PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN, KONDISI EKONOMI, PERSAINGAN USAHA, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PEDAGANG SEMBAKO PASAR WIRADESA KABUPATEN PEKALONGAN)

SKRIPSI

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

Oleh :

AMALIYAH

NIM : 2013116060

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN 2021

PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN, KONDISI EKONOMI, PERSAINGAN USAHA, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PEDAGANG SEMBAKO PASAR WIRADESA KABUPATEN PEKALONGAN)

SKRIPSI

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

Oleh :

AMALIYAH

NIM : 2013116060

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN 2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIHAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Amaliyah

Nim : 2013116060

Judul Skripsi : **Pengaruh Tingkat Pemahaman, Kondisi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Religiusitas Terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sembako Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan)**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 20 Oktober 2021

Yang Menyatakan

AMALIYAH

NIM. 2013116060

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Nasrullah,S.E., M.SI.
JL. KH. Hasyim Asyari No. 22 Kemplong Wiradesa

Lamp : 2 (Dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi An.Sdri. Amaliyah

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya sampaikan naskah skripsi saudari:

Nama : AMALIYAH

NIM : 2013116060

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Tingkat Pemahaman, Kondisi Ekonomi, Persaingan Usaha Dan Religiusitas Terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sembako Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan)**

Dengan ini agar skripsi saudari tersebut dapat segera di munaqosahkan.

Demikian nota pembimbing dibuat untuk segera digunakan sebagai mana semestinya. Atas perhatianya saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pekalongan, 19 Oktober 2021

Muhammad Nasrullah, S.E., M.SI.
NIP. 198011282006041003

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN)PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.Pahlawan, Rowolaku, Kajen Telepon 085728204134, Faksimili (0285) 423418
Website: febi.iainpekalongan.ac.id E-mail: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IslamInstitut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i :

Nama : **AMALIYAH**

NIM :**2013116060**

Judul :**PENGARUH TNGKAT PEMAHAMAN, KONDISI EKONOMI, PERSAINGAN USAHA, RELIGIUSITAS, TERHADAP PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PEDAGANG SEMBAKO PASAR WIRADESA KABUPATEN PEKALONGAN)**

Yang telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 27 Oktober 2021 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Agus Arwani, M.Ag
NIP. 197608072014121002

Penguji II

Dr. Hendri Hermawan A, S.E.I., M.S.I
NIP. 198703112019081001

Pekalongan, 27 Oktober2021

Mengesahkan oleh Dekan,

Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 197502201999032001

ABSTRAK

AMALIYAH. Pengaruh Tingkat Pemahaman, Kondisi Ekonomi, Persaingan Usaha Dan Religiusitas Terhadap Penerapan Etik Bisnis Islam(Studi Kasus Pedagang Sembako Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan).

Etika bisnis Islam adalah kebiasaan atau bdaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan. Karena pentingnya etika bisnis islam sebab bisnis tanpa etika dampaknya kerugian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat pemahaman, kondisi ekonomi, persaingan usaha dan religiusita terhadap penerapan etika bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakana metode *file reseacrh* dengan pendeatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini mengacu pada pedagang sembako yang ada di pasar Wiradesa. Dan sempel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sempel sebanyak 54 pedagang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunkan metode analisis data uji Regresi Linier Berganda dengan bantuan SPSS versi 24.

Berdasarkan hasil penelitian ini dengan analisis regresi linier berganda yang di lakukan, hasilnya tingkat pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan etika bisnis islam. Kondisi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan etika bisnis Islam. Persaingan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan etika bisnis Islam. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan etika bisnis Islam. Secara simultan atau bersama-sama variabel tingkat pemahaman, kondisi ekonomi, persaingan usaha dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap penerapan etika bisnis Islam pedagang sembako di pasar Wiradesa kabupaten Pekalongan

Kata kunci: Tingkat pemahaman, kondisi ekonomi, persaingan usah, religiusitas dan penerapan etika bisnis Islam

ABSTRACT

AMALIYAH. The Influence of Level of Understanding, Economic Conditions, Business Competition and Religiosity on the Application of Islamic Business Ethics (Case Study of Sembako Traders at Wiradesa Market, Pekalongan Regency).

Islamic business ethics are habits or moral culture related to the business activities of a company. Because of the importance of Islamic business ethics because business without ethics results in losses. This study aims to determine the effect of the level of understanding, economic conditions, business competition and religiosity on the application of Islamic business ethics.

This study uses the file research method with a quantitative approach. The population in this study refers to the basic food traders in the Wiradesa market. And the sample used purposive sampling method with a total sample of 54 traders. Data collection techniques using a questionnaire. This study uses the Multiple Linear Regression test data analysis method with the help of SPSS version 24.

Based on the results of this study using multiple linear regression analysis, the results showed that the level of understanding had a positive and significant effect on the application of Islamic business ethics. Economic conditions have a positive and significant impact on the application of Islamic business ethics. Business competition has a positive and significant effect on the application of Islamic business ethics. Religiosity has a positive and significant effect on the application of Islamic business ethics. Simultaneously or together the variables of the level of understanding, economic conditions, business competition and religiosity have a significant effect on the application of Islamic business ethics for food traders in the Wiradesa market, Pekalongan district.

Keywords: Level of understanding, economic conditions, business competition, religiosity and application of Islamic business ethics

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Tingkat Pemahaman, Kondisi Ekonomi, Persaingan Usaha dan Religiusitas terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam". 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. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak, dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

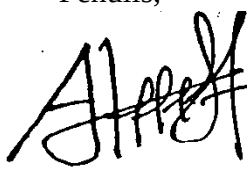
1. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI IAIN Pekalongan.
2. Bapak Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Happy Sista Devi, M.M Selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Pekalongan
5. Bapak Muhammad Nasrullah, S.E., M.SI. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak. Ahmad Sukron M.E.I selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).

7. Seluruh dosen khususnya dosen Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan di IAIN Pekalongan.
8. Seluru Pedagang Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan khususnya Pedanggang Sembako yang sudah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Keluarga tercinta, Kedua orang tua, kakak, adik dan keluarga besar yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
10. Sahabat dan kawan-kawan Ekonomi Syariah 2016 yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi yang tidak dapat penelitian sebutkan satu persatu.

Skripsi ini merupakan sebuah simbol ketekunan dan keberhasilan tersendiri bagi penulis. Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah memberikan sumbangsih dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Pekalongan, 20 Oktober 2021

Penulis,



AMALIYAH
NIM. 2013116060

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN SKRIPSI iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
TRANSLITERASI xi
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvii
DAFTAR LAMPIRAN xviii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 10
C. Batasan Penelitian 10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 11
E. Manfaat Penelitian 12
F. Sistem Pembahasan 13
BAB II LANDASAN TEORI 15
A. Landasan Teori 15
1. Pasar 15
2. Penerapan Etika Bisnis Islam 17
3. Tingkat Pemahaman 21
4. Kondisi Ekonomi 24
5. Persaingan Usaha 26
6. Religiusitas 27
B. Telaah Pustaka 30
C. Kerangka Berpikir 38
D. Hipotesis 39

E. Hubungan Antar Variabel....41
BAB III METODE PENELITIAN 43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 43
B. Setting Penelitian....43
C. Variabel Penelitian 44
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sempel....45
E. Sumber Data....48
F. Teknik Pengumpulan Data Penelitian 48
G. Metode Analisis Data....50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.... 59
A. Deskripsi Data....59
B. Analisis Data 64
BAB V PENUTUP 90
A. Simpulan....90
B. Keterbatasan Penelitian....91
C. Saran 92
DAFTAR PUSTAKA....94
LAMPIRAN
1. Lampiran 1 I
2. Lampiran 2 V
3. Lampiran 3 VII
4. Lampiran 4 XV
5. Lampiran 5 XIX
6. Lampiran 6 XXI
7. Lampiran 7 XXIII

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

   Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

   Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

HurufArab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	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	Zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	Koma terbalik (di atas)
غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokaltunggal	Vokalrangkap	Vokalpanjang
أ= a		أ= ā
أ= i	أ ي= ai	إي= ī
أ= u	أو= au	أو= ū

3. *Ta Marbutah*

Ta marbutah hidup dilambangakan dengan /t/

Contoh :

مر أة جميلة ditulis *mar’atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فا طمة ditulis *fātimah*

4. *Syaddad* (*tasydid,* geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ر بنا	ditulis	*rabbanā*
البر	ditulis	*al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	*asy-syamsu*
الر جل	ditulis	*ar-rojulu*
السيد ة	ditulis	*as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	*al-qamar*
البد يع	ditulis	*al-badi’*
الجلا ل	ditulis	*al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.

Contoh:

أ مرت	ditulis	*umirtu*
شيء	ditulis	*syai'un*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pasar di Kabupaten Pekalongan Tahun 2021, 1

Tabel 1.2 Jumlah Pedagang Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan, 2

Tabel 1.3 Jumlah Pedagang Pasar Wiradesa, 2

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu, 31

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian, 45

Tabel 3.2 Data Pedagang Sembako Pasar Wiradesa, 46

Tabel 3.3 Penilaian Skala Likert, 49

Tabel 4.1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 60

Tabel 4.2 Presentase Responden Berdasarkan Usia, 61

Tabel 4.3 Presentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir, 61

Tabel 4.4 Presentase Responden Berdasarkan Lama Usaha, 62

Tabel 4.5 Presentase Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan, 63

Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif. 64

Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Penelitian, 66

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian, 67

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas, 69

Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas, 71

Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas, 71

Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas, 72

Tabel 4.13 Hasil Uji Liniearitas, 72

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas, 73

Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas, 74

Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda, 77

Tabel 4.17 Hasil Uji t, 80

Tabel 4.18 Hasil Uji F, 82

Tabel 4.19 Hasil Uji R^2, 83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir, 38

Gambar 4.1 Uji P.Plot, 70

Gambar 4.2 Uji Grafik Scatterplot, 76

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kabupaten Pekalongan sebagai salah satu daerah di Provinsi Jawa Tengah, terletak di sepanjang pantai utara laut jawa, memanjang ke selatan berbatasan dengan wilayah Eks Karesidenan Banyumas. Sebelah timur berbatasan Batang dan Kota Pekalongan serta sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Pemalang dengan Kabupaten Pemalang. Laju pertumbuhan PBRB Kabupaten Pekalongan tahun 2020 mencapai minus 1,89 persen hal ini karena dampak dari pandemi covid-19. Di perkembangan Produk Domestik Bruto kabupaten pekalongan juga mengalami peningkatan terutama di bidang perdagangan besar, ecer, reparasi mobil sejak tahun 2017-2019 dari 2,636,675,00-3,086,285,19 akan tetapi mengalami sedikit penurunan di tahun 2020 dengan jumlah sebesar 3,059,501,22 (BPS. 2020)

Tabel 1.1 Jumlah pasar di kabupaten pekalongan Tahun 2021

Kecamatan	Toko	Kios	Los
Doro	25	125	725
Karangayar	0	110	441
Kadangserang	0	0	0
Kajen	254	170	888
Ksesi	0	95	935
Sragi	70	70	712
Paninggaran	0	0	0
Siwalang	0	0	0
Bojong	0	62	655
Wonopringgo	0	75	502
Kedungwuni	18	169	700
Karangdadap	0	0	0
Petungkriyono	0	0	0
Talun	0	0	0
Buaran	0	22	112
Wonokerto	0	0	0
Tirto	0	2	9
Wiradesa	46	212	**1124**

Sumber: BPS Kabupaten Pekalongan,2021

Dari tabel diatas adalah jumlah pedagang pasar umum di dalam dan di lauar pasar Kabupaten Pekalongan pada tahun 2020, dimana pasar Wiradesa mempunyai pedagang yang paling terbanyak di pengaruhi faktor oleh pasar Wiradesa yang mempunyai letak pasar yang dekat dengan pantura dan letaknya yang strategis mudah dijangkau dari manapun, dan juga pasar Wiradesa yang berdekatan dengan Kota Pekaongan membuat pedagang pasar Wiradesa tidak hanya penduduk kabupaten saja ada juga yang dari Pekalongan.

Tabel 1.2 Jumlah Pedagang Pasar Wiradesa dari tahun 2018-2020

Fasilitas	**2018**	**2019**	**2020**
Toko	46	46	46
Kios	265	265	212
Los	1059	1107	1124
Jumlah	1370	1418	1382

Sumber: BPS Kabupaten Pekalongan, 2020

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pasar Wiradesa dalam waktu tiga tahu yang lalu sempat mengalami penutunan jumlah pedagang, akan tetapi di tahun 2020 mengalami kenaikan jumlah pedagang yang tercatat resmi. Dari total jumlah pedagang pada tahun 2020, akan meingkatkan persaingan yang semakin maju.

Tabel 1.3 Jumlah pedagang di Pasar Wiradesa

No	Jenis Pedagang	Fasilitas			Jumlah
		Ruko	Kios	Loos	
1	2	3	4	5	6
1	Aksesoris/ perhiasan	2	1	3	6
2	Alat tulis	2	0	0	2
3	Ayam potong & daging	0	2	65	67
4	Bakso/ Soto/ Warung Makan	1	14	38	53
5	Sembako	1	48	68	117
6	Perbankan & Simpan Pinjam	4	6	0	10
7	Brabadan	0	2	33	35
8	Buah pisang	0	10	56	66
9	Bumbon	0	14	151	165
10	Canting	0	0	1	1

11	Elektronik dan studio	4	1	0	5
12	Empon-empon/ Jamu	0	1	12	13
13	Plastik/ es batu/ es buah	0	5	8	13
14	Gerabah	0	0	12	12
15	Gilingan daging	0	10	6	16
16	Ikan kering/ basah	0	0	46	46
17	Kue basah dan makanan kecil	4	3	89	96
18	Kelontong	1	25	21	47
19	Kelapa	0	0	10	10
20	Kembang	0	0	3	3
21	Kerupuk	0	0	22	22
22	Kayu	0	4	0	4
23	Kopi dan biji-bijian	0	0	10	10
24	Lontong dan tape	0	0	4	4
25	Mebel	4	2	0	6
26	Mie basah / sosis	0	0	8	8
27	Pakaian jadi / penjahit/ kain tekstil	13	16	232	261
28	Pakanburung / Ternak	1	1	0	2
29	Perabotan	2	12	31	45
30	Pupuk / alat pertanian	0	1	1	2
31	Salon	1	1	0	2
32	Sayuran	0	23	86	109
33	Sepatu sandal	1	3	26	30
34	Spare park montor	2	0	0	2
35	Telor	0	2	19	21
36	Tahu	0	0	19	19
37	Taoge	0	0	12	12
38	Tempe / Bongkrek	0	0	25	25
39	Towel	0	0	4	4
40	Titipan sepeda	0	5	0	5
41	Material	3	0	0	3
42	Lain-lain	0	0	3	3
	TOTAL	**46**	**212**	**1124**	**1382**

Sumber : UPT Pasar Wiradesa, 2021

Dari tabel diatas dapat dijelaskan Unit pasar Wiradesa berlokasi di Jl. A. Yani. Pasar Wiradesa seperti yang dicatat oleh koperasi pedagang industri dan UMKM, Pekalongan Pasar Wiradesa yang pengalami perkembangan dengan meningkatnya jumlah pedagang. Menurut catatan Disperindag Koperasi dan UMKM Kabupaten Pekalongan tahun 2012, Pasar Wiradesa memiliki 46 ruko, 265 kios, 1059 los dengan total 1370 pedagang. Untuk tahun 2020 yang tercatat resmi di pengelolah Pasar Wiradesa terdapat pedagang dengan jumlah 46 toko, 212 kios, 1,124, los

total 1,382 pedagang yang beroperasi. Pengelola pasar berjumlah 24 orang. Dan juga mengalami peningkatan di pengelolanya sendiri dimana pada tahun 2012 terdapat 18 pengelola pasar, pada tahun 2020 terdapat 24 pengelolah. Dan untuk saat ini Pasar Wiradesa akan di bagung kembali dengan konsep yang sudah baik agar para pedagang bisa tertata dengan baik.

Pada dasarnya, sistem ekonomi islam didasarkan pada mekanisme pasar bebas, dimana individu bebas untuk menukar barang atau jasa. Sistem ekonomi Islam menempatkan kebebasan tinggi dalam kegiatan ekonomi, tetapi kebebasan tidak pernah bisa menjadi kebebasan mutlak yang diterima oleh kapitalisme. Tetapi kebebasan diatur oleh aturan. Dan tidak akan melakukan kegiatan ekonomi yang bertentangan dengan hukum syariah dan akan selalu melakukan kegiatan yang bermanfaat tanpa merugikan pihak-pihak yang bertransaksi. (Rivai, 2017)

Perekonomian terbuka dewasa ini tidak hanya dapat memberikan dampak positif bagi dunia usaha, tetapi juga dapat berdampak negatif. Dampak negatif tersebut datang dalam berbagai bentuk berupa ancaman dan dampak negatif bagi para pedagang, khususnya para pedagang tradisional yang tidak mau menghadapi persaingan global dalam berbagai hal, termasuk kualitas etos kerjanya. Tujuannya adalah untuk memenangkan persaingan dengan keuntungan tertinggi. Ini memberi pengusaha kebebasan untuk melakukan apa yang mereka inginkan. (Djafar, 2009).

Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan bisnis membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun harizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem islam. Religiusitasnya, para pelaku seharusnya memberi dampak baik terhadap etika dalam berbisnis. Dalam faktor-faktor etika bisnis Islam ada lima faktor yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel tingkat pemahaman, dimana variabel tingkat pemahaman termasuk faktor etika bisnis islam dalam tanggung jawab. Untuk variabel kondisi ekonomi termasuk kedalam faktor etika bisnis islam kehendak bebas. Variabel religiusitas masuk kedalam faktor etika bisnis islam tauhid dimana berurusan dengan sang pencipta. Dan untuk persaingan usaha masuk kedalam kehendak bebas dimana manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan mnepatinya ataupun mengingatnya.

Sudirman mendefinisikan pemahaman sebagai kemampuan seseorang untuk menafsirkan, menafsirkan, menerjemahkan atau mengungkapkan dengan caranya sendiri pengetahuan yang telah diperolehnya. Memahami adalah memahami pengetahuan atau teori. (KBBI,1994) Maksud dari pemahaman dalam penelitian ini adalah pemahaman pedagang mengenai etika dalam berbisnis yang dilakukan disaat berdagang baik penerapan pada sesama penjual atau pembeli sesuai pandangan Islam. Dalam penelitiannya tesis yang dilakukan oleh Elfina Yanti dengan judul “pengaruh pemahaman nilai-nilai syariah terhadap perilaku bisnis pedagang minang pada pasar Aur

Kuning Bukit Tinggi" yang bertujuan untuk mengatahui bagaimana pengaruh nilai-nilai syariah yang dimiliki pedagang terhdap perilaku bisnis mereka. Hasilnya, terdapat pengaruh yang posistif antara pemahaman nilai-nilai syariah dengan perilaku bisnis pedagang minang. Dalam penelitiannya Lidya Witie, dkk menyatakan variabel pemahaman berpengaruh secara posistif terhadap perilaku pedagang muslim dalam penelitiannya.

Kondisi sosial ekonomi adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat, meliputi sandang, pangan, tingkat pendapatan, dan mata pencaharian., dan lain-lain. Kondisi pasar Wiradesa saat ini mengalami dampak dari Covid-19 ini dari segi logistik barang yang terkendala akibat jalan- jalan yang di terapkan pembatasan mobilitas. Dari situlah mengakibatkan kondisi ekonomi pedagang yang mengalami dampaknya. Kondisi ekonomi yang dimaksud kondisi ekonomi pedagang sendiri bagainama keadaan sekarang dengan adanya dampak akibat Covid-19 ini mempengaruhi dalam berdagang apa tidak misal dari pendapatan, pengiriman dan stok barang.

Penelitian yang dilakukan oleh Windi, 2017 menyatakan bahwa kondisi ekonomi sangat berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis Islam jadi kondisi ekonomi disini yang dimaksud kondisi pedagang dimana keadaan pedagang dalam hal modal yang ada dan keuntungan yang diperoleh.

Pasar Wiradesa merupakan salah satu objek yang bisnisnya berjalan sangat ketat. Sebagian besar pedagang di pasar Wiradesa seorang yang

beragama muslim pastinya mengetahui akan arti bisnis yang baik, Kondisi ekonomi pedagang yang berbagai macam-macam, persaingan yang begitu ketatnya, dengan kondisi persaingan memiliki potensi yang lebih besar untuk terjadinya pelanggaran-pelanggaran etika dalam praktik bisnisnya.

Persaingan komersial harus memberi kontribusi positif bagi para pemain. Persaingan komersial membeutuhkan komitmen bersama antar pesaing pada konsep persaingan. (Ismail, 2015) Dari data yang di dapatkan dengan banyaknya yang berjumlah 1382 pedagang keseluruan dan 117 pedagang sembako pada khususnya maka akan muncul persaingan usaha antar pedagang yang semakin meningkat, dan dimana lokasi pedagang yang ditempati baik dari awal pintu masuk dan yang ada di dalam pasar tersebut. Persaingan usaha merupakan kelanjutan atau persaingan antar pelaku ekonomi yang secara mandiri berusaha menarik konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan barang atau jasa yang berkualitas baik.(Mujahidin, 2007). Dalam peneltiannya Sufitri, 2020 menyatakan secara parsial variabel persaingan usaha berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim, hal ini menunjukan bahwa semakin baik kondisi persaingan maka akan semakin baik pula perilaku pedagang muslim di pasar Grogolan Pekalongan.

Pasar wiradesa dengan pedagang yang sangat banyak pastinya muncul berbagai aspek baik meningkatkan persaingan yang sangat ketat terutama pedagang sembako yang begitu banyaknya akan muncul strategi yang dilakukan pedagang untuk menarik pembeli.

Ancok dan Suroso berpendapat bahwa religiusitas mewujud dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Aktivitas keagamaan terjadi tidak hanya ketika seseorang melakukan perilaku ritual (ibadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan gaib, tidak hanya aktivitas yang terlihat dan terlihat, tetapi juga aktivitas yang tidak ditampilkan dan terjadi di hati. Karena itu keberagamaan sesorang akan meliputi berbagai macam sisi dan dimensi.(Ancok,1995). Fakta yang terjadi pada pedagang Pasar Wiradesa pedagangnya jika ada seorang yang meminta-minta pasti akan dikasih baik itu pedagangnya sendiri ataupun pembeli. Dalam penelitiannya Raihanul Akmal menyatakan bahwa dimensi keyakinan beragama, dimensi pengalaman beragama berpengaruh positif terhadap perilaku etis dalam ekonomi Islam, sedangkan dimensi praktik keagamaan, pengetahuan agama dan pengalaman beragama berpengaruh positif dan dapat diabaikan dalam perilaku etika ekonomi Islam bagi masyarakat. dealer memiliki. Dan juga dalam penelitiannya Raisrahmatullah, 2019 menyatakan bahwa dari hasil uji signifikat t dapat diketahui bahwa religiusitas didapat hasil bahwa religisuitas berpengaruh terhadap perilaku pedagang di pasar Grogolan Pekalongan.

Pada studi Fauzan, ia mengatakan bahwa etika bisnis islam memiliki aspek unik dari kejujuran dan keadilan. Prinsip integritas menciptakan berbagai sikap di masyarakat. Dengan kata lain, jangan melakukan kecurangan pada saat pembelian dan tidak menyembunyikan kekurangan dari produk yang dijual. Dalam islam, semua pedagang dilarang berbuat

curang. Prinsip keadilan meliputi kesimbangan dan tanggung jawab. Keseimbangan antar dunia dan akhirat dan tanggung jawab manusia terhadap sesamanya dan tanggung jawab kepada Allah atas semua yang dilakukan. (Angraeny, 2000)

Dalam penelitian Rusyid yang berjudul "pengaruh tingkat keagamaan terhadap perilaku pedagang" menyatakan perilaku etika bisnis seseorang dapat diukur dengan beberapa hal, yang pertama dengan nilai kejujuran, seseorang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli, amanah (bisa dipercaya), tidak memaksa kehendak, menjual barang yang berkualitas, tidak menggunakan sumpah, bermurah hati, transparan dalam menetapkan harga, niat yang baik, menerapkan administrasi yang baik dan manajemen yang tepat, menjauhi praktik gharar, serta tidak menimbun barang (ikhtikar). (Rusyid, 2010). Penelitian yang dilakukan oleh Diah Sulistoyani menyimpulkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang. (Sulistiyani, 2016)

Dalam hal ini, yang menjadi fokus penulis adalah pengaruh Tingkat pemahaman, kondisi ekonomi, persaingan usaha dan religiusitas terhadap penerapan etika bisnis Islam. Dalam latar belakang tersebut peneliti mengambil judul "**Pengaruh Tingkat Pemahaman, Kondisi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Religiusitas Terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam (Studi kasus Pedagang Sembako di Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan).**"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Tingkat Pemahaman berpengaruh secara parsial terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam pedagang Sembako di Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan?
2. Apakah Kondisi Ekonomi berpengaruh secara Parsial terhadap Penerapan Etika Bisnis pedagang Sembako di pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan?
3. Apakah Persaingan Usaha berpengaruh secara parsial terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam pedagang Sembako di Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan?
4. Apakah Religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam pedagang Sembako di Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan?
5. Apakah Tingkat Pemahaman, Kondisi Ekonomi, Persaingan Usaha, dan Religiusitas berpengaruh secara Simultan terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam pedagang Sembako di Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan?

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan untuk menghindari penyimpangan atau perluasan topik agar penelitian ini dapat lebih terarah dan pembahasan dapat dipermudah sehingga tujuan penelitian tercapai. Dikarenakan

identifikasi masalah di atas, dan juga karena keterbatasan waktu, tenaga, dan keterampilan penulis, maka penelitian ini dibatasi hanya pada:

1. Banyaknya sekali faktor-faktor yang mempengaruhi Penerapan Etika Bisnis Islam. Dengan melihat banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan etika bisnis Islam peneliti akan fokus melakukan penelitian hanya pada tingkat pemahaman, kondisi ekonomi, persaingan usaha dan penerapan etika bisnis Islam.
2. Objek dari penelitian ini adalah etika pedagang sembako yang ada di pasar Wiradesa Kabupaten Pekalonan. Etika bisnis Islam yang dimaksud adalah perilaku pedagang sembako.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah Tingkat Pemahaman berpengaruh secara parsial terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam pedagang sembako Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan.
2. Untuk mengetahui apakah Kondisi ekonomi berpengaruh secara parsial terhadap penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Sembako di Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan
3. Untuk mengetahui apakah Persaingan Usaha berpengaruh secara parsial terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam pedagang Sembako di Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan.

4. Untuk mengetahui apakah Religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam pedagang Sembako Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan.
5. Untuk mengetahui apakah Tingkat Pemahaman, Kondisi Ekonomi, Persaingan Usaha, Religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam pedagang Sembako Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memeberikan manfaat, manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan pengembangan ilmu pengetahuan terkait dengan teori-teori etika bisnis islam sehubungan dengan masalah yang diteliti. Menambah bahan referensi dan bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Peneliti

      Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan pengalaman penelitian serta menguji kemampuan analisis masalah berdasarkan teori yang ada, khususnya teori yang berhubungan dengan teori-teori etika bisnis islam.

b. Bagi Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pedagang Sembako Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan agar dapat mengembangkan perilaku bisnis yang baik agar meningkatakan keprcayaan kepada pelanggan.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi untuk membuat penelitian lebih lanjut di bidang etika bisnis Islam serta dapat menambah literatur pada perpustakaan sehingga dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

F. Sistem Pembahasan

Dalam penelitian ini secara garis besar sistematika penulisan terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KARANGKA TEORI

Bab ini terdiri dari Tinjauan Pustaka, Landasan Teori, Karangka Berfikir, dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari Pendekatan dan Jenis Penelitian, Setting Penelitian, Variabel Penelitian, Populasi, Sampel,

Metode Pengambilan Sampling, Sumber Data, Instumen Penelitian dan Metode Pengumpulan Data, Pengolahan Data, Analisis Data, Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari Deskripsi Data, Analisis Data dan Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari Kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Analisis dan pemabahan yang telah dipaparkan pada bab sebeumnya, maka dapat diambil simpulan sebagi berikut:

1. Secara parsial variabel tingkat pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan etika bisnis Islam pedagang sembako pasar Wiradesa kabupaten Pekalongan dengan perbandingan t hitung 3,156 > t tabel 1,677 dan nilai signifikan sebesar 0,003 < 0,05.
2. Secara parsial variabel kondisi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan etika bisnis Islam pedagang sembako pasar Wiradesa kabupaten Pekalongan dengan perbandingan t hitung 3,238 > t tabel 1,677 dan nilai signifikan sebesar 0,002 < 0,005.
3. Secara parsial variabel persaingan usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penerapan etika bisnis Islam pedagang sembako pasar Wiradesa kabupaten Pekalongan dengan perbandingan t hitung 5,470 > t tabel 1,677 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,005.
4. Secara parsial variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan etika bisnis Islam pedagang sembako pasar Wiradesa kabupaten Pekalongan dengan perbandingkan t hitung 5,382 > t tabel 1,677 dan signifikan sebesar 0,000 < 0,005.

5. Secara simultas tingkat pemahaman, kondisi ekonomi, persaingan usaha dan religiusitas berpengaruh terhadap penerapan etika bisnis Islam pedagang sembako pasar Wiradesa kabupaten Pekalongan dibuktikan dengan hasil hitung F hitung 69,683 > Ftabel sebesar 2,56 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yng mempengaruhi penerapan etika bisnis islam ini hanya terdiri atas tiga variabel yaitu tingkat pemahaman, kondisi ekonomi, persaingan usaha dan religiusitas. Sementara masih banyak faktor lain yang mempengaruhi penerapan etika bisnis Islam.
2. Keterbatasan penelitian dengan instrumen kuesioner yang terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak mempresentasikan jawaban atau keadaan sesungguhnya.
3. Penelitian ini hanya mengambil sempel dari pedagang sembako pasar Wiradesa kabupaten Pekalongan, sehingga hasil peneitan tidak bisa digeneralisasi untuk penerapan etika bisnis Islam pedagang pasar.

C. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan:

1. Bagi penulis selanjutnya

   Penulis menyarankan, melakukan pegembangan variabel bebas lain yang akan diteliti dalam melihat pengaruhnya terhadap penerapan etika bisnis islam dan memperluas daerah penelitian sehingga hasil yang dicapai lebih optimal. Selain itu, peneliti selanjutnya menggunakan varabel- variabel- variabel lain diluar penelitian ini. Sehingga dapat menjelaskan faktor-faktor lain yang mempengaruhi penerapan etika bisnis Islam.

   Melakukan penelitian dengan sempel yang lebih besar dapat mewakili populasi, sehingga akan lebih baik, optimal dan menambah konsistensi hasil penelitian selanjutnya. Hasil dari semua analisi berpengaruh secara positif dan signifikan untuk peneliti selanjutnya ada referesnsi yang berpengaruh positif dan negatif untuk di amati. Hasil regresi dari peneltian ini yang uji R oengaruh varibel lain hanya 16% penelitian selanjutnya harus menggali lagi respoden.

2. Bagi Pedagang

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman pada pedagang dan pihak yang terlibat maupun tidak terlibat.

Terhadap upaya-upaya dalam meningkatkan dan melaksankan etika bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, J. Abdurlrahman Ali, Al-Aali in. (2015) Journal Of Business Ethics. Vol. 30. No.4

Abdul, Aziz. (2013). *Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta.

Agung, Edy, Wibowo.(2000). Aplikasi Praktis SPSS dalam penelitian. Jakarta:

Agung. (2012). Aplikasi praktis SPSS dalam Penelitian.Yogyakarta: Jaya Media. Akhmad, Mujahidin. 2007. Ekonomi Islam. Jakarta: PT. Grafindo Persada.

Ancok,Djamaludin. (1995). Psikolog Islam Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikolog. Yogjakarta: Pustaka Pelajar.

Anggraeny, Galuh. (2000). pembelajaran dan implementasi etika bisnis islam :Studi pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta. *Jurnal Ekonomi.*(Vol.2.No.1).Surakarta: Academica

Basu, Swasta. (2000). Pengantar bisnis modern pengantar konomi perusahaan modern. Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta.

Binus University. Uji Validitas dan Reliabilitas. (Diakses Tanggal 20 Maret 2021). https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-1-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-1-i-a-b-i-1-i-t-a-s/

Bukhari, Alma dan Doni, Juni, P. (2000). Manajemen bisnis ysraiah : Menanamkan nilai dan praktis syariah dalam bisnis kontemporer. Bandung: Alfabet.

Burhan, Bungun. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana.

Dadan, Kahmad. (2000). Sisiologi Agama. *Bandung:* PT. Remaja Rosdakarya.

Diah, Sulistiyani. (2016). Pengaruh Pengetahuan etika bisnis islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang muslim. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Semarang. Universitas Islam Negeri Wlisongo.

Dougherty,C.2002. Introduction To Econometrics. 2nd Ed. New York: Oxford University Press.

Duwi, priyanto.(2014). SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis. Yogyakarta: ANDI.

Edi, Riadi. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Yogyakarta: Andi Offset.

Faisal. (2002) Etika Bisnis Dalam Islam. Jakarta: Kencana prenada media grup.

Farid, Hidayat. (2018). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Bisnis Syariah Pada Pengurus Hipsi Kota Semarang. Skripsi. Semarang: UIN Walisongo.

Fauzan. (2016). Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis (Studi Pada Rm. Padang Di Kota Malang). Jurnal JMK. Vol. 15 No. 1. Malang: UIN Malang.

Fauzia, I. Y. & Abdul, Kadir R. (2014). Prinsip Dasar Ekonomi Perspektif Magashid Al-Syariah. Jakarta: Kencana.

Ghazali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19. Semarang: Universitas Diponegoro.

Gilarso, T. (2003). Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro. Yogyakarta: Kanisius.

Hasan,A. (2009). Manajemen Bisnis Syariah. Yogyakarta: Pusat Pelajar.

Husain, Umar. (2000). Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen, Cet Ke-2. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Imam ghozali. (2018) .*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25.Edisi 9.* Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDIP.

Imam, Ghazali. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19.Semarang: Universita Dipongoro.

Indrianto, Nur. Bambang, Supomo. (2014). Metodologi Penelitian Bisinis Untuk Akuntansi Manajemen, Cet ke-6 .Yogyakarta: BPFE 12.

Ismail, Yanto. (2003). Manajemen Strategi Perspektif Syariah. :: Jakarta: Khairul Baya.

Jalaluddin. (2003). Psikologi Agama. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Karim, Adiwarman, A. (2007). Ekonomi Mikro Islam. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Kavas, Mustafa. Pula, Jarzabkowi. (2020). Islamic Family Business: The Constitutive Role Of Religon in Business. Springer. Journal Internasional.

Keputusan Kementrian Industridan Perdagangan dengan Nomor Peraturan 115/MPP/Kep/2/1998 tentang kebutuhan pokok masyarakat pada tanggal 27 februari 1998.

Kotler, Philip. (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Morissan. (2012). Metode Penelitian Survei. Jakarta: Kencana.

Morrissan. 2012. Metode Penelitian Survei. Jakarta: kencana.

Muhammad, Amin. 2008. Menggali Akal Mengurai Serta Ekonomi dan Keuangan Islam. Jakarta: Publishing.

Muhammad, Djafar. (2009). Antomi Perilaku Bisnis: Dialektika Etika dengan Ralitas. Malang: UIN Malang.

Muhammad, N.(2000). Etika Bisnis Islam. Jakarta: Gramada Press.

Muri, yusuf. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group.

Peer, A. Gottschalg, O., Shir, N. (2015). The Impact of The Intitution of Religion on Organization Decision Making. Academy of Manajement proceeding.

Priyanto, Dewi. 2014 SPSS 22: Pengolahan Data Paktis. Jogyakarta: CV Andi Offset.

Raihanul Akmal, Armiadi Musa, Azharsyah Ibrahim.Pengaruh Religiusitas Terha dap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Aceh. Journal Of Sharia Econmics. Vol 1. No. 1. 2020. (Akmal, dkk. 2020)

Rivai, V., dkk.(2000). Islamic BusinesAnd Economic Ethies. : Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Rohman, Adi.p. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS, Ponorogo: CV. Wade Group.

Rusyid. (2010). Pengaruh Tingkat Keagamaan Terhadap Perilaku Pedagang. *Jurnal Al-Iqtishad.* (Vol. 1 No. 1).

Samir, Ahmad, Abuznaid. (2010). Etika Bisnis dalam Islam: Kesenjangan dan praktik. Jurnal Internasional keuangan dan Manajemen Islam dan Timur Tengan: Emerald Group Publishing. Vol.2(4)

Samia, Tariq. Nighat G. (2019). Asia Journal Of Business Ethics. Springer.

Sci Nuskur Lestari A.,(2017), Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim Di Pasar Sentral Kota Kendari (Study Kasus di Kelurahan Sanua Kecamatan Kendari Barat, Skripsi, (Lesrati, 2017).

Seliwati. (2019). Pengaruh Perilaku Berdagang Terhadap Keuntungan Penjualan Pada Pedagang Sembako Di Pasar Tradisional Paburan (Kajian Etika Bisnis Islam). Jurnal EKSISBANK. (Vo. 3 No. 1). Purwakarta: STIE Syariah Indonesia.

Siregar, Syofian. 2017. Motode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS . Jakarta: Kencana.

Sofyan, Siregar. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Deilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS,* Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2014). Mtode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabet.

Syahruddin. (2011). Komunikasi Bisnis Yang islam salah satu wujud Nyata kepedulian sosial. Makasar: Alaudin press.

Tulus. (2002). Usaha kecil dan menengah di indonesia: beberapa isu penting. Jakarta. PT. Salemba.

Usman, Rianse. (2012). Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi). Jakarta: Alfabet.

Waratama¸ Sujarweni. (2018). Metode Penelitian bisnis pendekatan Kuantitatif. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.

Wiley. (2017). Metode Penelitian Untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Ampat.

William I. Sauser, Jr. (2005). Ethics in Business: Answering The Call. Springer. Journal Of Business Ethics Vol. 58, No. 4.