

SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN
PERSAINGAN USAHA TERHADAP PERILAKU PEDAGANG
PASAR TRADISIONAL SORO KECEMATAN KEMPO
KABUPATEN DOMPU**



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2024

DINI PUTRI UTAMI, 2020G1D033. “ **Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam Dan Persaingan Usaha Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Soro Kecamatan Kempo Kabupaten Dompu**”. Skripsi. Mataram. Universitas Muhammadiyah Mataram.

Pembimbing I : Dr. Mukhlisin, M.S.I

Pembimbing II : Zaenafi Ariani, S.E., M.E

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang pada pasar tradisional soro kecamatan kempo kabupaten Dompu dan untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan etika bisnis islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang pasar tradisional soro kecamatan kempo kabupaten Dompu. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang pasar tradisional soro, sedangkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 55 responden dan teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik probability sampling dengan pendekatan simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan etika bisnis Islam diperoleh nilai t hitung $4,191 > t$ tabel $1,675$ dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Ini berarti pengetahuan etika bisnis islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang. Sedangkan persaingan usaha diperoleh nilai t hitung $4,953 > t$ tabel $1,675$ dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Ini berarti persaingan usaha berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang. Secara simultan pengetahuan etika binis Islam dan persaingan usaha diperoleh nilai $56,689 > 3,175$ dan nilai taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Ini berarti secara simultan pengetahuan etika bisnis Islam dan persaingan usaha bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang. Berdasarkan hasil uji Koefisien determinasi (R Square) pengaruh yang diberikan oleh variabel pengetahuan etika bisnis Islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang sebesar $68,6\%$ sedangkan sisanya dipengaruhi dari variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : Pengetahuan Etika Bisnis Islam, Persaingan Usaha, Perilaku Pedagang, Pasar Tradisional Soro.

DINI PUTRI UTAMI, 2020G1D033. "The Effect of Islamic Business Ethics Knowledge and Business Competition on the Traders' Behavior in the Soro Traditional Market, Kempo, Dompu." A Thesis. Mataram: Muhammadiyah University of Mataram.

Supervisor I : Dr. Mukhlisin, M.S.I
Supervisor II : Zaenafi Ariani, S.E., M.E

ABSTRACT

The objectives of this research are to ascertain the impact of business competition and knowledge of Islamic business ethics on the conduct of traders in Kempo, Dompu regency's Soro traditional market, as well as to elucidate the relationship between these two factors and trader behavior. Quantitative research is the methodology employed. The traders in the Soro traditional market comprise the population of this study, and the sample size is 55 respondents. Probability sampling combined with a straightforward random sampling approach is the technique employed in this investigation. The results of the study indicate that partially, Islamic business ethics knowledge obtained a t-count value of $4.191 > t\text{-table } 1.675$ with a significant level of $0.000 < 0.05$. This means that Islamic business ethics knowledge has a significant effect on the behavior of traders. Meanwhile, business competition obtained a t-count value of $4.953 > t\text{-table } 1.675$ with a significant level of $0.000 < 0.05$. This means that business competition has a significant effect on the behavior of traders. Simultaneously, Islamic business ethics knowledge and business competition obtained a value of $56.689 > 3.175$ and a significant level value of $0.000 < 0.05$. This means that simultaneously, Islamic business ethics knowledge and business competition together have a significant effect on the behavior of traders. Based on the results of the determination coefficient test (R Square), the influence given by the variables of Islamic business ethics knowledge and business competition on the behavior of traders is 68.6%, while the remaining is influenced by other variables outside the study.

Keywords: Islamic Business Ethics Knowledge, Business Competition, Trader Behavior, Soro Traditional Market.

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM _____

KEPALA
UPT P3B

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dimulai dengan meningkatnya teknologi dan informasi, etika bisnis mulai merosot. Kepentingan pribadi adalah prioritas utama bagi masyarakat. Orang-orang di zaman sekarang akan memenuhi kebutuhan hidupnya dengan berbagai cara, salah satunya dengan berbisnis dan berdagang. Salah satu prinsip perdagangan utama dalam bisnis Islam ialah suka sama suka, yang merupakan alasan mengapa ajarannya harus diterapkan secara beretika dalam bisnis atau perdagangan.¹ Perintah di atas dijelaskan dalam firman Allah (Q.S. An-Nisa : 29)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang beriman, janganlah kamu mengambil harta sesamamu dengan cara tidak benar, kecuali perniagaan dia antara kamu atas dasar suka sama suka. Jangan melakukan bunuh diri. Sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa : 29).

Dalam Al-Qur’an, surah An-Nisa menunjukkan betapa perlunya bagi seseorang pedagang untuk mengurus seluruh kegiatan bisnisnya dengan cara yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Bila etika bisnis diterapkan dengan benar dan bijaksana, kepercayaan publik akan membentuk kesejahteraan dan keberhasilan bisnis. Mengimplementasikan

¹ Kataruddin Tiakoly, Abdul Wahab, dan Syaharuddin., “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran Di Pasar Tradisional Gamalama,” *Jurnal Iqtisaduna* 5 (2019): 122–23.

bisnis Islam dalam kegiatan sehari-hari dengan mematuhi nilai-nilai dan ajaran yang ada di dalamnya.²

Dalam agama Islam, perdagangan yang hanya menguntungkan satu pihak dilarang. Dalam al-Qur'an, etika berdagang sangat diatur. Islam juga menetapkan batasan umum untuk perdagangan. Sangat perlu untuk pengusaha mengikuti etika bisnis supaya mereka tidak menyimpang dari prinsip moral dan agama saat bertransaksi atau menjual barang.³

Sebagian dari keperluan masyarakat, seperti fasilitas dan infrastruktur untuk memenuhi keperluan hidup sehari-hari, dipenuhi melalui aktivitas jual beli. Bisnis semakin bersaing karena pertumbuhan ekonomi yang cepat. Semakin banyak pedagang yang menyimpang dalam penjualan karena banyaknya persaingan bisnis. Di pasar tradisional, hal ini sering terjadi karena para pedagang melakukan hal-hal seperti mengurangi takaran timbangan, menukar barang berkualitas tinggi dengan kualitas rendah, tidak jujur tentang kualitas barang, dan sebagainya.⁴

Sehubungan dengan perilaku diatas, tujuan bisnis tidak hanya sekedar menghasilkan keuntungan, melainkan juga menghasilkan kebajikan. Berbisnis tidak boleh mengabaikan syariat dalam strategi, proses, atau aturan agama, dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis. Jika

² Sampurno and Wayu Mijil, "Implementation of Islamics Business Ethics and Its Impacts on Family Business," *Jurnal of Islamic Economics Lariba* 2, no. (1) (2016): 25–30.

³ Abdul. Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung : Alfabeta, 2013.

⁴ Ema. Mardiyah and Asep. Suryanto, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Di Pasar Tradisional Singaparna Kabupaten Tasikmalaya," *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya*, 2020, h.2.

etika bisnis diterapkan dengan baik dan benar, maka akan tercipta kesejahteraan dan kesuksesan karena terbentuknya kepercayaan publik.⁵

Dalam Al-Qur'an, kejujuran telah diterangkan dengan sangat jelas dan tegas tentang bagaimana berdagang, berniaga, atau menjual barang. Beberapa ayat juga mengacu pada pelaksanaan timbangan, seperti yang dijelaskan dalam (Q.S. Asy-Syu'ara : 181-183)

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۖ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۖ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ
وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۖ

Artinya: *“Timbanglah dengan benar dan jangan merugikan orang lain;181. Timbanglah dengan adil;182. Dan hindari mengurangi hak-hak orang lain serta jangan membuat kerusakan di bumi;183.” (Q.S. Asy-Syu'ara : 181-183)*

Ayat di atas menunjukkan bahwa Allah Swt telah mengajarkan semua manusia, termasuk para pebisnis, untuk berlaku jujur saat menjalankan bisnis mereka. Salah satu contoh kecurangan dalam bisnis adalah kesalahan dalam proses menimbang.⁶

Penerapan etika bisnis Islam bertujuan untuk mendorong orang untuk bekerja sama, membantu satu sama lain, dan menghindari sifat dengki dan dendan yang bertentangan dengan syariat Islam. Karena etika secara filosofi berdasarkan penalaran ilmu agama dalam menilai etika bisnis juga bertanggung jawab untuk mengontrol atau mengawasi kegiatan

⁵ Tyas Fahira Syahputri and Sri Abidah Suryaningsih, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Kedurus Surabaya,” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, vol. 5, 2022, <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>.

⁶ Johan. Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang : Walisongo Press, 2013).

ekonomi.⁷ Karena itu, setiap orang yang terlibat dalam kegiatan bisnis, pengusaha harus memahami etika bisnis Islam. Ini khususnya berlaku untuk para pengusaha yang mengelola bisnis mereka.

Banyak research peneliti lakukan, salah satunya adalah penelitian Delly Damayanti (2021) yang berjudul “pengaruh religiusitas dan pengetahuan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang pasar sayuran plaosan.” Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan etika bisnis Islam mempengaruhi perilaku pedagang pasar sayuran plaosan.

Menurut Faridatu Sholihah (2021) yang berjudul “pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam dan aspek religiusitas terhadap perilaku pedagang pakaian di pasar tradisional lebak.” Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan etika bisnis Islam tidak mempengaruhi perilaku pedagang pakaian pasar tradisional lebak.

Menurut Abdul Majid (2021) yang berjudul “pengaruh persaingan usaha dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha rumah makan padang di kelurahan simpang 4 sipin kecamatan telanaipura kota jambi”. Temuan ini menunjukkan bahwa persaingan usaha tidak mempengaruhi perilaku pengusaha rumah makan padang. Sedang etika bisnis Islam mempengaruhi perilaku pengusaha rumah padang.

Pasar soro merupakan salah satu pasar tradisional yang terletak di Nusa Tenggara Barat (NTB), Tempatnya di Pulau Sumbawa di Kabupaten Dompu Kecamatan Kempo Desa Soro. Pasar soro adalah pasar tradisional yang ada di Kecamatan Kempo dimana pedagang pasar ini beragama

⁷ H. Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, 2011.

islam, pasar ini menjual beraneka ragam kebutuhan masyarakat, mulai dari ikan, daging, buah-buahan, sayur-sayuran, beras, pakaian dll. semua dipasarkan pada kios-kios dan los-los yang disediakan sesuai jenis produknya. Sementara yang berjualan di bagian depan pasar yang tidak mempunyai los rata-rata menjual ikan. Pasar tradisional soro mempunyai lokasi yang sangat strategis terletak di pertigaan jalan yang menghubungkan ke empat dusun dan jalan besar yang menuju Dompus dan Calabai. Pasar ini juga dapat dijangkau menggunakan mobil, motor dan berjalan kaki bagi masyarakat yang rumahnya dekat dengan pasar. Selain itu pasar tradisional soro ini mempunyai keunikan sendiri dimana pasar soro bersampingan dengan pantai yang ada di desa soro.

Salah satu segmen permasalahan dalam pasar tradisional Soro Kecamatan Kempo Kabupaten Dompus. Peneliti pilih pasar tradisional soro sebagai subjek penelitian karena penulis mengamati bahwa perilaku para pedagang gak sejalan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Di pasar tradisional soro perilaku penyimpangan masih banyak terjadi. Contohnya termasuk menurunkan takaran atau timbangan, menggabungkan barang berkualitas baik dan kualitas buruk, tidak adil dan tidak ramah kepada pembeli, dan bahkan ada pedagang yang memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya.

Dari kecurangan diatas, pembeli merasa tidak nyaman berbelanja di pasar tradisional. Sudut pandang ini jelas bertentangan dengan ajaran Islam, yang menekankan prinsip adil dan etika dalam bisnis. Untuk membuat bisnis berjalan dengan baik dan tidak merugikan orang lain, aturan bisnis

haru diterapkan. Karena masalah di atas dan penelitian sebelumnya mendukung penulis ingin menyelidiki menganalisis lebih mendalam tentang **“Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Persaingan Usaha Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Soro Kecamatan Kempo Kabupaten Dompu.”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Persaingan Usaha Berpengaruh Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Soro Kecamatan Kempo Kabupaten Dompu?
2. Bagaimana Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Persaingan Usaha Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Soro Kecamatan Kempo Kabupaten Dompu?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Persaingan Usaha Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Soro Kecamatan Kempo Kabupaten Dompu.
2. Untuk Menjelaskan Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Persaingan Usaha Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Soro Kecamatan Kempo Kabupaten Dompu.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang etika dalam berbisnis yang sesuai dengan syariat Islam.

b. Bagi Para Pedagang Pasar Tradisional Soro

Penerapan nilai-nilai etika bisnis yang sesuai menurut syariat Islam, para pedagang di pasar tradisional soro diharapkan dapat menciptakan usaha yang sehat dan perilaku berdagang yang baik, sehingga mereka dapat memperoleh keberkahan di dunia dan kemenangan di akhirat.

c. Bagi Masyarakat

Diharapkan sebagian besar masyarakat dapat memahami cara melakukan perdagangan atau bisnis yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa Fakultas Agama Islam. Terutama mahasiswa program studi Ekonomi Syariah yang ingin meningkatkan pengetahuan mengenai berbisnis secara syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, jadi bisa diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang pasar tradisional soro.

Dari hasil uji parsial (uji t) pengetahuan etika bisnis Islam menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang pasar tradisional Soro Kecamatan Kempo Kabupaten Dompu. Sebagaimana dibuktikan dari hasil uji t variabel pengetahuan etika bisnis Islam (X1) mempunyai nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,191 > 1,675$, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan hasil uji parsial (uji t) persaingan usaha menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang pasar tradisional Soro Kecamatan Kempo Kabupaten Dompu. Sebagaimana dibuktikan dari hasil uji t variabel persaingan usaha (X2) mempunyai nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,953 > 1,675$, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Pengaruh yang diberikan oleh variabel pengetahuan etika bisnis islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang adalah sebesar 68,6% sedangkan sisanya 31,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

2. Analisis pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang pasar tradisional soro.

Pengetahuan etika bisnis Islam memberikan dampak positif dengan meningkatkan kesadaran pedagang akan prinsip-prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran dalam menjalankan bisnis. Hal ini dapat tercermin dalam perilaku pedagang yang lebih jujur, adil, bertanggung jawab, dan dapat dipercaya, sehingga jualannya akan menjadi barhokah. Sedangkan persaingan usaha mendorong pedagang untuk meningkatkan kualitas produk, strategi harga, pelayanan, dan lokasi usaha mereka. Meskipun persaingan semakin ketat, pedagang di Pasar Tradisional Soro tetap memegang teguh nilai-nilai keagamaan mereka, menjadikan Al-Qur'an dan hadis sebagai pedoman dalam menjalankan bisnisnya.

Kesimpulan ini menegaskan pentingnya pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam serta kemampuan bersaing dalam usaha untuk meningkatkan kualitas dan kesuksesan bisnis pedagang pasar tradisional Soro, sehingga bisa memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

B. Saran

1. Bagi pedagang

Penulis berharap pedagang di pasar tradisional soro kecamatan kempo kabupaten Dompu bisa menerapkan etika bisnis sesuai ajaran Islam dan bisa bersaing secara sehat dan adil. Sehingga tidak ada lagi penyimpangan dalam jual beli dan sistem pasar tetap stabil

2. Bagi peneliti lain

- a. Dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan jadi penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini untuk bisa menambah dan mengganti dengan variabel bebas lainnya.
- b. Semoga penelitian yang penulis lakukan bisa menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya.

