



**PENGARUH PERSAINGAN USAHA, PEMAHAMAN
ETIKA BISNIS ISLAM, JENIS PENDIDIKAN
DAN RELIGIOSITAS TERHADAP PERILAKU
PEDAGANG MUSLIM
(Studi pada Pedagang Batik di Pasar Grosir Setono Pekalongan)**

SKRIPSI

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

Oleh:

SUFITRI
NIM. 2013115388

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**PENGARUH PERSAINGAN USAHA, PEMAHAMAN
ETIKA BISNIS ISLAM, JENIS PENDIDIKAN
DAN RELIGIOSITAS TERHADAP PERILAKU
PEDAGANG MUSLIM
(Studi pada Pedagang Batik di Pasar Grosir Setono Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh:

SUFITRI
NIM. 2013115388

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **SUFITRI**
NIM : **2013115388**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persaingan Usaha, Pemahaman Etika Bisnis Islam, Jenis Pendidikan Dan Religiositas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi pada Pedagang Batik di Pasar Grosir Setono Pekalongan)”** adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila

Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 1 November 2020

Yang Menyatakan



SUFITRI

NIM. 2013115388

NOTA PEMBIMBING

H. Ali Amin Isfandiar, M.Ag

Griya Kebumen Asri No. A2 RT.05 RW.01

Kebumen Dukuh Waru Kab. Tegal

Lamp. : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Sufitri

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara:

Nama : Sufitri

NIM : 2013115388

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : "Pengaruh Persaingan Usaha, Pemahaman Etika Bisnis Islam, Jenis Pendidikan dan Religiositas terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi pada Pedagang Batik di Pasar Grosir Setono Pekalongan)"

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara tersebut segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 21 September 2020

Pembimbing



H. Ali Amin Isfandiar, M.Ag

NIP. 19740812 200501 1 002





PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku 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 ini 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.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	ṡ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De



ذ	Zal	z	zet (dengan titik dibawah)
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	syin	Sy	esdan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik (diatas)
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

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū



3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مراخميلا ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (*tasydid, geminasi*)

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

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (*artikel*)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiah” 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*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

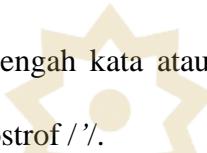


Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

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:

امرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>Syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur atas nikmat Allah SWT, saya ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Ibu dan Bapak saya yang selalu menginspirasi dan telah banyak berkorban waktu, tenaga dan materi demi kelangsungan hidup dan kesejahteraan saya di masa yang akan datang. Terimakasih atas doa yang senantiasa kalian panjatkan dan terimakasih yang tak terhingga untuk segalanya.
2. Seluruh keluarga dan kerabat saya yang selalu mendukung saya.
3. Teruntuk sahabat SMA (96 Line), Risqi Ayu W, Rizqiana dan Kinanti terimakasih telah memberi semangat dan selalu ada.
4. Sahabat kuliah saya yaitu Hana, Ida, Malia, Ifa, Izah, eroh, Desi, Farah dan semua teman-teman dekat yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terimakasih untuk kalian yang telah hadir dalam hidup membawa keceriaan, memberikan cerita, doa, dukungan serta bantuan yang tak terhingga kepada saya.
5. Untuk teman-teman ekonomi syariah, terimakasih banyak kalian telah memberikan pengalaman yang tidak terlupakan.





MOTTO

“Man Jadda Wa Jadda”

Siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil

“Man Shabara Zhafira”

Siapa yang bersabar pasti beruntung

“Man Sara Ala Darbiwashala”

Siapa yang menapaki jalan-Nya akan sampai tujuan

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 6)



ABSTRAK

Kegiatan bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika dan nilai-nilai moralitas. Jika dilihat dari fenomena yang ada, banyak dijumpai pedagang yang bersikap amoral di tengah persaingannya. Sikap ini jelas bertentangan dengan ajaran Islam yang menekankan konsep manfaat yang lebih luas pada setiap kegiatan ekonomi, menjunjung tinggi asas-asas keadilan, serta etika dan norma hukum dalam kegiatan ekonomi. Untuk menjadikan bisnis menjadi kegiatan usaha yang baik maka aturan-aturan bisnis harus dilakukan agar bisnis berjalan dengan baik dan tidak merugikan orang lain. Penelitian ini bertujuan menguji Pengaruh Persaingan Usaha, Pemahaman Etika Bisnis Islam, Jenis Pendidikan dan Religiositas terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah semua pedagang batik yang beragama Islam di Pasar Grosir Setono Pekalongan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 79 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan langsung ke responden. Metode analisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan usaha berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 4,658 > t_{tabel} 1,992$. Pemahaman etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 4,593 > t_{tabel} 1,992$. Jenis pendidikan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 4,003 > t_{tabel} 1,992$. Religiositas berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 3,287 > t_{tabel} 1,992$. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa keempat variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $32,958 > 2,49$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Persaingan Usaha, Pemahaman Etika Bisnis Islam, Jenis Pendidikan, Religiositas dan Perilaku Pedagang Muslim.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Persaingan Usaha, Pemahaman Etika Bisnis Islam, Jenis Pendidikan dan Religiositas terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi pada Pedagang Batik di Pasar Grosir Setono Pekalongan)" yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini, penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.

2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

3. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.

4. H. Ali Amin Isfandiar, M.Ag selaku Dosen Pembimbing skripsi yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dukungan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.

5. Agus Arwani, M.Ag selaku wali dosen penulis.

6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta staf.
7. Orang tua dan sahabat yang selalu mendoakan dan dukungan.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan skripsi ini.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 1 November 2020

Penulis



Sufitri



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori.....	11
1. Perilaku Pedagang Muslim.....	11
a. Pengertian Perilaku Pedagang	11
b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku	11
c. Perilaku dalam Jual Beli	12
2. Persaingan Usaha	15
a. Pengertian Persaingan Usaha	15



b. Tujuan Persaingan Usaha	16
3. Etika Bisnis Islam.....	17
a. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	17
b. Prinsip-prinsip Dasar Etika Bisnis Islam.....	20
4. Jenis Pendidikan.....	23
a. Pengertian Pendidikan	23
b. Jenis-jenis Pendidikan	24
c. Tujuan dan Fungsi Pendidikan.....	25
5. Religiositas	26
a. Pengertian Religiositas	26
b. Dimensi Religiositas.....	27
B. Tinjauan Pustaka.....	29
C. Kerangka Berfikir	35
D. Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
1. Jenis Penelitian.....	41
2. Pendekatan Penelitian	41
B. <i>Setting</i> Penelitian	41
C. Variabel Penelitian.....	42
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	45
1. Populasi	45
2. Sampel.....	45
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	46
E. Sumber Data.....	46
1. Data Primer	46
2. Data Sekunder	47
F. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	47
1. Instrumen Penelitian	47
2. Teknik Pengumpulan Data.....	48



G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	48
1. Uji Kualitas Data	49
a. Uji Validitas.....	49
b. Uji Reliabilitas.....	49
2. Uji Asumsi Klasik	50
a. Uji Normalitas	50
b. Uji Multikolinearitas	51
c. Uji Heteroskedastisitas	52
d. Uji Linieritas.....	52
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4. Uji Hipotesis.....	54
a. Uji t (Parsial)	54
b. Uji F (Simultan).....	55
5. Uji Koefisien Determinasi.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.....	56
B. Analisis Data.....	59
1. Uji Instrumen.....	59
a. Uji Validitas.....	59
b. Uji Reliabilitas.....	61
2. Uji Asumsi Klasik	62
a. Uji Normalitas	62
b. Uji Multikolinearitas	64
c. Uji Heteroskedastisitas	64
d. Uji Linieritas.....	67
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
4. Uji Hipotesis.....	70
a. Uji t (Parsial)	70
b. Uji F (Simultan).....	71
5. Analisis Koefisien Determinasi.....	72



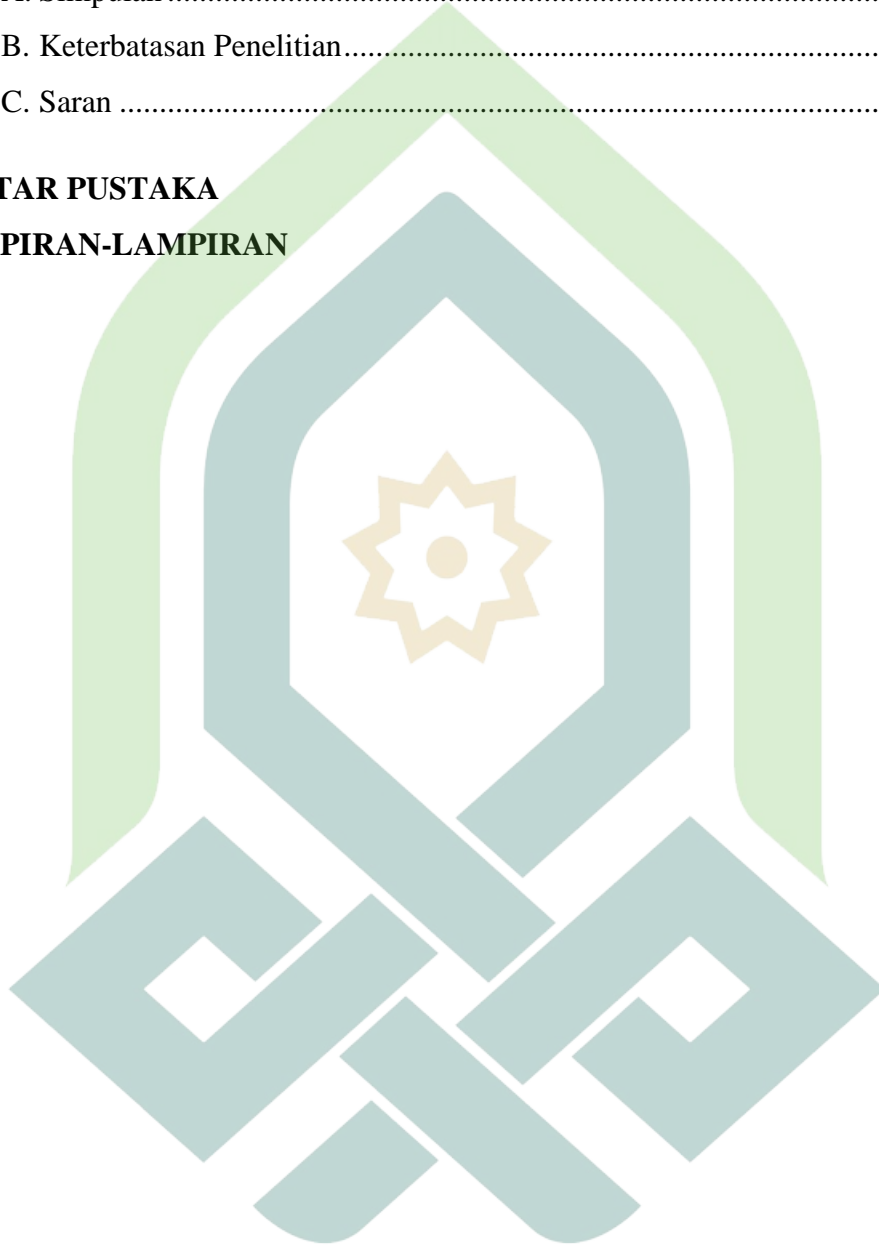
C. Pembahasan.....	73
--------------------	----

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	80
B. Keterbatasan Penelitian.....	81
C. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

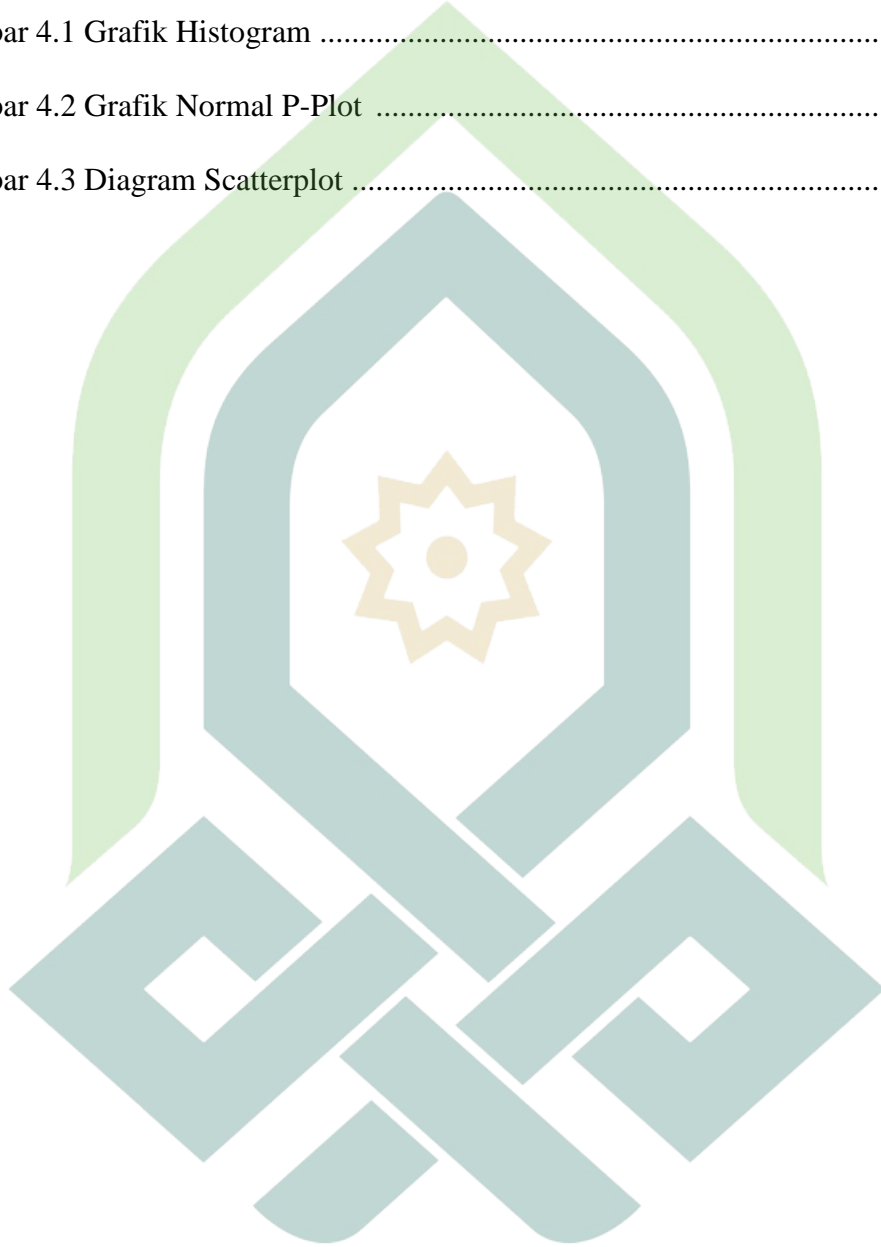
Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Kios Batik Pasar Grosir Setono	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.2 Hipotesis Penelitian	39
Tabel 3.1 Jenis Variabel dan Indikator yang Digunakan	43
Tabel 3.2 Skala Penelitian.....	47
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	57
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Omset Per Bulan.....	58
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Lama Usaha	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas Persaingan Usaha	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas Etika Bisnis Islam	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas Religiositas.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial)	70
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan).....	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72





DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Grafik Histogram	62
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot	63
Gambar 4.3 Diagram Scatterplot	65





DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

- A. Surat Ijin Penelitian

LAMPIRAN 2

- A. Kuisisioner

LAMPIRAN 3

- A. Tabulasi Rekapitulasi Kuisisioner

LAMPIRAN 4

- A. Uji Validitas
- B. Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 5

- A. Uji Normalitas
- B. Uji Multikolinearitas
- C. Uji Heteroskedastisitas
- D. Uji Linieritas

LAMPIRAN 6

- A. Analisis Regresi Linier Berganda
- B. Uji Hipotesis
- C. Tabel R Square

LAMPIRAN 7

- A. Dokumentasi

LAMPIRAN 8

- A. Daftar Riwayat Hidup



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Pekalongan merupakan suatu wilayah yang cukup strategis. Wilayah ini menghubungkan bagian barat dan timur Pulau Jawa. *The World City of Batik* merupakan julukan yang disandang Kota Pekalongan saat ini. Hal tersebut menandakan bahwa Kota Pekalongan memiliki suatu produk unggulan yang menjadi salah satu warisan budaya dunia yaitu batik. Suatu kebanggaan bagi Kota Pekalongan menjadi kota yang identik dengan batik. Batik Kota Pekalongan mempunyai ciri khas tersendiri. Mulai dari motif yang beragam sampai proses produksinya. Produksi batik pekalongan tidak bertopang pada pengusaha besar saja, namun batik ini juga diproduksi oleh para pengusaha kecil. Bahkan sebagian besar produksinya dilakukan di rumah-rumah dan menggunakan alat yang sederhana.

Melihat pertumbuhan dan perkembangan batik, pemerintah Kota Pekalongan menarik wisata dengan adanya grosir-grosir batik yang menyediakan berbagai macam produk batik unggulan. Hal itu dapat membantu para pengusaha batik di Kota Pekalongan dalam proses memasarkan produknya. Salah satu pasar grosir batik di Kota Pekalongan adalah Pasar Grosir Batik Setono.

Pasar Grosir Setono merupakan kawasan perdagangan batik yang ada di Kota Pekalongan. Kawasan ini berlokasi di Jalan Dr.Sutomo Kota Pekalongan

dan berada di jalur pantura. Berdirinya Pasar Grosir Setono pada tahun 2000 berawal dari kerjasama antara Koperasi Pengusaha Batik Setono (KPBS) Pekalongan dengan Yayasan Nagari Kota Pekalongan. Dari mulai tahun 2010 pengelolaan usaha Pasar Grosir Setono dikelola sendiri oleh Koperasi Batik Setono sampai sekarang.

Manajemen dalam pengelolaannya selalu berusaha melakukan penyempurnaan untuk mewujudkan keberadaan Pasar Grosir Setono Pekalongan agar lebih maju, tepat eksis dan sebagai tujuan wisata belanja dan ikon Kota Pekalongan dengan tersedianya berbagai macam jenis dan motif batik dengan harga yang bervariasi.

Pengelolaan usaha Pasar Grosir Setono yaitu dengan sistem sewa dengan jangka waktu rata-rata 2 tahun dan dapat diperpanjang sewanya setiap 2 tahun sekali dengan perjanjian kontrak sewa dihadapan notaris. Sementara ini kegiatan usaha ditangani langsung oleh pengurus dan berpedoman pada Anggaran Dasar, Anggaran Rumah Tangga, Keputusan Rapat Anggota Tahunan (RAT), Keputusan Pleno dan Keputusan Pengurus. Fasilitas-fasilitas yang disediakan yaitu tempat parkir yang sangat luas dan memadai, aman dan nyaman, mushola, toilet dan MCK, ATM berbagai macam Bank, mudah dijangkau karena lokasi dekat dengan terminal bus Pekalongan dan jalur lintas kendaran umum, terdapat ekspedisi pengiriman.



Adapun jumlah kios batik di Pasar Grosir Setono yaitu sebagai berikut:¹

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Kios Batik Pasar Grosir Setono

No.	Tahun	Jumlah Kios
1.	2015	474
2.	2016	474
3.	2017	484
4.	2018	486
5.	2019	486

Sumber: Data Pengurus Koperasi Pengusaha Batik Setono, 2019

Pasar Grosir Setono merupakan pusat penjualan batik baik grosir maupun eceran. Berbagai macam produk batik tersedia di Pasar ini, sehingga tidak heran apabila dijadikan tempat belanja untuk para turis.

Jumlah kios di Pasar Grosir dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2019 bertambah. Pada tahun 2019 berdasarkan data yang diperoleh dari pihak Pengurus Koperasi Pengusaha Batik, kios yang berada di Pasar Grosir Setono berjumlah 486 kios. Namun setelah peneliti melakukan observasi ternyata jumlah kios yang buka sebanyak 383 kios.

Saat ini, usaha batik di Pasar Grosir Setono semakin tergeser dengan maraknya batik printing yang lebih murah dengan sistem pemasaran secara *online* dan berbagai faktor lain. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya kios batik yang tutup dan tidak digunakan lagi.

Perdagangan memegang peranan penting di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua

¹ Data Pengurus Koperasi Pengusaha Batik Setono, 2019



tingkat kehidupan individu, sosial, regional, nasional dan internasional. Kebaikan dan kesuksesan serta kemajuan suatu bisnis sangat tergantung pada kesungguhan dan ketekunan para pelaku bisnis. Bisnis yang ideal bukan hanya semata memberikan hak orang, lebih dari itu perilaku bisnis hendaknya menyeimbangkan antara hak dan kewajiban.²

Perilaku yang baik mengandung kerja yang baik sangatlah dihargai dan dianggap sebagai suatu investasi bisnis yang benar-benar menguntungkan. Bagi orang-orang beriman, standar dan ukuran perilaku mereka hendaknya selalu diselaraskan dengan perilaku Rasulullah³. Perilaku yang baik akan memberikan garansi pada hasil akhir dari sebuah aktivitas baik dalam waktu dekat atau dalam waktu yang lama yang bisa dirasakan oleh pelakunya. Artinya jika seorang pelaku bisnis memelihara perilaku yang baik dalam melakukan bisnis akan cenderung meraih keuntungan yang barokah, sehingga memberi kebahagiaan dan ketenangan bagi pemiliknya.⁴

Persaingan usaha adalah persetujuan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.⁵ Jika dilihat dari fenomena yang ada, banyak dijumpai pedagang yang bersikap amoral di tengah persaingannya. Secara umum, contoh sikap amoral pedagang seperti memberatkan timbangan, tidak mengatakan secara jujur keadaan produk,

²Freddy Rangkuti, *Keajaiban Teknik Selling Rasulullah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm.9

³Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis: Dialektika Etika dengan Realitas*, (Malang: UIN Malang Press, 2009), hlm. 57.

⁴Muhammad Djakfar, *Agam, Etika dan Ekonomi* (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm.151.

⁵Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.27.



menimbun barang dan sebagainya. Tujuannya adalah untuk memenangkan persaingan usaha guna untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Sikap ini jelas bertentangan dengan ajaran Islam yang menerapkan asas-asas keadilan serta etika di dalam melakukan kegiatan ekonomi. Untuk menjadikan bisnis menjadi kegiatan usaha yang baik maka aturan-aturan bisnis harus dilakukan agar bisnis berjalan dengan baik dan tidak merugikan orang lain.

Sejak awal Islam mengizinkan adanya kegiatan bisnis atau perdagangan, karena Rasulullah sendiri juga melakukan kegiatan perdagangan dalam waktu yang cukup lama. Kegiatan bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika dan nilai-nilai moralitas. Dalam melakukan sebuah bisnis para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki.⁶ Seorang pelaku bisnis yang peduli pada etika, bisa diprediksi ia akan bersikap jujur, amanah, adil, selalu melihat kepentingan orang lain dan sebagainya.⁷

Perilaku seseorang juga berkaitan dengan pendidikan orang tersebut. Frederick J. McDonald mendefinisikan pendidikan sebagai suatu proses atau kegiatan yang diarahkan untuk mengubah perilaku manusia (*human behavior*). Perilaku dimaksud berupa tanggapan atau perbuatan seseorang.⁸ Istilah pendidikan sering kita kaitkan dengan sekolah atau tingkat pendidikan formal saja. Faktanya pendidikan tidak hanya diukur dari jenjang pendidikan formal saja, melainkan juga diukur dan dilihat dari pendidikan nonformal serta

⁶ Veithzal Rivai & Andi Buchari, *Islamic Economics : Ekonomi Syariah bukan OPSI tetapi SOLUSI* (Bumi Aksara: Jakarta, 2009), hlm. 237.

⁷ Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis: Dialektika Etika...* hlm.59.

⁸ Sudarwan Danim, *Pengantar Kependidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.4.



informal yang dibentuk dalam keluarga. Dalam dunia bisnis, orang yang menempuh jenjang pendidikan yang tinggi belum tentu memiliki perilaku berdagang yang baik. Sebaliknya, orang yang tidak menempuh jenjang pendidikan tinggi belum tentu memiliki perilaku berdagang yang tidak baik.

Nilai spiritual dan material dalam Islam disatukan dengan adil dan seimbang. Hal tersebut bertujuan agar manusia dapat hidup bahagia di dunia maupun di akhirat. Tetapi persoalan yang terjadi di masa kini bahwa konsep materialistis sekarang ini membawa manusia miringkan nilai-nilai spiritual yang ada.⁹

Agama dalam kehidupan individu berfungsi sebagai suatu sistem nilai yang memuat norma-norma tertentu. Secara umum, norma-norma tersebut menjadi kerangka acuan dalam bersikap dan bertingkah laku agar sejalan dengan keyakinan agama yang dianutnya.¹⁰ Islam menyuruh umatnya untuk beragama atau berislam secara menyeluruh. Setiap muslim, baik dalam berpikir, bersikap maupun bertindak, diperintahkan untuk berislam, artinya dalam melakukan aktivitas ekonomi, sosial, politik atau aktivitas apapun, seorang muslim diperintahkan untuk melakukannya dalam rangka beribadah kepada Allah.¹¹ Maka hal ini menjadi alasan agar para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya harus sesuai aturan-aturan yang ada dalam Islam.

Berdasarkan latarbelakang yang sudah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persaingan**

⁹Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm.3.

¹⁰Djamaludin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm.78.

¹¹Djamaludin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm.78.



Usaha, Pemahaman Etika Bisnis Islam, Jenis Pendidikan dan Religiositas terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi pada Pedagang Batik di Pasar Grosir Setono Pekalongan).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latarbelakang di atas, peneliti merangkum rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persaingan usaha berpengaruh secara parsial terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan?
2. Apakah pemahaman etika bisnis Islam berpengaruh secara parsial terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan?
3. Apakah jenis pendidikan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan?
4. Apakah religiositas berpengaruh secara parsial terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan?
5. Apakah persaingan usaha, pemahaman etika bisnis Islam, jenis pendidikan dan religiositas berpengaruh secara simultan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latarbelakang dan rumusan masalah yang diuraikan sebelumnya, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persaingan usaha terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh jenis pendidikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh religiositas terhadap perilaku pedagang di Grosir Setono Pekalongan.
5. Untuk mengetahui pengaruh persaingan usaha, pemahaman etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat atau kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Para Pedagang
 - a. Menambah wawasan dan pengetahuan tentang etika bisnis Islam.
 - b. Diharapkan para pedagang di Pasar Grosir Setono Pekalongan akan bersikap istiqomah dalam melakukan tindakan perilaku bisnis yang sesuai dengan etika Islam.
 - c. Akan terciptanya persaingan usaha yang sehat dengan menerapkan nilai-nilai etika Islam sehingga diperoleh keberkahan hidup di dunia dan kemenangan di akhirat kelak.



- d. Melakukan kerjasama yang saling menguntungkan dengan pihak lain serta tetap menjunjung tinggi nilai dan norma agama yang telah dianutnya.

2. Bagi Penulis

- a. Menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan tentang ada tidaknya pengaruh persaingan usaha, pemahaman etika bisnis Islam, jenis pendidikan dan religiositas terhadap perilaku pedagang muslim berdasarkan teori yang telah dipelajari.
- b. Menambah keilmuan tentang ekonomi Islam.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi tambahan untuk menambah referensi untuk penelitian lebih lanjut pada bidang yang sama.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran utuh secara menyeluruh mengenai penulisan penelitian ini, maka penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penjelasan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dalam penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.



BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian dan teknik pengumpulan data penelitian, serta teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan tentang gambaran responden yang ada sebagai obyek penelitian yaitu pedagang batik di setono, analisis data dan dilanjutkan dengan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dari peneliti serta saran dari hasil penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah sebelumnya telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel persaingan usaha berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_{a1} diterima, artinya persaingan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kondisi persaingan usaha maka akan semakin baik pula perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan.
2. Secara parsial variabel pemahaman etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_{a2} diterima, artinya pemahaman etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan.
3. Secara parsial variabel jenis pendidikan berpengaruh terhadap perilaku pedagang muslim dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_{a3} diterima, artinya jenis pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan.

4. Secara parsial religiositas berpengaruh terhadap perilaku pedagang muslim dengan signifikan $0,002 < 0,05$. Maka H_{a4} diterima, artinya religiositas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan.
5. Secara simultan menunjukkan bahwa signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_{a5} diterima, artinya persaingan usaha, pemahaman etika bisnis Islam, jenis pendidikan dan religiositas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Grosir Setono Pekalongan.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang muslim hanya variabel yaitu persaingan usaha, pemahaman etika bisnis Islam, jenis pendidikan dan religiositas.
2. Penelitian ini hanya meneliti perilaku pedagang muslim yang berjualan batik di Pasar Grosir Setono Pekalongan saja, tidak termasuk pedagang kuliner di wilayah tersebut.

C. Saran

Berdasarkan hasil dan simpulan penelitian yang telah diuraikan, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis antara lain:

- a. Bagi pedagang muslim diharapkan dapat terus konsisten menjalankan bisnisnya sesuai dengan syariat Islam.
- b. Bagi penelitian selanjutnya hendaknya lebih memperbanyak variabel dan memperdalam pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang muslim.





DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Arifin, Bambang Syamsul. 2015. *Psikologi Agama*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Badroen, Faisal, dkk. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. 2013. *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Bumi Aksara).
- Danim, Sudarwan. 2010. *Pengantar Kependidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Djakfar, Muhammad. 2007. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang.
- Djakfar, Muhammad. 2009. *Anatomi Perilaku Bisnis: Dialektika Etika dengan Realitas*. Malang: UIN Malang Press.
- Djamaludin Ancok dan Fuad Nashori Suroso. 2008. *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ernawan, Erni R. 2011. *Business Ethics*. Bandung: Alfabeta.
- Fauzi, Muchamad. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Walisongo Press.
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: UNDIP.
- Hengky Latan dan Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20,0*. Bandung: Alfabeta.
- Hermansyah. 2008. *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Kencana.



- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mujahidin, Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Rangkuti, Freddy. 2012. *Keajaiban Teknik Selling Rasulullah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rokan, Mustafa Kamal. 2013. *Bisnis ala Nabi*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. 1996. *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siswoyo, Dwi, dkk. 2007. *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Subandi. 2013. *Psikologi Agama & Kesehatan Mental*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Praktis SPSS dalam Penelitian, Cetakan ke-1*. Yogyakarta: Gramedia.
- Widi, Restu Kartiko. 2010. *Asas Metodologi Penelitian: Sebuah Pengenalan dan Penuntun Langkah demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



2. Jurnal

- Errin, Neni. 2015. *Pengaruh Tingkat Religiositas dan Persaingan Usaha Terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sidorejo Lamongan*. Surabaya: Sunan Ampel Surabaya.
- Faiz, Ahmad. 2009. *Pengaruh Tingkat Keagamaan Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fitriani, Shinta. 2014. *Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang Muslim dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Pedagang Muslim Desa Sungai Danau)*. Banjarmasin: IAIN Antasari Banjarmasin.
- 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)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Indonesia, Republik. 2003. *Undang-undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Kusnia, Siti Mina. 2015. *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Semarang: UIN Walisongo.
- Lesmana, Erik. 2010. *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Usaha: Studi Kasus Terhadap Pedagang Muslim di Pasar Ciputat Tangerang*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Maryanto. 2013. *Analisis Perilaku Pedagang yang Berjualan Pakaian di Pasar Tradisional Dahlia Pontianak*. Pontianak: Universitas Tanjungpura.
- Rahmania, Rizqa. 2017. *Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam, Pendidikan Non Formal dan Persaingan Usaha terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi pada Pedagang Pakaian di Pasar Banjarsari Kota Pekalongan)*. Pekalongan: STAIN Pekalongan.
- Rosyidah, Emi. 2014. *Pengaruh Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pengusaha Muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Saifullah, Muhammad. 2011. *Etika Bisnis Islami dalam Praktik Bisnis Rasulullah*. Semarang: Walisongo, Volume 19, Nomor 1.



Saputra, Faisal Yusuf. 2016. *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha Laundry di Kecamatan Tembalang*. Semarang: UIN Walisongo.

Sulistiyani, Diah. 2015. *Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiositas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi Kasus pada Pedagang Sembako di Pasar Karangobar)*. Semarang: UIN Walisongo Semarang.

Wahyono, Budi. 2017. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Watie, Lidya. 2018. *Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam dan Persaingan Usaha terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Segiri Grosir Samarinda*. Jurnal JIEM Universitas Mulawarman.

Zakiah dan Bintang Wirawan. *Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)*. Jurnal Sociologie, Vol. 1, No. 4.



LAMPIRAN-LAMPIRAN



LAMPIRAN 7
DOKUMENTASI





Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Sufitri
Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 13 Februari 1996
Alamat : Jl. Labuhan 1 No.87 RT.02 RW.07 Degayu
Pekalongan
No. HP : 0858 7988 8588
Email : sufitrixia208@gmail.com
Riwayat Pendidikan :

- SDN Degayu 02 Pekalongan Tahun 2002 – 2008
- SMP N 7 Pekalongan Tahun 2008 – 2011
- SMA N 2 Pekalongan Tahun 2011 – 2014
- IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2015

B. DATA ORANG TUA

1. Ayah Kandung : Sucipto
Pekerjaan : Buruh
Alamat : Jl. Labuhan 1 No.87 RT.02 RW.07 Degayu
Pekalongan

2. Ibu Kandung : Naerah
Pekerjaan : Buruh
Alamat : Jl. Labuhan 1 No.87 RT.02 RW.07 Degayu
Pekalongan



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma bangsa No.9 Pekalongan. Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website :perpustakaan iain-pekalongan.ac.id |Email : perpustakaan@iain
pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : SUFITRI

NIM : 2013115388

Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada

Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**“PENGARUH PERSAINGAN USAHA, PEMAHAMAN ETIKA BISNIS ISLAM,
JENIS PENDIDIKAN DAN RELIGIOSITAS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG
MUSLIM (STUDI PADA PEDAGANG BATIK DI PASAR GROSIR SETONO
PEKALONGAN)”**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, November 2020



SUFITRI
NIM. 2013115388