* terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pematang dengan perbandingan nilai t hitung sejumlah 2,162, nilai signifikan sejumlah 0,034 dan nilai t tabel 1,6654 hal ini berarti t hitung (2,162) > t tabel (1,6654) atau nilai signifikan (0,034) < 0,05. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel *service motive* (X1) signifikan terhadap etika bisnis Islam (Y) pedagang di pasar Comal Pematang.
2. Tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel mekanisme harga terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pematang dengan perbandingan nilai t hitung sebesar 1,136, nilai signifikan sebesar 0,259 dan nilai t tabel 1,6654 hal ini berarti t hitung (1,136) < t tabel (1,6654) atau nilai signifikan (0,259) > 0,05. Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga mekanisme harga tidak berpengaruh signifikan terhadap etika bisnis Islam pedagang di pasar Comal Pematang.
3. Tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel persaingan usaha terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pematang dengan

perbandingan nilai  $t$  hitung sejumlah  $-0,459$ , nilai signifikan sejumlah  $0,622$  dan nilai  $t$  tabel  $1,6654$  hal ini berarti  $t$  hitung  $(-0,459) < t$  tabel  $(1,6654)$  atau nilai signifikan  $(0,622) > 0,05$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel persaingan usaha terhadap etika bisnis Islam pedagang di pasar Comal Pematang.

4. Terdapat pengaruh secara parsial antara tingkat religiusitas terhadap etika bisnis Islam pedagang di Pasar Comal Pematang dengan perbandingan nilai  $t$  hitung sejumlah  $4,045$ , nilai signifikan sejumlah  $0,000$  dan nilai  $t$  tabel  $1,6654$  hal ini berarti  $t$  hitung  $(4,045) > t$  tabel  $(1,6654)$  atau nilai signifikan  $(0,000) < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga variabel tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap etika bisnis Islam pedagang di pasar Comal Pematang.
5. Secara simultan semua variabel independen (*service motive*, mekanisme harga, persaingan usaha, tingkat religiusitas), secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (etika bisnis Islam) dibuktikan dengan nilai  $F$  hitung sejumlah  $12,026$  dan nilai signifikan  $0,000$ . Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $F$  hitung  $(12,026) > F$  tabel  $(2,49)$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga variabel *service motive* ( $X_1$ ), mekanisme harga ( $X_2$ ), persaingan usaha ( $X_3$ ), dan tingkat religiusitas ( $X_4$ ) berpengaruh secara simultan terhadap etika bisnis Islam ( $Y$ ). Besarnya pengaruh ini juga

ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,362 yang menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel dependen sejumlah 36% dan sisanya 64% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## **B. Implikasi Penelitian**

Melihat dari hasil penelitian maka bisa diuraikan implikasi teoritis dan praktis dalam penelitian ini:

### 1. Implikasi Teoritis

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *service motive* berpengaruh terhadap etika bisnis Islam. Hal ini mengandung implikasi agar setiap pedagang perlu menerapkan dan memperhatikan segala pelayanan yang diberikan agar dapat meningkatkan perilaku etika bisnis Islam sehingga dapat meninggalkan kesan yang baik kepada pembelinya.
- b. Dalam penelitian ini mekanisme harga tidak berpengaruh terhadap etika bisnis Islam. Artinya masih banyak pedagang yang belum menetapkan harga sesuai dengan mekanisme pasarnya. Oleh karena itu para pedagang perlu lebih memperhatikan ketika dalam menetapkan suatu harga.
- c. Hasil penelitian diperoleh bahwa persaingan usaha tidak berpengaruh terhadap etika bisnis Islam. Hal ini mengandung implikasi agar setiap pedagang perlu mengetahui dan lebih memperhatikan bahwa

dalam melakukan persaingan harus dengan cara yang sehat hal ini untuk menghindari keadaan yang bisa merugikan pihak lain.

- d. Hasil penelitian ini menghasilkan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh terhadap etika bisnis Islam. Implikasi dalam hal ini adalah agar setiap pedagang perlu selalu menerapkan aspek religiusitas dalam kehidupannya termasuk dalam kegiatan berdagang. Sehingga dalam setiap aktivitas bisnisnya, pedagang tidak akan melakukan penyimpangan dari segala aturannya.

## 2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini untuk dijadikan masukan bagi para pedagang. Membenahi diri dan mengetahui bagaimana cara berdagang yang baik dan tidak melakukan penyimpangan yang dapat merugikan pihak lain. Khususnya bagi para pedagang muslim agar bisa mengaplikasikan prinsip etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam.

## C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian terdapat beberapa hal yang menjadi keterbatasan yang bisa dijadikan acuan oleh peneliti selanjutnya yaitu:

1. Studi tentang penelitian ini hanya terbatas pada pedagang yang memiliki kriteria berjualan menggunakan kios dan tidak mengambil semua populasi pedagang di Pasar Comal yang meliputi pedagang los, pedagang lapak dan pedagang kaki lima karena banyaknya jumlah pedagang di Pasar Comal.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Etika Bisnis Islam dalam penelitian ini hanya terdiri dari empat variabel, yaitu *service motive*, mekanisme harga, persaingan usaha, dan tingkat religiusitas. Sedangkan masih banyak terdapat faktor lainnya yang bisa mempengaruhi Etika Bisnis Islam
3. Terdapat keterbatasan dalam penggunaan kuesioner yaitu responden seringkali memberikan jawaban yang tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
4. Keterbatasan waktu, tempat, biaya, dan sampel yang diambil dalam penyusunan skripsi.

#### **D. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan, sehingga masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki. Maka saran yang bisa diberikan:

1. Bagi pemuka agama (ustadz), diharapkan untuk bisa memberikan arahan atau motivasi maupun wawasan tentang bagaimana cara berdagang yang baik sesuai syariat Islam kepada para pedagang muslim.
2. Bagi pemerintah, diharapkan untuk lebih memperhatikan lagi pedagang-pedagang seperti dengan melakukan pelatihan-pelatihan sehingga para pedagang semakin maju dan mengerti bagaimana pelaksanaan sistem jual-beli yang baik sehingga tidak terjadi perilaku yang menyimpang dari aturan yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, R., Musa, A., & Ibrahim, A. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Banda Aceh. *Journal of Sharia Economics*, (1) 1, 1-21.
- Amalia, E. (2013). Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, (5) 1.
- Ancok, Djameludin dan Fuad Nasori Suroso. (2013). *Psikologi Islam: Slpusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anindya, D. A. (2017). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua kecamatan Delitua. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, (2) 2, 389-412.
- Arwani, A. (2013, June). Peran Spiritualitas dan Religiusitas bagi Guru dalam Lembaga Pendidikan. In *Forum Tarbiyah*.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Iman: Jurnal Ilmu Manajemen*, (4) 1.
- Budi, Iman Setya. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Etos Kerja Pedagang Banjar di Pasar Sudirmampir Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*, (5) 2, 102-110.
- Budiaji, Weksi. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, (2) 2, 127-133.
- Dahlina, Merry. (2018). Analisis Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Induk Lambaro Aceh Besar. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Banda Aceh.
- Dewi, Maharani. (2020). Pengaruh Persaingan Usaha Terhadap Perilaku Pedagang Pakaian Jadidi Pasar Sentral Kabupatensinjai. *Doctoral Dissertation*, Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai. Sinjai.

- Farida, Ulfa Jamilatul. (2012). Telaah Kritis Pemikiran Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Pasar Dalam Konteks Ekonomi Islam Kekinian. *La\_Riba: Jurnal Ekonomi Islam*, (6) 2, 257-270.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Muhammad Ali. (2015). *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Hadi, Nur. (2019). Iman dan Ihsan dalam Kitab Matan Arba'inn An-Nawawi: Studi Materi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam dalam Perspektif Hadis Nabi SAW. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*.
- Hamzah, Yaksan dan Hamzah Hafied. (2014). *Etika Bisnis Islami*. Makassar: Kretakupa Print.
- Hardiyanti, Puput Tri, and Nanang Nuryanta. (2016). Pengaruh religiusitas lingkungan sekolah terhadap konsep diri siswa-siswi di MAN Pakem Sleman. *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam*, (13) 2, 85-101.
- Hayati, Nurmala. (2014). Pengaruh Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan, Persaingan Usaha, dan Pendidikan Agama Terhadap Pelaksanaan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Tradisional Kreo Tangerang. *Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Hidayatullah, Indra. (2018). Pandangan Ibnu Khaldun dan Adam Smith Tentang Mekanisme Pasar. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, (7) 1, 117-145.
- Husna, Asmaul dan Budi Suryana. (2017). *Metodologi Penelitian dan Statistik*. (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia: Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan Badan Pengembangan dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kesehatan Edisi Tahun.
- Januari, Yadi. (2016). *Pemikiran Ekonomi Islam*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Juliansyah, Hafiz. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat. *Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.

- Juliyani, Erly. (2016). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, (7) 1, 63-74.
- Kurniawan, Asep. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Latif, Abdul. (2017). Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam. *Islamic Economic Journal*.
- Lubis, Akrim Ashal. (2018). Analisis Aspek Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Pasar Muslim Pusat Pasar Kota Medan. *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-undangan dan Pranata Sosial*, (7) 1.
- Marbun, B.N. (2003). *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Marista, Dina. (2018). Analisis Persaingan Usaha di Pasa Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islami. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan. Lampung.
- Martinelli, Ida. (2018). Menelisik Dimensi Etika Dalam Kegiatan Ekonomi Menurut Perspektif Islam. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, (4) 1.
- Matondang, Zulkifli. (2009). Validitas dan Reliabilitas suatu instrumen penelitian. *Jurnal Tabularasa*, (6) 1, 87-97.
- Muslimin, Zainab Supriadi dan Wardah Jafar. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Journal of Islamic Economics*.
- Nasrullah, Muhammad. (2015). Islamic Branding, Religiusitas dan keputusan konsumen terhadap produk. *Jurnal Hukum Islam*, (13) 2, 79-87.
- Nurhayati, Sulisty Rini Hartati dan Asma Luthfi. (2017). “Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Johar Semarang Dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha Pasca Kebakaran Tahun 2015”. (2017).
- Pertaminawati, Hendra. (2016). Analisis pemikiran Ibnu Khaldun tentang mekanisme pasar dan penetapan harga dalam perekonomian Islam. *Kordinat: Jurnal Komunikasi antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, (15) 2, 195-216.

- Pratomo, Kendro, and Trisna Taufik. (2018). Mekanisme Pasar dan Penetapan Harga dalam Perekonomian Islam (Studi Analisis Pemikiran Ibn Taimiyah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, (4) 03, 213-216.
- Pradipta, M. I. M. (2018). Mekanisme Penentuan Harga Produk Waroeng Spesial Sambal (Ss) Yogyakarta Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Priyono Dan Zainuddin Ismail. (2012). *Teori Ekonomi*. Surabaya: Dharma Ilmu.
- Purwanti, Rinda Febri. (2021). Dimensi Religiusitas Dalam Pendidikan Agama Islam Siswa Tunagrahita Ringan di SMPLB PGRI Kawedanan Magetan. *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Ponorogo.
- R, Darwis. (2017). Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam. *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, (12) 1.
- Ridha, Nikmatur. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, (14) 1.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saiman, Leonardus. (2012). *Kewirausahaan Teori, Praktik dan Kasus-Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Salim, A. (2018). Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas di Kota Palembang. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, (4) 1, 57-74.
- Semaun, S., & Darwis, D. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Di Matahari Department Store Makassar (Analisis Etika Bisnis Islam). *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, (4) 01, 1-15.
- Setiawan, Sobur (Ed.). (2019). *Analisis Korelasi dan Regresi Linier Sederhana*. Qatar: PPNI.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D Cetakan ke-19*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, Didi, Slamet Firdaus, dan Ima Sri Fatmawati. (2020). Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Industri Tape Ketan Cibeureum. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 187-199.
- Sulistiyani, Diah. (2015). Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas terhadap Perilaku Pedagang Muslim. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Semarang.
- Syahrizali Ahmad. (2018). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Aktualita* 9, Edisi 1.
- Tarigan, Azhari Akmal. (2016). *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. FEBI Pers.
- Taswiyah, T., & Najmudin, N. (2017). Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional (Studi Empiris Pada Masyarakat Pasar Tradisional Di Kota Serang Provinsi Banten). *Al Qalam*, (34) 2, 313-336.
- Tiakoly, K., Wahab, A., & Syaharuddin, S. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Sembako Di Pasar Tradisional Gamalama Kota Ternate. *Jurnal Iqtisaduna*, (5) 1, 102-123.
- Watie, L., Mintarti, S., & Nadir, M. (2019). Pengaruh pemahaman etika bisnis islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang muslim di pasar segiri grosir samarinda. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM)*, (3) 4.
- Wijaya, Yahya dan Nina Mariani Noor (Ed.). (2014). *Etika Ekonomi dan Bisnis Perspektif Agama-Agama di Indonesia*. Geneva: Globethics.net.
- Yani, Wiki Putri. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Umum PAL V Muara Tembesi Kabupaten Batang Hari. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sultham Thaha Saifudin. Jambi.
- Yusup, Febrinawati. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, (7) 1.