

**PENGARUH *EQUILIBRIUM, FREE WILL DAN RESPONSIBILITY*
TERHADAP PERILAKU PEDAGANG BAJU DI PASAR TANJUNG
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

Zaenal Abidin
NIM : E20152114

Nama Pembimbing:

Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I.
NIP. 19690706 200604 1 001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOVEMBER 2019**

**PENGARUH *EQUILIBRIUM, FREE WILL DAN RESPONSIBILITY*
TERHADAP PERILAKU PEDAGANG BAJU DI PASAR TANJUNG
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Zaenal Abidin
NIM : E20152114

Disetujui Pembimbing



Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I.
NIP. 19690706 200604 1 001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اٰغْدِلُوا هُوَ
اٰقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاَتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ.

Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.¹

IAIN JEMBER

¹ Kementerian Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah* (Surabaya: Halim Publishing dan Distributing, 2014), 108.

**PENGARUH *EQUILIBRIUM, FREE WILL DAN RESPONSIBILITY*
TERHADAP PERILAKU PEDAGANG BAJU DI PASAR TANJUNG
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 14 November 2019

Tim Penguji

Ketua

Nikmatul Masruroh, MEI
NIP. 19820922 200901 2 005

Sekretaris

Nur Hidayat, MM
NUP. 201603132

Anggota :

1. Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, M. Si
2. Dr. H. Abdul Wadud Nafis, LC., M. EI

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifai, SE., M. Si
NIP. 19680807 200003 1 001

29/11 -19

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bersama dengan rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga karya tulis ini terselesaikan melalui proses yang indah walaupun masih jauh dari kata kesempurnaan. Dengan iringan do'a dan rasa syukur kupersembahkan karya tulis ini kepada:

1. Ayahanda Suyitman dan Ibundaku tercinta Ibu Suswati. Terimakasih atas dukungan, semangat, nasehat dan juga motivasi selama ini untuk anakmu. Doakan kelak anakmu ini menjadi orang yang sukses dan bermanfaat untuk semua orang, Amin. Semoga ini menjadi sebuah langkah awal untuk terus berkarya dan membuat orang tua bahagia melihat anak-anak mu sukses.
2. Kakak-kakakku, Imam Muslimin Suko, Lailiatu Sa'ada, Sutrisno dan Susi Susanti dan juga adik-adik keponakan, tiada kata yang paling pantas aku ucapkan selain kata terimakasih, selama ini telah memberikan doa, dukungan dan nasehat hingga pada akhirnya aku bisa menyelesaikan studi di perguruan tinggi ini.
3. Keluarga besar kelas ES3 khususnya, ES1, ES2, ES3 dan ES4 angkatan tahun 2015.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah sang penguasa alam semesta. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi dan Rosul termulia, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Sungguh atas nikmat dan anugerah-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikannya dengan lancar dengan judul **“PENGARUH *EQUILIBRIUM, FREE WILL* DAN *RESPONSIBILITY* TERHADAP PERILAKU PEDAGANG BAJU DI PASAR TANJUNG KABUPATEN JEMBER”**.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tak lepas dari adanya bimbingan dan bantuan berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan dan melalui tulisan ini penulis menyadari dan menyampaikan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., ME. Selaku Rektor IAIN Jember.
2. Dr. Khamdan Rifai, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
3. Nikmatul Masruroh, M.E.I. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ahmadiono, S.Ag., MEI. Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I. Selaku Dosen Pembimbing yang selama ini sudah memberikan ilmunya, motivasi dan membimbing dalam proses penulisan karya tulis ini.

6. Disperindag dan Dinas Pasar Tanjung yang telah mengizinkan dan banyak memberikan bantuan selama melakukan penelitian disana.
7. Segenap dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember, yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat bagi kehidupan nantinya.
8. Tim Penguji.
9. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan dimasa mendatang.

Dan mudah-mudahan segala bentuk pertolongan yang diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT, dan semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terkait serta dengan harapan dapat disempurnakan oleh peneliti-peneliti yang lainnya.

Jember, 14 November 2019

IAIN JEMBER

Penulis

ABSTRAK

Zaenal Abidin, Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I. 2019: *Pengaruh Equilibrium, Free Will Dan Responsibility Terhadap Perilaku Pedagang Baju Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember.*

Islam sebagai agama yang menuntun umatnya dalam segala hal juga memandang bisnis sebagai sebuah pekerjaan yang menguntungkan dan sangat mendorong serta memotivasi umatnya untuk melakukan transaksi bisnis dalam kehidupan mereka. Islam sangat menjunjung tinggi nilai setiap usaha agar manusia dapat hidup sejahtera, terutama dalam kegiatan usaha yang berorientasi pada keberkahan. Pengetahuan etika bisnis dalam Islam merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang dalam berbisnis. Untuk melihat seberapa jauh pengetahuan etika bisnis dalam Islam yang dimiliki oleh seorang pedagang dalam berbisnis salah satu yang relevan adalah dengan menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam.

Adapun rumusan masalah yang diteliti oleh peneliti diantaranya: Apakah *equilibrium, free will, responsibility*, berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara parsial dan simultan? Seberapa besar pengaruh *equilibrium, free will, responsibility* terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember? Sementara tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *equilibrium, free will, responsibility* secara parsial, secara simultan dan seberapa besar pengaruhnya terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten jember.

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis *field research*) atau *survey*. Sampel dalam penelitian ini adalah 172 pedagang baju dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sementara teknik pengumpulan datanya menggunakan kuisisioner/angket dengan skala pengukuran skala *likert*. Kemudian, untuk analisis datanya bersifat deskriptif dimana data yang diperoleh dianalisis dan disajikan dalam bentuk tabel kemudian dijelaskan dan disimpulkan dari setiap tabel.

Hasil kesimpulan yang diperoleh 1) variable *equilibrium* dengan taraf signifikansi $0,012 < 0,05$, secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung. 2) variable *free will* dengan taraf signifikansi $0,007 < 0,05$, secara parsial terdapat pengaruh terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung. 3) variable *responsibility* dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, secara parsial terdapat pengaruh terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung. 4) secara simultan diperoleh taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar tanjung. 5) Besar pengaruh yang diperoleh 61,4% pengaruhnya terhadap perilaku pedagang baju di pasar tanjung. Adapun sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang dilaur peniliti. Pada dasarnya pengetahuan prinsip etika bisnis islam belum diterapkan dengan baik oleh pedagang baju di pasar Tanjung dikarenakan hanya prinsip *free will* dan *responsibility* saja yang berpengaruh.

Kata Kunci: Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dan Perilaku Pedagang.

ABSTRACT

Zaenal Abidin, Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I. 2019: *Effects of Equilibrium, Free Will and Responsibility on the Behavior of Clothing Traders in Tanjung Market, Jember Regency.*

Islam as a religion that guides its people in all respects also views business as a lucrative job and strongly encourages and motivates its people to conduct business transactions in their lives. Islam highly upholds the value of every endeavor so that humans can prosper, especially in business activities oriented to blessings. Knowledge of business ethics in Islam is one of the important factors that can influence the behavior of traders in doing business. To see how far the knowledge of business ethics in Islam that is owned by a trader in doing business one that is relevant is to use the principles of business ethics in Islam.

The formulation of the problems studied by researchers include: Is equilibrium, free will, responsibility, significant influence on the behavior of clothing traders in the Tanjung market in Jember Regency partially and simultaneously? How big is the influence of equilibrium, free will, responsibility for the behavior of clothing traders in the Tanjung market in Jember Regency? While the purpose of this study was to determine the effect of equilibrium, free will, responsibility partially, simultaneously and how much influence on the behavior of clothing traders in the Tanjung Regency market in Jember.

In this study, the research method used is a quantitative approach to the type of field research) or survey. The sample in this study was 172 clothing traders with a sampling technique using purposive sampling. While the data collection technique uses a questionnaire / questionnaire with a Likert scale measurement scale. Then, for the analysis of descriptive data where the data obtained are analyzed and presented in tabular form then explained and concluded from each table.

The results of the conclusions obtained 1) the equilibrium variable with a significance level of $0.012 > 0.05$, partially there was no influence on the behavior of clothing traders in the Tanjung market. 2) free will variable with a significance level of $0.007 < 0.05$, partially there is an influence on the behavior of clothing traders in the Tanjung market. 3) variable responsibility with a significance level of $0,000 < 0.05$, partially there is an influence on the behavior of clothing traders in the Tanjung market. 4) simultaneously obtained a significance level of $0,000 < 0.05$, simultaneously a positive and significant effect on the behavior of clothing traders in the cape market. 5) The influence obtained 61.4% influence on the behavior of clothing traders in the cape market. The remaining 38.6% is influenced by other variables that are included by the researcher. Basically, the understanding of the principles of Islamic business ethics has not been well implemented by clothing traders in the Tanjung market because only the principle of free will and responsibility is influential.

Keywords: Principles of Islamic Business Ethics and Trader Behavior.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Ruang Lingkup Penelitian	11
1. Variabel Penelitian	11
2. Indikator Variabel.....	12
F. Definisi Operasional	14
G. Asumsi Penelitian	14
H. Hipotesis	15
I. Metode Penelitian	16
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	16
2. Populasi dan Sampel	16
3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	18
4. Analisis Data	19
5. Kerangka Konsep	27
J. Sistematika Pembahasan	27

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu.....	28
B. Kajian Teori.....	41
1. Pengertian Etika Bisnis.....	41
2. Teori Etika	43
3. Etika Bisnis Perspekti Islam	45
a. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	46
1) Prinsip Keseimbangan (<i>Equilibrium</i>)	46
2) Prinsip Kehendak Bebas (<i>Free Will</i>)	50
3) Metode Tanggungjawab (<i>Responsibility</i>)	53
4. Perilaku Pedagang	57
a. Perilaku Pedagang Dalam Jual Beli	57

BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian	62
1. Profil Pasar Tanjung	62
2. Sejarah Berdirinya Pasar Tanjung	63
3. Visi dan Misi Pasar Tanjung	65
4. Struktur Organisasi Pasar Tanjung	66
B. Penyajian Data dan Analisis.....	67
1. Uji Deskriptif.....	67
2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis	72
1. Uji Asumsi Klasik	72
a. Uji Normalitas	72
b. Uji Heteroskedastisitas	74
c. Uji Multikolinieritas	76
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	79
4. Uji Regresi Simultan (Uji F)	80
5. Uji Regresi Parsial (Uji t)	82
D. Pembahasan	83

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	93
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel 1.1 Pasar Tradisional Kabupaten Jember	4
2. Tabel 1.2 Skor Penilaian Jawaban.....	19
3. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
4. Tabel 3.1 Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin .	67
5. Tabel 3.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur	67
6. Tabel 3.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan	68
7. Tabel 3.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Berdagang	69
8. Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	70
9. Tabel 3.6 Uji Reliabilitas X1 (<i>Equilibrium</i>)	71
10. Tabel 3.7 Uji Reliabilitas X2 (<i>Free Will</i>).....	71
11. Tabel 3.8 Uji Reliabilitas X3 (responsibility)	71
12. Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Y (Perilaku Pedagang Baju)	72
13. Tabel 3.10 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	74
14. Tabel 3.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan uji <i>Glejser</i>	75
15. Tabel 3.12 Hasil Uji Multikolinearitas Menggunakan VIF	76
16. Tabel 3.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
17. Tabel 3.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 <i>Adjusted R Square</i>	80
18. Tabel 3.15 Hasil Uji Regresi Simultan	81
19. Tabel 3.16 Hasil Uji Regresi Parsial	82

IAIN JEMBER

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Gambar 1.1 Kerangka Konsep	27
2. Gambar 3.1 Struktur Organisasi	66
3. Gambar 3.2 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-Plot	73
4. Gambar 3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot.....	75



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Bisnis merupakan aktivitas yang selalu ada di sekitar kehidupan manusia dan dikenal oleh banyak kalangan. Dalam kehidupan sehari-hari sangat bermanfaat bagi kehidupan masyarakat karena pada dasarnya hakikat bisnis adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia, organisasi ataupun masyarakat luas.¹

Islam sebagai agama yang menuntun umatnya dalam segala hal juga memandang bisnis sebagai sebuah pekerjaan yang menguntungkan dan sangat mendorong serta memotivasi umatnya untuk melakukan transaksi bisnis dalam kehidupan mereka. Islam sangat menjunjung tinggi nilai setiap usaha agar manusia dapat hidup sejahtera, terutama dalam kegiatan usaha yang berorientasi pada keberkahan. Orientasi keberkahan hanya bisa dicapai oleh dua syarat: (1) niat yang ikhlas, (2) cara melakukan sesuai dengan tuntunan syariat, ini pintu menuju ridha Allah.²

Oleh karena itu, umat Islam dalam memperoleh rezeki dari bisnis perlu: *pertama*, bekerja penuh dalam kedekatannya kepada Allah untuk memperoleh kekayaan yang halal. Kerja keras tanpa kedekatan dengan Allah, maka kekayaan yang ia peroleh tidak akan membawa pemiliknya pada kesejahteraan yang hakiki, tetapi justru akan membawa *la'nat* (azab). *Kedua*, bisnis Islam adalah bisnis yang mengajarkan tunduk pada keputusan hukum

¹ Diah Sulistiyani, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015), 1.

² Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2009), 195.

dan kehendak Allah, oleh karena itu kedekatan dengan Allah menjadi kunci keberkahan hasil bisnis tersebut. *Ketiga*, bisnis secara Islam harus digerakkan oleh konsep *rahmatan lil alamin*, menjaga keharmonisan lingkungan.³

Al Quran sebagai pegangan hidup umat Islam telah mengatur kegiatan bisnis secara eksplisit dengan banyaknya pedoman atau perintah yang sangat detail tentang hal yang dibolehkan dan tidak dibolehkan dalam menjalankan bisnis. Disamping itu, Rosulullah SAW juga telah memberikan petunjuk mengenai etika dalam berbisnis. Rosulullah SAW juga banyak memberikan contoh bisnis yang bermoral dalam sistem perdagangan, yaitu perdagangan yang jujur dan adil serta tidak merugikan kedua belah pihak. Selain itu setiap transaksi perdagangan dituntut untuk bersikap sopan dan bertingkah laku baik.⁴

Al Quran sangat menghargai aktivitas bisnis yang selalu menekankan kejujuran dalam hal berdagang. Tata nilai dalam berbisnis digunakan sebagai regulator kehidupan untuk mencegah kerusakan yang ditimbulkan oleh tingkah laku manusia yang cenderung egoistik dan liar. Tata nilai itulah yang disebut dengan etika. Seruan untuk menerapkan nilai-nilai etika sebagaimana diungkapkan diatas, terjadi di setiap sudut kehidupan duniawi dan pada setiap zaman. Karena jika tidak, niscaya tidak ada kaidah yang dapat menjadi tolak ukur nilai kabajikan dan kajahatan, kebenaran dan kebatilan, kesempurnaan dan kekurangan, dan lain sebagainya.⁵

³ Ibid., 195.

⁴ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksarra, 2008), 45.

⁵ Ibid., 46.

Manusia telah mengenal kegiatan bisnis sejak zaman peradaban sebagai wujud untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam kegiatan berbisnis, keberadaan pasar merupakan hal yang paling penting karena selain merupakan tempat untuk melakukan kegiatan tersebut juga menjadi salah satu indikator paling nyata sebagai kegiatan ekonomi masyarakat disuatu wilayah.⁶ Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Adanya budaya konsumtif akibat dari perkembangan zaman tersebut semakin memacu para pelaku bisnis untuk berusaha menyediakan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Setiap harinya muncul pelaku bisnis yang berusaha mengenalkan produknya dengan kreativitas dan inovasi baru. Bahkan, kegiatan bisnis sendiri sudah merambah di berbagai pihak masyarakat, sehingga hal ini menyebabkan adanya persaingan yang semakin kompetitif.⁷

Dengan persaingan yang begitu tinggi dan melihat dari fenomena yang ada, banyak dijumpai para pelaku bisnis yang bersikap amoral, menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Tujuannya adalah untuk memenangkan persaingan yang bermuara pada perolehan keuntungan yang sebesar-besarnya. Secara internal seorang pelaku bisnis mempersepsikan bahwa bisnis adalah bisnis, karena itu aktivitas bisnis adalah

⁶ A.A Ketut Sri Candrawati, "Pasar Modern dan Pasar Tradisional Dalam Gaya Hidup Masyarakat Di Kabupaten Tabanan Provinsi Bali", *Jurnal Ekonomi*, (2015), 224.

⁷ Dyan Arum Ramadhani, "Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017), 3.

netral. Dalam arti aspek etika tidak ada kompetensi untuk terlibat di dalamnya. Dengan demikian, pelaku bisnis bebas meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan cara apapun tanpa peduli kepentingan pihak lain.⁸ Sikap ini jelas bertentangan dengan ajaran Islam yang menekankan konsep manfaat yang lebih luas pada kegiatan ekonomi, menjunjung tinggi etika dalam berbisnis dan norma hukum dalam kegiatan ekonomi, menjunjung tinggi asas-asas keadilan, bebas berkehendak sesuai kreatifitas pembisnis tanpa merugikan yang lain dan bertanggung jawab.⁹

Fenomena diatas tidak hanya terjadi di kota-kota besar yang notabene perkembangan bisnis dan persaingannya sangat pesat. Di kota Jember pun banyak dijumpai yang demikian. Kota Jember sendiri memiliki beberapa pasar tradisional sebagai berikut:

Tabel 1.1
Pasar Tradisional Kabupaten Jember

No.	PASAR TRADISIONAL KABUPATEN JEMBER	
	Nama Pasar	Lokasi
1.	Pasar Ambulu	Kec. Ambulu
2.	Pasar Balung Kulon	Kec. Balung
3.	Pasar Balung Lor	Kec. Balung
4.	Pasar Bangsal Sari	Kec. Bangsal
5.	Pasar Bungur	Kec. Patrang
6.	Pasar Burung Gebang	Kec. Patrang
7.	Pasar Gebang	Kec. Patrang
8.	Pasar Gladak Merah	Kec. Gumukmas
9.	Pasar Jenggawah	Kec. Jenggawah
10.	Pasar Johar	Kec. Kaliwates
11.	Pasar Kalisat	Kec. Kalisat
12.	Pasar Kencong	Kec. Kencong
13.	Pasar Kreongan	Kec. Patrang

⁸ Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis: Dialektika Etika dengan Realitas* (Malang: UIN Malang Press, 2009), 133.

⁹ Vietzal Rivai, Dkk, *Islamic Busines and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 28.

14.	Pasar Maggisan	Kec. Tanggul
15.	Pasar Mayang	Kec. Mayang
16.	Pasar Menampu	Kec. Gumukmas
17.	Pasar Patrang	Kec. Patrang
18.	Pasar Pelita Kaliwates	Kec. Kaliwates
19.	Pasar Petung	Kec. Bagsal Sari
20.	Pasar Puger Kulon	Kec. Puger
21.	Pasar Rambipuji	Kec. Rambipuji
22.	Pasar Sempolan	Kec. Silo
23.	Pasar Serut	Kec. Panti
24.	Pasar Sukorejo	Kec. Bangsalsari
25.	Pasar Sukosari	Kec. Sukowono
26.	Pasar Sukowono	Kec. Sukowono
27.	Pasar Tanggul	Kec. Tanggul
28.	Pasar Tegal Besar	Kec. Kaliwates
29.	Pasar Umbulsari	Kec. Umbulsari

Sumber: BPS Direktori Pasar Tradisional dan Pusat Perbelanjaan.¹⁰

Berdasarkan tabel di atas jumlah pasar tradisional di Kabupaten Jember berjumlah 29 pasar tradisional. Dari dua puluh sembilan pasar tradisional di Kabupaten Jember Pasar Tanjung merupakan pasar tradisional terbesar dan pasar tertua di Kabupaten Jember. Letak pasar Tanjung berada ditengah pusat kota dan berdekatan dengan pasar modern sehingga pasar Tanjung memiliki banyak pesaing dari adanya pasar-pasar modern yang letaknya tidak jauh. Luas pasar Tanjung adalah 25.105 M² dimana pasar tersebut adalah pusat kegiatan perdagangan bagi para pelaku bisnis (pedagang) di kota tersebut.

Dalam penelitian ini penulis hanya meneliti pedagang baju di pasar tradisional Tanjung karna di era digital sekarang ini sudah banyak disaingi oleh toko-toko online dan pasar-pasar modern, selain itu pedagang baju merupakan pedagang yang penghasilannya tidak bergantung pada musiman,

¹⁰ Badan Pusat Statistik, *Direktori Pasar Tradisional dan Pusat Perbelanjaan* (Badan Pusat Statistik: Jakarta, 2017), 297.

akan tetapi juga memiliki puncak raya penjualan seperti saat menyambut hari raya Idul Fitri ataupun Idul Adha.

Di pasar Tanjung terdapat 1.251 pedagang toko tertutup, 858 pedagang toko terbuka, dan 556 pedagang lesehan. Akan tetapi, total keseluruhan yang memiliki surat izin menempati (SIM) adalah 1.044 toko (pedagang). Sedangkan yang memperpanjang SIM hanya 196 toko (pedagang) sisanya 838 tidak memperpanjang SIM.¹¹ Melihat dari jumlah pedagang yang ada separuh dari jumlah keseluruhan pedagang yang tidak memperpanjang SIM, pedagang di pasar Tanjung kurang mentaati norma atau peraturan. Banyaknya pedagang di pasar tersebut membuat persaingan menjadi cukup ketat. Banyak diantara pedagang yang berlomba-lomba menarik perhatian pembeli. Terutama para pedagang baju yang begitu berlomba-lomba menarik pembeli dengan usahanya masing-masing. Namun, terkadang ada pula pedagang yang memanfaatkan kepolosan dan ketidaktahuan pembeli tentang kualitas barang yang mereka jual. Bahkan kecurangan-kecurangan lain juga dilakukan oleh pedagang-pedagang nakal yang ada di pasar tersebut.

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, penulis telah melakukan wawancara kepada beberapa pembeli baju atau pakaian yang usai membeli dan yang pernah membeli di pasar Tanjung untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan yang dilakukan oleh pedagang. Hasil dari wawancara yang dilakukan kepada 30 narasumber, terdapat 22 pembeli ada yang pernah

¹¹ Dinas Pasar Kabupaten Jember, "Pasar Tanjung", <https://dinaspasar.jemberkab.net> (10 Agustus 2019).

merasa tertipu, terpaksa karena desakan pedagang, ketidakramahan dalam melayani, dan kecurangan-kecurangan lainnya yang dilakukan oleh beberapa pedagang baju, bahkan mereka mengatakan kalau tidak pintar-pintarnya membeli baju di pasar Tanjung dalam menawar akan tertipu terutama masalah harga. Sedangkan 8 pembeli lainnya mengaku belum pernah tertipu atau diperlakukan yang kurang baik oleh pedagang dalam melayani karena mereka memiliki langganan yang tetap dalam berbelanja baju. Bentuk penipuan yang sering dilakukan oleh pedagang baju diantaranya adalah berbohong tentang kualitas barang yang mereka jual, menjual dengan harga yang terlalu tinggi, menyembunyikan kecacatan barang yang dijual, dan lain sebagainya.

Hasil wawancara dengan kepala dinas pasar Tanjung mengatakan bahwa terdapat 379 pedagang baju atau konveksi di pasar Tanjung dan kurang lebih 80% pedagang baju yang muslim dan 20% non muslim.¹² Sebagian besar pedagang baju di pasar Tanjung adalah beragama Islam. Sebagai orang Islam hendaknya dalam berbisnis selalu berpedoman pada etika-etika bisnis dalam Islam sebagaimana yang diajarkan oleh Rosulullah SAW. Tidak ada deskriminasi pelaku bisnis atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, agama dan lain-lain, kemampuan bertindak pelaku bisnis tanpa paksaan dari luar sesuai dengan parameter Allah, kesediaan pelaku bisnis untuk bertanggungjawab dan mempertanggungjawabkan tindakannya, menciptakan moderasi dalam transaksi dan membebaskan penindasan

¹² Iskandar, *Wawancara*, Jember, 02 Juli 2019.

misalkan riba dan monopoli. Sikap-sikap tersebut sangat dianjurkan oleh Islam dalam berdagang atau berbisnis.¹³

Etika bisnis dalam Islam merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang dalam berbisnis. Untuk melihat seberapa jauh pengetahuan etika bisnis dalam Islam yang dimiliki oleh seorang pedagang dalam berbisnis salah satu yang relevan adalah dengan menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam. Prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam meliputi *unity* (kesatuan), *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kehendak bebas), *responsibility* (tanggungjawab), kebenaran.¹⁴ Kemudian diolah variabel yang relevan dapat diukur dan dipertimbangkan nilainya juga ketidak abstrakannya diantaranya adalah *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kehendak bebas) dan *responsibility* (tanggungjawab). Variabel di atas merupakan beberapa diantara faktor yang dapat mempengaruhi perilaku etis seorang pedagang dalam mencerminkan interpretasi terhadap hukum. Bagaimana seseorang menginterpretasi hukum Islam dalam berbisnis menunjukkan seberapa jauh pengetahuannya mengenai etika bisnis dalam Islam yang sesungguhnya.¹⁵

Dari latar belakang masalah di atas, penulis berkeinginan untuk meneliti dan menganalisis lebih lanjut mengenai pengaruh etika bisnis dalam Islam terhadap perilaku pedagang. Sehingga peneliti mengambil judul

¹³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam, Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha* (Bandung: ALFABETA, 2013), 44.

¹⁴ Ibid., 46.

¹⁵ Budi Untung, *Hukum dan Etika Bisnis* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012), 19.

“Pengaruh *Equilibrium*, *Free Will*, *Responsibility* Terhadap Perilaku Pedagang Baju di Pasar Tanjung Kabupaten Jember”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan bahwa pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *equilibrium* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara parsial?
2. Apakah *free will* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara parsial?
3. Apakah *responsibility* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara parsial?
4. Apakah *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara simultan?
5. Seberapa besar pengaruh *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *equilibrium* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara parsial.

2. Untuk mengetahui apakah *free will* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara parsial?
3. Untuk mengetahui apakah *responsibility* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara parsial?
4. Untuk mengetahui apakah *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara simultan?
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember?

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam memberi sumbangan pemikiran dan menambah khazanah ilmu dan pengetahuan tentang pengaruh etika bisnis dalam Islam terhadap perilaku pedagang baju di pasar tradisional.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis antara teori dan aplikasi dalam kehidupan terutama mengenai pengaruh etika bisnis dalam Islam terhadap perilaku pedagang baju di pasar tradisional.

b. Bagi Masyarakat Luas

Sebagai wacana dan pengetahuan tentang pengaruh etika bisnis dalam Islam terhadap perilaku pedagang baju di pasar tradisional.

E. RUANG LINGKUP PENELITIAN

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁶ Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua variabel yaitu, variabel bebas dan variabel terikat dengan uraian sebagai berikut :

a. Variabel Independen atau Variabel Bebas

Variabel ini sering disebut dengan variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2017) 39.

(terikat).¹⁷ Terdapat tiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu:

- 1) *Equilibrium* (Keseimbangan) (X1)
- 2) *Free Will* (Kehendak Bebas) (X2)
- 3) *Responsibility* (Tanggung Jawab) (X3)

b. Variabel Dependen atau Variabel Terikat

Variabel dependen atau variable terikat sering disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁸

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Prilaku Pedagang (Y)

2. Indikator Variabel

Setelah variabel penelitian terpenuhi kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan rujukan empiris dari variabel yang diteliti. Indikator empiris ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar dalam membuat butir-butir atau item pertanyaan dalam angket, interview, dan observasi.¹⁹ Indikator variabel dalam penelitian ini adalah:

¹⁷ Ibid., 39.

¹⁸ Ibid., 39.

¹⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah* (Jember, IAIN Jember Press, 2015), 38.

a. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam (X):²⁰

1) *Equilibrium* (Keseimbangan) (X1)

- a) Tidak melakukan deskriminasi
- b) Transparansi
- c) *Profit Balance*

2) *Free Will* (Kehendak Bebas) (X2)

- a) Persaingan yang Sehat
- b) Tidak Memainkan Harga dan Monopoli
- c) Persetujuan Mutua

3) *Responsibility* (Tanggung Jawab) (X3)

- a) Kredibilitas
- b) Integritas

b. Prilaku Pedagang (Y)²¹

- 1) Tepat dalam penyampaian kualitas
- 2) Tidak melakukan *al ghabn* dan *tadlis*
- 3) Saling menguntungkan (Mutualistis)
- 4) Empati kepada konsumen
- 5) Pelayanan
- 6) Menghindari proses yang diharamkan dalam Islam

²⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam, Implementasi Etika Islam Untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), 45.

²¹ Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika dengan Realitas* (Malang: UIN Malang Press, 2009), 70.

F. DEFINISI OPERASIONAL

1. Prinsip-prinsip etika bisnis islam merupakan perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, atau aturan (norma) etika tersebut di wujudkan dalam bentuk aturan hukum.²² Prinsip-prinsip etika bisnis islam mencakup:
 - a. Keseimbangan (*Equilibrium*)
 - b. Kehendak Bebas (*Free Will*)
 - c. Tanggungjawab (*Responsibility*)
2. Perilaku pedagang adalah jika perilaku dipandang dari segi biologis yaitu suatu kegiatan atau aktivitas organisme yang bersangkutan.²³ Perilaku manusia adalah suatu aktivitas dari manusia itu sendiri. Jadi, perilaku pedagang adalah segala aktivitas yang dilakukan oleh pedagang dalam kegiatan perdagangan.²⁴

G. ASUMSI PENELITIAN

Asumsi penelitian biasa disebut juga sebagai anggapan dasar atau absolut, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah mengumpulkan data.²⁵ Asumsi penelitian ini menyatakan bahwa

²² Faisal Badroen, DKK, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), 4.

²³ Soekodjo Notoatmodjo, *Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), 55.

²⁴ Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika Dengan Realitas*, (Malang: UIN Malang Press, 2009), 70.

²⁵ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah*, 39.

equilibrium, *free will* dan *responsibility* berpengaruh terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung.

H. HIPOTESIS

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani yang terdiri atas akar kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dari dan *thesis* berarti pendapat. Dengan demikian, hipotesis dapat didefinisikan sebagai pendapat, jawaban, atau dugaan yang bersifat sementara dari suatu persoalan yang diajukan, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan lebih lanjut.²⁶

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 = Prinsip *Equilibrium* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

H2 = Prinsip *Free will* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

H3 = Prinsip *Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

H4 = Prinsip *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

H5 = Prinsip *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* berpengaruh besar terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

²⁶ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), 58.

I. METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif menuntut variabel yang diteliti yaitu dapat diukur. Bentuk riset semacam ini memberikan perhatian besar pada seberapa besar variabel yang sering muncul, dan umumnya menggunakan angka untuk menyampaikan suatu jumlah.²⁷ Adapun metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif, maksudnya di sini adalah analisis datanya menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif atau statistik deduktif adalah bagian dari statistik yang mempelajari cara pengumpulan dan penyajian data sehingga mudah dipahami.²⁸ Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) atau survey, yaitu penelitian yang langsung terjun ke lapangan untuk mencari data kepada responden yang dituju.²⁹

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

²⁷ Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2012), 23.

²⁸ M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 6.

²⁹ Penyusun, *Pedoman Penulisan*, 40.

kesimpulan.³⁰ Adapun populasi di dalam penelitian ini adalah pedagang baju di pasar Tanjung. Dengan kriteria pedagang yang beragama Islam, pedagang baju eceran, pedagang baju yang tidak menggunakan sistem harga pas, serta pedagang baju yang lokasinya berada di dalam pasar Tanjung. Dengan demikian ditemukan populasi dari penelitian ini sebanyak 303 pedagang baju.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).³¹ Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.³² Rumus yang digunakan untuk menentukan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut³³ :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 80.

³¹ *Ibid.*, 81.

³² *Ibid.*, 130.

³³ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. Rajafindo Persada, 2017), 78.

Keterangan :

N : Ukuran sampel

N : Ukuran Populasi

1 : Konstanta

e : Batas toleransi kesalahan

sampel dalam penelitian ini di ambil nilai e = 5% (0,05)

$$n = \frac{303}{1 + 303 (0,05)^2}$$

$$= 172,403982 \text{ (dibulatkan menjadi 172)}$$

Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh jumlah sampel sebesar 172 unit sampel. Dengan pertimbangan hal tersebut diputuskan jumlah sampel yang akan di gunakan sebesar 172 pedagang baju dengan kriteria yang telah disebutkan.

3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian teknik dan instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.³⁴ Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert* maka variabel

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), 223.

yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.³⁵

Instumen dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk pilihan ganda dan jawaban kuesioner ditentukan menggunakan skala *likert* dengan kriteria skor sebagai berikut:

Tabel 1.2
Tabel Skor Penilaian Jawaban

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-ragu (netral)	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugioyono, 2018.

Teknik pengumpulan data yang diperlukan dengan cara memberi daftar pertanyaan kepada perilaku pedagang baju di Pasar Tanjung.

4. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan

³⁵ Ibid., 152.

perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.³⁶ Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.³⁷ Uji validitas dilakukan untuk menguji tingkat kevalidan instrumen penelitian yang digunakan. Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Adapun uji validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan software atau aplikasi komputer berupa SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), dengan cara besarnya korelasi (r hitung) yang diperoleh dari hasil output SPSS dibandingkan dengan r tabel, sebagai berikut.³⁸

Jika r hitung $>$ r tabel maka data valid.

Jika r hitung $<$ r tabel maka data tidak valid.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 147.

³⁷ I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), 51.

³⁸ Zahriyah, *Aplikasi Komputer Statistik*, 99-103.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.³⁹

Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{K}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \partial^2 b}{\partial^2 t} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} = reabilitas instrumen
 k = banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \partial^2 b$ = jumlah varians butir
 $\partial^2 t$ = varians total

Dalam penelitian ini menggunakan metode *Internal consistency* dengan teknik *Alpha cronbach*.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik disini dapat dianggap sebagai anggapan, sehingga dapat dikatakan bahwa untuk menguji hipotesis didasarkan pada anggapan boleh atau dapat dilakukan pengujian atau tidak.⁴⁰

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran

³⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit, Universitas Diponegoro, 2005), 129.

⁴⁰ Sugiyono, Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS* (Bandung: Alfabeta, 2015), 318.

titik – titik pada sumbu diagonal grafik. Analisis grafik dengan melihat histogram dan normal probability plot. Bila pada probability plot titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah diagonal maka regresi berdistribusi Normal. Tapi jika titik-titik tersebut jauh dari garis diagonal, maka regresi tidak berdistribusi Normal.

Selain itu, uji normalitas dalam penelitian ini juga akan mendasarkan pada nilai *Kolmogrov-Smirnov* untuk mengurangi keraguan pada analisis grafik di atas dan kriterianya adalah:

- a) Dinyatakan normal apabila nilai probabilitas signifikansi $> \alpha$ (0,05)
- b) Dinyatakan tidak normal apabila probabilitas signifikansi $< \alpha$ (0,05)

2) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat multikolonieritas yang harus diatasi.

Ada tidaknya problem multikolonieritas di dalam model regresi tersebut dapat dideteksi melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Suatu model regresi dikatakan terdapat gejala multikolonieritas apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$

atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Multikolonieritas ini dilakukan dengan bantuan SPSS.

3) Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *Scatter Plot*. Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi (bebas) heteroskedastisitas dalam data.

Pendeteksian terhadap gejala heteroskedastisitas ini juga menggunakan metode *Glejser*, yang ditunjukkan oleh masing-masing koefisien regresi dari masing-masing variabel independen terhadap nilai absolut residualnya (e), dengan kriteria

- a) Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai probabilitas signifikan $> \alpha$ (0,05)
- b) Terjadi gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas signifikansi $< \alpha$ (0,05)

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pengetahuan (*equilibrium*), (*free will*), (*responsibility*), terhadap Perilaku pedagang baju di Pasar Tanjung. Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:⁴¹

⁴¹ Ghozali, *Aplikasi analisis Multivariate*, 82.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Perilaku Pedagang

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi dari Keseimbangan (*Equilibrium*)

β_2 = koefisien regresi dari Kehendak Bebas (*Free Will*)

β_3 = koefisien regresi dari Tanggungjawab (*Responsibility*)

e = Residual atau kesalahan pengganggu (*error term*).

Untuk mengetahui serta menentukan pengaruh koefisien variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan bantuan aplikasi komputer *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

d. Uji Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.⁴²

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 63.

1) Uji T (Parsial)

Uji T dalam model regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.⁴³ Kriteria keputusan uji T dengan $\alpha = 0,05$ dalam penelitian ini dengan menggunakan hasil atau *output* SPSS adalah:⁴⁴

Sig T < 0,05 = maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Sig T > 0,05 = maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Cara kedua uji T dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan nilai T hitung dengan T tabel. Adapun kriteria keputusannya adalah:⁴⁵

T hitung > T tabel = maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

T hitung < T tabel = maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Uji F (Simultan)

Uji F dalam model regresi berganda dimaksudkan untuk menguji signifikansi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama). Hal ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi menggunakan hasil dari SPSS dengan $\alpha = 0,05$, kriterianya sebagai berikut:⁴⁶

Sig F < 0,05 = maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

⁴³ Agus Widarjono, *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII, 2005), 83.

⁴⁴ Zahriyah, *Aplikasi Komputer Statistik*, 56.

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Ibid.

Sig F > 0,05 = maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Selain itu dapat cara kedua dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:⁴⁷

F hitung > F tabel = maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

F hitung < F tabel = maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

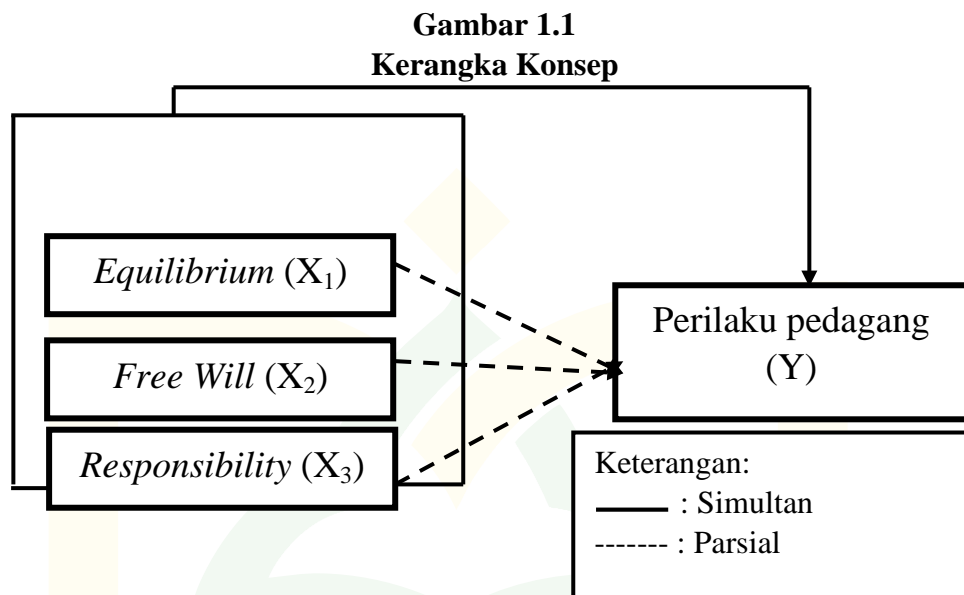
3) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Gozali koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 – 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁴⁸

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Ghozali, *Aplikasi analisisMultivariate*, 84.

5. Kerangka Konsep



J. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

BAB I :Pendahuluan, bab ini merupakan dasar dalam penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup peneltian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II :Bab ini membahas tentang kajian kepustakaan yang meliputi penelitian terdahulu dan kajian teori.

BAB III :Bab ini membahas tentang penyajian data dan analisis yang meliputi gambaran obyek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis serta pembahasan.

BAB IV :Bab ini membahas tentang penutup yang meliputi kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. PENELITIAN TERDAHULU

Untuk mengetahui keaslian yang akan dihasilkan penelitian ini, maka perlu disajikan beberapa hasil kajian atau penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

1. Umi Hafifah, "*Transaksi Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Toko Baju Mas Bro Langensari Banjar Ciamis Jawa Barat*" (2015). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mana jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang dimaksud untuk mendeskripsikan suatu situasi atau kondisi yang bersifat fakta.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil secara umum bahwa transaksi penjualan yang dilakukan oleh Toko Baju Mas Bro ini belum sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan perspektif etika bisnis islamnya bisa dilihat dari prinsip-prinsip penjualan dalam Islam.⁴⁹

⁴⁹ Umi Hafifah, "*Transaksi Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Toko Baju Mas Bro Langensari Banjar Ciamis Jawa Barat*", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Purwokerto, 2015).

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam dan beberapa teknik pengumpulan data yang sama. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang akan di lakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan objek penelitian yang berbeda.

2. Azizah, “*Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” (2016), Fakultas Syari’ah Dan Ekonomi Islam Kementerian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam hal ini peneliti mendeskripsikan etika jual beli di pasar tradisional celancang dalam perspektif ekonomi islam. Oleh karena itu peneliti melakukan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Peneliti melakukan pengecekan ulang terhadap data yang diperoleh dan menggunakan teknik triangulasi, dengan tujuan untuk mendapatkan kevalidan data. Setelah itu, menganalisisnya melalui reduksi data, penyajian data, dan pembuatan kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa penerapan etika jual beli di pasar tradisional celancang dalam perspektif ekonomi islam belum berjalan secara efektif dan belum sesuai dengan islam. Karena ada beberapa pedagang tidak menggunakan etika dengan baik yaitu dengan berjualan makanan yang sudah kadaluarsa. Kendala yang berada di pasar

celancang adalah tidak adanya lembaga yang mengawasi jual beli di pasar celancang.⁵⁰

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan observasi dan menggunakan teori etika bisnis. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang akan di lakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

3. Taufik Ginanjar Hidayat, *“Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Sayur Di Pasar Tradisional Mranggen”* (2016) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Sumber data yang digunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan para pedagang sayur di pasar mranggen, dan petugas pasar mranggen. Sementara data sekunder diperoleh dari arsip dokumen pihak pengelola pasar Mranggen. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif analisis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis islam yang diterapkan pada setiap pedagang khususnya para pedagang sayur di pasar Mranggen Demak adalah yang dipentingkan bukan hanya sebatas

⁵⁰ Azizah, “Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati, Cirebon, 2016).

keuntungan duniawi saja, akan tetapi kepentingan yang bersifat untuk di akhirat bagi para pedagang sayur.⁵¹

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam dan Sumber data yang di gunakan sama. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif.

4. Siti Mina Kusnia, “*Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*” (2015), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Sumber data yang digunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan para pedagang di pasar Ngaliyan Semarang, dan petugas pasar Ngaliyan. Sementara data sekunder diperoleh dari arsip dokumen pihak pengelola Ngaliyan semarang. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif analisis.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan: pertama pemahaman pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang mengenai etika bisnis islam disimpulkan bahwa para pedagang tidak mengetahui etika bisnis islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka

⁵¹ Taufik Ginanjar Hidayat, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Sayur Di Pasar Tradisional Mranggen”, (Skripsi, Universitas Islam Negri Walisongo, Semarang, 2016).

menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama islam. Kedua perilaku pedagang di pasar tradisional ngaliyan semarang telah sesuai dengan etika bisnis islam yang meliputi, tidak melupakan ibadah sholat wajib, berdo'a dan bersedekah, adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas barang, bersikap ramah tamah dalam melayani dan bermurah hati dengan memberi waktu tenggang pembayaran. Namun, sebagai perilaku pedagang ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam yaitu lalai dalam menjalankan ibadah sholat wajib ketika melakukan transaksi jual beli, tidak menepati janji, tidak bersikap ramah kepada pembeli dan tidak memberikan waktu tenggang pembayaran.⁵²

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang di lakukan peneliti adalah sama-sama menggunakan teori etika bisnis islam dan teknik pengumpulan data yang sama. Yang membedakan dengan penelitian yang di lakukan yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif.

5. Desi Mita Mardianti, "*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Konsumen Di Toko Karunia Desa Glundengan Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember*" (2017), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.

⁵² Siti Mina Kusnia, "Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015).

Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif dengan jenis penelitian *field research*, Penentuan subyek penelitian secara *purposive*. Yang pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah Penerapan etika bisnis islam dalam toko ini sudah diterapkan dengan baik, terbukti dari adanya sifat jujur, komunikasi dengan baik dan bertanggung jawab. Kendalanya pelayanan yang lambat karena tidak menggunakannya teknologi modern. Cara mengatasinya dengan memberika sanksi kepada karyawan yang tidak disiplin, melakukan evaluasi perbulannya, dan mulai mencoba menggunakan teknologi secara bijak.⁵³

Persamaan dengan penilitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama menggunakan teori bisnis islam, yang kemudian beberapa cara teknik pengumpulan data yang sama. Perbedaannya adalah dalam penelitian yang aka dilakukan menggunakan metode kuantitatif dan ada beberapa teori yang tidak sama.

6. Lilik Megawati, *“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Upaya Mempertahankan Kepercayaan Konsumen Dalam Jual Beli Furniture Di Industri Meubel UD. HS. Bondowoso”* (2017), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Metode pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara, observasi,

⁵³ Desi Mita Mardianti, “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Konsumen di Toko Karunia Desa Glundengan Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2017).

dan langkah untuk menganalisis data antara lain dengan reduksi data, penyajian hingga verifikasi. Hasil dari penelitian ini adalah untuk menjaga kepercayaan konsumen UD. HS ini menjaga kualitas produk yang dihasilkan, kinerja karyawan dan menerima kritik dan saran dari konsumen. Dalam teori etika bisnis islam UD. HS ini telah menerapkan terbukti dengan kejujuran, menggunakan produk yang halal, amanah, terbuka dengan konsumen dan bertanggung jawab.⁵⁴

Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan diantaranya teori etika bisnis dan jenis penelitian lapangan yang sama juga beberapa metode lain yang sama. Tetapi, juga memiliki perbedaan diantaranya penelitian yang akan peneliti lakukan itu menggunakan metode kuantitatif, selanjutnya teori yang digunakan dalam penelitian dan beberapa metode yang tidak sama.

7. Diah Sulistiyani, *“Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim”* (2015) Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Hasil Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial hanya pengetahuan etika bisnis islami yang berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim. Sementara religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim. Sedangkan secara

⁵⁴ Lilik Megawati, *“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Upaya Mempertahankan Kepercayaan Konsumen Dalam Jual Beli Furniture Di Industri Meubel UD. HS. Bondowoso”*, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2017).

simultan religiusitas dan pengetahuan etika bisnis islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan objek penelitian yang sama yaitu pada pedagang. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel-variabel berbeda.⁵⁵

8. Hilmy Khoirotn Nisa', "*Pengaruh Etika Bisnis Islam Pedagang Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Legi Citra Niaga Jombang*" (2019), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakana menggunakan data primer dengan penyebaran kuisisioner, dokumen dan wawancara. Pendekatan penilitian ini dengan analisis regresi linear sederhana. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 52 pedagang yang berjualan pakaian. Pengambilan sampelnya menggunakan metode random sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan etika bisnis Islam pedagang pakaian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan pakaian dengan tingkat signifikansi sebesar 0.167 yang artinya etika

⁵⁵ Diah Sulistiyani, *Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim*", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015).

bisnis islam mempunyai pengaruh terhadap tingkat penjualan sebesar 17% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.⁵⁶

Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan teori etika bisnis islam dan menggunakan metode penelian kuantitatif. Tetapi perbedaannya adalah penelitian yang peneliti lakukan menggunakan regresi linear berganda dan teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel.

9. Umi Mursidah, “*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)*” (2017), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intang Lampung.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Sampel yang digunakan pedagang dan pembeli dengan teknik *stratifien random sampling*. Data yang digunakan adalah data primer denga kuisisioner. Analisisnya bersifat *analisis deskriptif*.

Hasil penelitian menunjukkan penerapan etika bisnis islam di pasar Betung jika ditinjau dari ke empat prinsip-prinsip etika bisnis Islam belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggung jawab saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang di pasar Betung. Sedangkan prinsip keadilan, kehendak bebas

⁵⁶ Hilmy Khoirotnun Nisa’, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Pedagang Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Legi Citra Niaga Jombang”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).

dan kebenaran belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di pasar Betung.⁵⁷

Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam dan menggunakan metode penelian kuantitatif. Tetapi perbedaannya adalah penelitian yang peneliti lakukan menggunakan teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel dan juga responden yang digunakan hanya pedagang baju saja.

10. Irna Sari, “*Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha (Studi pada Pasar Butung Makassar)*” (2017), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah penerapan etika bisnis bago pedagang muslim dalam persaingan usaha sudah berjalan karena dari hasil penelitian terhadap pedagang, ada yang sudah mengetahui tentang etika dan menerapkannya dan ada juga yang mengetahui tapi tidak menerapkannya. Persaingan usaha yang di lakukan pedagang di

⁵⁷ Umi Mursidah, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intang Lampung, 2017),

Pusat Grosir Butung makassar dapat dikatakan persaingan yang jujur dan sehat karena para pedagang yakin bahwa rezki telah diatur oleh Allah SWT, masing-masing telah ada bagiannya. Oleh karena itu, para pedagang tidak terlalu memikirkan persaingan dan menganggap bahwa dalam berdagang pasti ada untung rugi dan semua itu harus di terima resikonya.⁵⁸

Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam. Tetapi perbedaannya adalah penelitian yang peneliti lakukan menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode *purposive sampling* dan juga responden yang digunakan hanya pedagang baju saja.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

NO	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Umi Hafifah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, (2015).	<i>Transaksi Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Toko Baju Mas Bro Langensari Banjar Ciamis Jawa Barat.</i>	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam dan beberapa teknik pengumpulan data yang sama.	Perbedaannya adalah penelitian yang akan di lakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif
2.	Azizah, Fakultas Syari'ah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri	<i>Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam.</i>	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan	Perbedaan dengan penelitian yang akan di lakukan menggunakan metode

⁵⁸ Irna Sari, "Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha (Studi pada Pasar Butung Makassar)", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017).

	Syekh Nurjati Cirebon,(2016).		observasi, wawancara, dokumentasi. Dan menggunakan teori etika bisnis.	penelitian kuantitatif
3.	Taufik Ginanjar Hidayat, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Walisongo Semarang, (2016).	<i>Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Sayur Di Pasar Tradisional Mranggen.</i>	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori etika bisnis islam dan Sumber data yang di gunakan sama.	Perbedaannya dengan penelitian yang akan di lakukan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif
4.	Siti Mina Kusnia, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, (2015).	<i>Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.</i>	Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang di lakukan peneliti adalah sama-sama menggunakan teori etika bisnis islam dan teknik pengumpulan data yang sama.	Yang membedakan dengan penelitian yang di lakukan yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif
5.	Desi Mita Mardianti, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember, (2017).	<i>Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Konsumen Di Toko Karunia Desa Glundengan Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember</i>	sama-sama menggunakan teori bisnis islam, yang kemudian beberapa cara teknik pengumpulan data yang sama.	Perbedaannya adalah dalam penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode kuantitatif, dan juga ada beberapa teori yang tidak sama.
6.	Lilik Megawati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	<i>Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Upaya Mempertahankan</i>	persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan	Perbedaan diantaranya penelitian yang akan peneliti

	IAIN Jember, (2017).	<i>Kepercayaan Konsumen Dalam Jual Beli Furniture Di Industri Meubel UD. HS. Bondowoso</i>	diantaranya teori etika bisnis dan jenis penelitian lapangan yang sama juga beberapa metode lain yang sama.	lakukan itu menggunakan metode kuantitatif selanjutnya teori yang digunakan dalam penelitian dan beberapa metode yang tidak sama.
7.	Diah Sulistiyani, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, (2015).	<i>Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim</i>	Sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan objek penelitian yang sama yaitu pada pedagang.	Perbedaannya adalah penelitian yang akan menggunakan variabel-variabel berbeda.
8.	Hilmy Khoirotn Nisa', Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2019)	<i>Pengaruh Etika Bisnis Islam Pedagang Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Legi Citra Niaga Jombang</i>	Persamaannya adalah sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam dan menggunakan metode penelian kuantitatif.	Perbedaannya adalah penelitian yang peneliti lakukan menggunakan regresi linear berganda dan teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode purposive sampling dengan menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel.
9.	Umi Mursidah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	<i>Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di</i>	Persamaannya adalah sama-sama menggunakan	Perbedaannya adalah peneliti dalam teknik pengambilan

	Universitas Islam Negeri Raden Intang Lampung, (2017).	<i>Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)</i>	teori etika bisnis islam dan menggunakan metode penelian kuantitatif.	sampelnya menggunakan metode <i>purposive sampling</i> dengan menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel dan juga responden yang digunakan hanya pedagang baju saja.
10.	Irna Sari, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, (2017).	<i>Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha (Studi pada Pasar Butung Makassar)</i>	Persamaannya adalah sama-sama menggunakan teori etika bisnis Islam.	perbedaannya adalah peneliti menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode <i>purposive sampling</i>

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari pemaparan penelitian terdahulu di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penelitian terdahulu menyatakan bahwa pengetahuan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku pedagang. Dengan demikian hal ini akan menjadi penguat bagi penelitian ini yang akan membandingkan perilaku pedagang sebelum dan sesudah mengetahui etika bisnis Islam.

B. KAJIAN TEORI

1. Pengertian Etika Bisnis

Menelusuri asal usul etika tak lepas dari asal kata *ethod* dalam Bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*costum*) atau karakter

(*character*).⁵⁹ Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat (*Ethics is the science of good and bad*). Etika yang baik itu mencakup:

- a. Kejujuran (*Honesty*): Mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
- b. Ketetapan (*Reliability*): Janjinya selalu tepat, tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat dan syarat.
- c. Loyalitas: setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiaannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan rumah tangganya.
- d. Disiplin: Tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.⁶⁰

Standar baik buruk menurut ajaran Islam berbeda dengan ukuran-ukuran lainnya. Untuk menilai apakah sesuatu perbuatan itu baik atau buruk, juga harus diperhatikan kriteria (bagaimana cara melakukan perbuatan itu). Penggunaan kriteria (cara melakukan perbuatan) itu dapat dirujuk kepada ketentuan Al-Qur'an.⁶¹

Dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha.⁶²

Sedangkan secara etimologi bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau

⁵⁹ Badroen, *Etika Bisnis*, 4.

⁶⁰ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011), 133.

⁶¹ Suhrawardi K. Lubis, *Etika Profesi Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), 39.

⁶² Muhammad Ismail Yunanto, *Mengagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002), 15.

sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.⁶³

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Sedangkan titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggungjawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam arti kebebasan yang terbatas. Dengan kebebasan tersebut manusia mampu memilih antara yang baik dan jahat, benar dan salah, halal dan haram.⁶⁴

2. Teori Etika

Pelaku usaha dapat memperoleh ilmu etika melalui teori etika, selain pengalaman dan informasi moral yang diterima.

a. Etika Deontologi

Menurut teori ini beberapa prinsip moral itu bersifat mengikat bagaimanapun akibatnya. Etika ini menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada dirinya

⁶³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 28.

⁶⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis*, 70.

sendiri. Teori ini menekankan kewajiban sebagai tolak ukur bagi penilaian baik atau buruknya perbuatan manusia, dengan mengabaikan dorongan lain seperti rasa cinta atau belas kasihan. Terdapat tiga kemungkinan seseorang memenuhi kewajibannya yaitu: karena nama baik, karena dorongan tulus dari hati nurani, serta memenuhi kewajibannya.

Deontologist menetapkan aturan, prinsip dan hak berdasarkan pada agama, tradisi, atau adat istiadat yang berlaku yang menjadi tantangan dalam penerapan *deontological* di sini adalah menentukan yang mana tugas, kewajiban, hak, prinsip yang didahulukan.

b. Etika Teleologi

Teori ini mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang mau dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan konsekuensi yang ditimbulkannya baik dan berguna. Apabila kita akan memutuskan apa yang benar, kita tidak hanya melihat konsekuensi keputusan tersebut dari sudut pandang kepentingan kita sendiri. Tantangan yang sering dihadapi dalam penggunaan teori ini adalah kesulitan dalam mengevaluasi semua kemungkinan konsekuensi dari keputusan yang diambil.

c. Etika hak

Etika hak memberi bekal kepada pebisnis untuk mengevaluasi apakah tindakan, perbuatan dan kebijakan bisnisnya telah tergolong baik atau buruk dengan menggunakan kaidah hak seseorang. Hak

seseorang sebagai manusia tidak dapat dikorbankan oleh orang lain atau statusnya.

Etika hak mempunyai sifat dasar dan asasi (*human rights*), sehingga etika hak tersebut merupakan hak yang: (1) tidak dapat dicabut atau direbut karena sudah ada sejak manusia itu ada; (2) tidak tergantung dari persetujuan orang; (3) merupakan bagian dari eksistensi manusia di dunia.

d. Etika keutamaan

Etika ini lebih mengutamakan pembangunan karakter moral pada diri setiap orang. Nilai moral bukan muncul dalam bentuk adanya aturan berupa larangan atau perintah, namun dalam bentuk teladan moral yang nyata dipraktekkan oleh tokoh-tokoh tertentu dalam masyarakat. Keuntungan teori ini bahwa para pengambil keputusan dapat dengan mudah mencocokkan dengan standar etika komunitas tertentu untuk menentukan sesuatu itu benar atau salah tanpa ia harus menentukan kriteria terlebih dahulu (dengan asumsi telah ada kode perilaku).⁶⁵

3. Etika Bisnis Perspektif Islam

Etika bisnis islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan

⁶⁵ Erni R. *Business Ethics* (Bandung: Alfabeta, 2011), 12.

perusahaan. Dalam membicarakan etika bisnis islam adalah menyangkut “*Business firm*” dan atau “*Business person*”, yang mempunyai arti bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan jadi, etika bisnis islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran islam.

Karakteristik standar moral bisnis harus: 1) tingkah laku yang diperhatikan dari konsekuensi serius untuk kesejahteraan manusia, 2) memperhatikan validitas yang cukup tinggi dari bantuan atau keadilan. Etika untuk berbisnis secara baik dan *fair* dengan menegakkan hukum dan keadilan secara konsisten, konsekuen setia pada prinsip-prinsip kebenaran, keadaban dan bermartabat.⁶⁶

a. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam hukum Islam disebutkan bagaimana prinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis islam merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-Qur’an, hadist, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqih. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam mencakup:

1) Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan

⁶⁶ Aziz, *Etika Bisnis*, 35.

bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.⁶⁷ Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah: 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اْعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ.

Artinya: “hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegaskan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum men-dorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa”.⁶⁸

Pengertian adil dalam islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rosulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah).

Seorang pedagang atau pembisnis harus memiliki jiwa yang adil, diantaranya:

a) Tidak melakukan deskriminasi

Tidak ada hak istimewa atau superioritas (kelebihan) bagi individu atau bangsa tertentu. Namun tidak berarti bahwa umat manusia selalu harus memiliki hak dan kewajiban yang sama untuk mendapatkan keuntungan dari alam semesta. Sebagai seorang pedagang atau pembisnis tidak boleh

⁶⁷ Aziz, *Etika Bisnis*, 46.

⁶⁸ Kementerian Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah* (Surabaya: Halim Publishing dan Distributing, 2014), 108.

memperlakukan baik konsumen atau mitra kerjanya dengan berbeda karena alasan suku ras dan agama. Terutama pada pedagang saat melayani konsumen tidak boleh membedakan.⁶⁹

b) Transparansi

Transparansi atau keterbukaan dalam berbisnis merupakan kunci keberhasilan. Apapun bentuknya, transparansi dan kejujuran tetap menjadi prinsip utama sampai saat ini. Transparansi terhadap konsumen adalah ketika seorang pedagang terbuka mengenai mutu, kuantitas, kualitas, komposisi dan lain-lain agar tidak merugikan konsumen. Prinsip keterbukaan ini juga berlaku terhadap mitra kerja. Seorang yang diberi amanat untuk mengerjakan sesuatu harus melaporkan hasil kerjanya dan tidak menyembunyikannya. Transparansi baik dalam laporan keuangan, maupun laporan lain yang relevan.⁷⁰

Dalam dunia bisnis, transparansi bisa juga ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan, baik ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi) yang kemudian diperbaiki secara terus menerus, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu (baik kepada diri sendiri, teman sejawat,

⁶⁹ Diah Sulistiyani, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis", 22.

⁷⁰ Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 01, No.1 (Desember, 2015), 38.

perusahaan maupun mitra kerja). Termasuk memberikan informasi yang penuh kebohongan adalah iklan-iklan di media tulis dan elektronik. Bisnis yang dipenuhi kebohongan dan komunikasi tidak akan mendapat rahmat dan barokah dari Allah SWT.⁷¹

c) *Profit Balance*

Seorang pedagang atau pembisnis muslim selain mencari keuntungan di dunia juga harus seimbang dengan mencari keuntungan di akhirat. Untuk memperoleh *profit balace* dengan memenuhi atau mematuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum maupun etika dan adat.⁷²

Konsep *equilibrium* juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Al Qur'an memang tidak membantah kecintaan terhadap kehidupan duniawi, karena merupakan suatu proses yang alami. Tetapi dibalik itu Al Qur'an mengungkapkan bahwa selain kehidupan di dunia masih ada kehidupan di akhirat. Pandangan hidup islami itu tidak terbatas hanya pada hidup materialistik yang berakhir pada kematian orang di dunia.⁷³ Oleh karenanya konsep keseimbangan berarti menyerahkan kepada para pengusaha muslim untuk bisa

⁷¹ Muhammad Syafii Antonio, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), 121-123.

⁷² Khusnul Khotimah, "Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2017), 19.

⁷³ Mohammad Hidayah, *Fiqih Perdagangan Bebas* (Jakarta: Teraju, 2003), 3.

merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat. Seperti mengeluarkan zakat, shodaqoh dll.

Terwujudnya keadilan adalah misi diutusny para Rosul. Oleh karenanya Nabi Muhammad SAW selalu tegas dalam menegakkan keadilan dalam berbisnis. Wujud keadilan dalam berbisnis meliputi keadilan kepada konsumen dengan tidak melakukan penipuan dan merugikannya. Wujud keadilan bagi karyawan memberikan upah yang adil bagi karyawan, tidak mengeksploitasinya dan menjaga hak-haknya. Selain itu keadilan dalam berbisnis adalah bersih dari adanya unsur riba karena menyebabkan unsur eksploitasi dari yang kaya kepada yang miskin.⁷⁴

2) Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan

⁷⁴ Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam", 39.

dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.⁷⁵

Seorang pedagang atau pembisnis memiliki hak bebas untuk menjalankan bisnisnya, akan tetapi juga harus memandang ajaran atau aturan yang berlaku dengan tidak merugikan pihak lain diantaranya:

a) Persaingan yang Sehat

Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya.⁷⁶

b) Tidak Memainkan Harga dan Monopoli

Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, sehingga pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja mempermainkannya.

⁷⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 46.

⁷⁶ Norvadewi, "Bisnis Perspektif Islam", 38.

Harga sebuah komoditas (barang atau jasa) ditentukan oleh penawaran dan permintaan, perubahan yang terjadi pada harga berlaku juga ditentukan oleh terjadinya perubahan permintaan dan perubahan penawaran. Harus diyakini nilai konsep islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak manapun untuk menentukan harga, kecuali karena adanya kondisi darurat yang kemudian menuntut pihak-pihak tertentu untuk ambil bagian menentukan harga.

Konsep ini juga menentukan bahwa pasar islami harus bisa menjamin adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di pasar, berikut perangkat faktor-faktor produksinya. Hal ini dimaksudkan untuk menjamin adanya pendistribusian kekuatan ekonomi dalam sebuah mekanisme yang proposional. Otoritas pasar tidak bisa membatasi elemen pasar pada peran industri tertentu atau sejumlah industri tertentu, kerana hal ini hanya akan membawa kepada adanya perilaku monopolistik, di mana produktivitas sebuah industri dapat dibatasi untuk kepentingan keniakan harga ataupun lainnya.⁷⁷

c) Persetujuan Mutual

Kebebasan dalam berdagang membutuhkan persetujuan bersama, kebersamaan dan kesepakatan dari semua pihak yang

⁷⁷ Diah Sulistiyani, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam", 25.

melakukan kesepakatan. Persetujuan yang komplit antara pihak-pihak yang berkepentingan dianggap sebagai prasyarat bagi terwujudnya legalitas dari semua transaksi, baik mulai dari legalitas tempat bisnis dan barang atau jasa yang digunakannya. Jika dalam transaksi tidak terpenuhi syarat ini maka itu sama artinya dengan memakan makanan dengan cara yang batil.

Kesepakatan mutual ini akan menghindari semua bentuk paksaan. Kesepakatan mutual mengharuskan tidak adanya paksaan dalam proses transaksi manapun. Agar sebuah dealing menjadi menjadi *legitimate*, kesepakatan akhir dalam kesepakatan itu harus lepas dari paksaan model apapun. Dengan kata lain, hanya transaksi bisnis yang lepas dari paksaan dan intimidasi, ketidakadilan dan eksploitasi inilah yang dianggap sebagai transaksi bisnis yang halal.⁷⁸

3) Prinsip Tanggungjawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas

⁷⁸ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), 95.

dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.⁷⁹ Hal ini sesuai dengan apa yang ada didalam Al-Qur'an surat Al-Muddassir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya: “*Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.*”

Prinsip tanggungjawab dalam berdagang atau berbisnis sangat memainkan peran yang fundamental dalam berbisnis, karena tanpa tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur. Sebagai seorang pedagang atau pembisnis yang bertanggung jawab harus mempunyai kredibilitas yang tinggi dan integritas moral yang baik untuk membangun kepercayaan yang baik kepada konsumen atau mitra kerjanya. Berikut sifat tanggungjawab yang harus dimiliki pedagang atau pembisnis diantaranya:

a) Memiliki Kredibilitas yang Tinggi

Kredibilitas merupakan kualitas, kapabilitas, atau kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan konsumen. Dalam perusahaan kredibilitas didefinisikan sebagai seberapa jauh konsumen percaya bahwa suatu perusahaan mampu

⁷⁹ Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Ekosiana, 2004), 30.

merancang dan menghadirkan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan.⁸⁰

Di mata konsumen atau mitra bisnis, seorang pedagang pembisnis akan kredibel jika:

- (1) Memenuhi janji membayar tagihan sesuai dengan waktu yang ditetapkan.
- (2) Memenuhi janji membayar upah dan bonus karyawan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- (3) Melanggengkan kerja sama jangka panjang.
- (4) Memenuhi takaran ataupun ukuran sesuai dengan spesifikasi yang disepakati.
- (5) Memenuhi ketentuan-ketentuan dalam surat atau akad perjanjian (*memorandum of understanding*).

Sifat kredibel merupakan *amanah* yang juga identik dengan komitmen. Semua kesepakatan, akad, ataupun perjanjian bisnis didasarkan pada komitmen bersama. Seseorang dianggap cedera komitmennya kalau ia tidak melaksanakan hal-hal yang sudah disepakati bersama.⁸¹

b) Memiliki Integritas yang Baik

Integritas adalah suatu pola pikir dan karakter yang sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku. Integritas

⁸⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2008), 203.

⁸¹ Muslim Kelana, *Muhammad SAW Is A Great Entrepreneur* (Bandung: Dinar Publishing, 2008), 70.

diri berkaitan dengan sikap selalu mengedepankan tanggung jawab, kepercayaan dan kesetiaan terhadap janji. Sebagai seorang pedagang atau pembisnis integritas mengharuskan seorang pedagang untuk bersikap jujur dan transparan, berani, bijak sana dan bertanggung jawab dalam melakukan transaksi bisnis.⁸²

Integritas seseorang pembisnis atau pedagang akan terbentuk dari sejauh mana orang tersebut dapat memelihara *amanah* yang diberikan kepadanya. Pembisnis yang baik adalah yang mampu memelihara integritasnya, dan integritas yang terpelihara akan menimbulkan kepercayaan (*trust*) bagi konsumen maupun mitra kerjanya.⁸³

Wujud dari etika ini adalah terbangunnya transaksi yang bertanggungjawab. Nabi menunjukkan integritas yang tinggi dalam memenuhi segenap klausul kontraknya dengan pihak lain seperti dalam hal pelayanan kepada pembeli, pengiriman barang secara tepat waktu, dan kualitas barang yang dikirim. Disamping itu, beliau pun kerap mengaitkan suatu proses ekonomi dengan pengaruhnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Untuk itu, ia melarang diperjual

⁸² Arfah Salwah, dkk, "Pengaruh Komitmen, Integritas dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai serta dampaknya pada Kinerja Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh", *Jurnal Magister Manajemen*, Vol 2, No. 1, (Januari, 2018), 59.

⁸³ Muslim Kelana, *Muhammad SAW is A Great*, 70.

belikannya produk-produk tertentu (yang dapat merusak masyarakat dan lingkungan).⁸⁴

4. Perilaku Pedagang

a. Perilaku Pedagang Dalam Jual Beli

Perilaku manusia adalah suatu aktivitas dari manusia itu sendiri. Jadi, perilaku pedagang adalah segala aktivitas yang dilakukan oleh pedagang dalam kegiatan perdagangan. Pada hakekatnya perilaku mencerminkan akhlak (etika) seseorang. Atau dengan kata lain, perilaku berelasi dengan etika. Apabila seseorang taat pada etika, berkecenderungan akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakannya. Tanpa kacuali dalam aktivitas bisnis (perdagangan).⁸⁵

Nabi Muhammad SAW merupakan pelaku bisnis yang menjadi model terbaik dalam praktik perniagaan di zaman Jahiliyah. Keberhasilan Nabi Muhammad dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian dan perilakunya, dimana Nabi selalu menerapkan nilai-nilai etika dalam berdagang. Etika bisnis nabi dalam praktik bisnisnya antara lain: Kejujuran, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi praktik *gharar*, tidak melakukan penimbunan barang (*ikhtikar*), tidak melakukan *al ghabn* dan *tadlis*, dan saling menguntungkan.⁸⁶

⁸⁴ Muslich, *Etika Bisnis*, 31.

⁸⁵ Djakfar, *Anatomi*, 70.

⁸⁶ Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rasulullah", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 19, Nomor 1, (2011), 146.

1) Tepat Dalam Penyampaian Kualitas

Sesungguhnya Allah SWT telah menganjurkan kepada manusia khususnya kepada para pedagang untuk berlaku jujur dalam menyampaikan kualitas barang dagangan. Ketidakjujuran dalam menyampaikan kualitas merupakan wujud kecurangan dalam perdagangan, sekalipun tidak begitu nampak kerugian dan kerusakan yang diakibatkannya pada manusia tetap saja diharamkan oleh Allah SWT dan Rasul-Nya. Sebagaimana firman Allah Q.S Asy Syu'araa (26): (181-183).

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi ini dengan membuat kerusakan.” (Q.S Asy Syu'araa (26): (181-183)

2) Tidak Melakukan *Al Ghabn* dan *Tadlis*

Al-ghabn artinya *al-khada* (penipuan), yakni membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga rata-rata. Sedangkan *tadlis* yaitu penipuan yang dilakukan oleh pihak penjual atau pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan ketika terjadi transaksi.

Oleh sebab itu, Rasulullah SAW selalu memperingatkan kepada para pedagang untuk tidak mengobral janji atau

berpromosi secara berlebihan yang cenderung mengada-ngada, apalagi dengan sumpah palsu semata-mata agar barang dagangannya laris terjual. Karena jika seorang pedagang berani bersumpah palsu, akibat yang akan menimpa dirinya hanyalah kerugian.⁸⁷

3) Saling Menguntungkan (*Mutualistis*)

Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam bisnis para pihak harus merasa untung dan puas. Etika ini pada dasarnya mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Seorang produsen ingin memperoleh keuntungan, dan seorang konsumen ingin memperoleh barang yang bagus dan memuaskan, maka sebaiknya bisnis dijalankan dengan saling menguntungkan.⁸⁸

Jual beli dalam perdagangan merupakan bagian dari *ta'awun* (saling menolong). Bagi pembeli menolong penjual yang membutuhkan uang (keuntungan), sedangkan bagi penjual juga berarti menolong pembeli yang sedang membutuhkan barang.

Menurut Imam Al Ghazali ada enam sifat perilaku yang terpuji dilakukan dalam perdagangan baik dari sisi penjual maupun pembeli, yaitu:

- 1) Tidak mengambil laba lebih banyak, seperti yang lazim dalam dunia dagang, yaitu menjual barang lebih murah dari saingan atau sama dengan pedagang lain yang sejenis.

⁸⁷ Diah Sulistiyani, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis", 45.

⁸⁸ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis*, 27.

- 2) Membayar harga agak lebih mahal kepada pedagang miskin, ini adalah amal yang lebih baik dari pada sedekah biasa. Jika membeli barang dari seorang penjual yang miskin maka lebihkanlah pembayaran dari harga semestinya.
- 3) Memurahkan harga atau memberi potongan kepada pembeli yang miskin, ini akan memiliki pahala yang berlipat ganda.
- 4) Bila membayar hutang, pembayarannya dipercepat dari waktu yang ditentukan.
- 5) Membatalkan jual beli, jika pihak pembeli menginginkannya. Ini sesuai dengan prinsip bahwa pembeli adalah raja. Sebab penjual harus menjaga hati langganannya agar langganannya puas, kepuasan konsumen adalah target perdagangan.
- 6) Bila menjual bahan pangan kepada orang miskin secara cicilan, maka jangan ditagih bila orang miskin itu tidak mampu membayarnya dan membebaskan mereka dari hutang jika meninggal dunia.⁸⁹

4) Empati Pada Konsumen

Yaitu perhatian secara individual yang diberikan pedagang kepada konsumen seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen, dan usaha pedagang untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya.

⁸⁹ Nurdin, Muslim dkk, *Moral Kognisi Islam* (Bandung: CV ALFABETA, 2013), 177.

5) Pelayanan

Menurut Kotler, pelayanan merupakan sesuatu yang menyenangkan yang diberikan pada orang lain yang disertai dengan keramahan dalam bersikap serta kemudahan-kemudahan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan merupakan suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Pelayanan yang baik dan berkualitas kepada konsumen, akan membuat konsumen puas dan dihargai sehingga konsumen akan menjadi pelanggan tetap perusahaan, demikian juga sebaliknya.⁹⁰

6) Menghindari proses yang diharamkan dalam Islam

Komoditas yang diperjualbelikan adalah barang yang baik dan halal. Allah SWT memerintahkan hambanya umat Islam agar senantiasa mengkonsumsi, memproduksi dan mendistribusikan serta bertransaksi barang barang dagangan yang halal lagi baik. Seperti yang kita ketahui bahwa segala sesuatu diciptakan oleh Allah SWT untuk digunakan dan melayani manusia, namun bukan berarti kita bebas tanpa batas melanggar larangannya, meskipun produksi barang yang diharamkan dalam Islam mampu memberikan keuntungan yang lebih tinggi.⁹¹

⁹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, (Jakarta : PT. Prehallindo, edisi 8 jilid 2. 1995), 119.

⁹¹ M. Nur Rianto Al-Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi* (Jakarta: Kencana, 2010), 161-162.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

1. Profil Pasar Tanjung

a. Letak Geografis

Pasar Tanjung terletak di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, lebih tepatnya berada di jalan H. Samanhudi No. 442 B, No telp 0331-488865 dan kode pos 68131. Sementara lokasi Pasar Tanjung berada di tengah jantung kota Jember antara lain sebagai berikut:⁹²

- 1) Sebelah Selatan : Jalan Trunoyo
- 2) Sebelah Utara : Pasar Johar (Jl. Untung Suropati)
- 3) Sebelah Timur : Jalan Dr. Wahidin
- 4) Sebelah Barat : Jalan Samhudi

Jarak pasar Tanjung dari beberapa pasar dan toko sebagai berikut:

- 1) Lokasi pasar Tanjung berada di jantung Kota Kabupaten Jember
- 2) Jarak pertokoan ke Matahari Departemen Store 0,5 Km
- 3) Jarak pasar Tanjung ke pasar Tegal Besar 2 Km
- 4) Jarak pasar Tanjung ke Pasar Mangli 5 Km
- 5) Jarak pasar Tanjung ke pasar Kepatihan 1,5 Km

⁹² Makalah, *Sistematika Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember*, Jember: Unit Pasar Tanjung, 2012), 3

b. Sejarah Berdirinya Pasar Tanjung

Kabupaten Jember dinyatakan lahir pada tahun 1982 namun situasi dan kondisi daerah sampai dengan lahirnya kemerdekaan RI tahun 1945 belum begitu nampak terjadinya perubahan yang signifikan. Pasar Tanjung adalah pasar tradisional terbesar di Kabupaten Jember yang tepatnya berada di Kecamatan Kaliwates. Pasar Tanjung berada di tengah-tengah kota dan merupakan pasar utama atau induk yang melayani bermacam-macam komoditi perdagangan kebutuhan masyarakat. Dulu pasar Tanjung belum mempunyai nama dan hanya disebut pasar Jember karena nama tersebut baru diwujudkan setelah tumbang orde lama ke orde baru.

Pembangunan pasar Tanjung Berdasarkan realisasi SK DPR GR Kabupaten Jember tanggal 20 September 1971 No. 08/IX/DPRGR yang melaksanakan Policy Bupati. Jember dalam nota APBD tahun 1971/1972 tanggal 12 Juli 1971 dengan keputusan biaya pembanguana secara gotong royong antara penghuni dengan pemerintah diantara biaya 25% ditanggung oleh pemerintah dan 75% ditanggung sendiri oleh penghuni.

Untuk melaksanakan pembangunan dibentuk pembangunan pasar Tanjung berdasarkan SK Bupati tanggal 04 September 1972 No. SEK/III/35/1972 yang kemudian disempurnakan kembali SK Bupati 04 Juli 1974 No. 44 Tahun 1974, hanya menampung pedagang selama pembangunan pasar Tanjung yang sebelumnya menempati

pasar Tanjung lama maka dibuat pasar penampung sementara yang beralamat di Jl. Dr. Wahidin, Jl. H. Samanhudi, Jl. W.R. Suprtaman pada tanggal 19 November 1972 sebanyak 990 los dengan perincian sebagai berikut.

- 1) Ukuran 2x3 (los tertutup) sebanyak 480 los
- 2) Ukuran 2x1,5 (los terbuka) sebanyak 180 los
- 3) Ukuran 1x1,5 (los terbuka) sebanyak 330 los

Pada tanggal 18-24 Januari 1973, para pedagang diperintahkan untuk mengosongkan pasar Tanjung lama dan menempati pasar penampungan sementara. Peletakan batu pertama oleh Bupati Jember dilaksanakan pada tanggal 19 April 1973 dan pada tanggal 22 April 1976 pasar Tanjung baru mulai ditempati oleh para penghuni pasar yang terdiri dari para pedagang Tanjung dan pasar Johar. Peresmian pasar Tanjung oleh Bapak Menteri dalam Negeri pada tanggal 03 Mei 1976 dan bersamaan dengan peresmian proyek-proyek pembangunan pemerintah Jember seperti Masjid Jami' Al Baitul Amien, lapangan olahraga bulu tangkis (*Sport Hall*) serta pembentukan kota administratif Kabupaten Jember. Adapun luas pasar Tanjung Kabupaten Jember sebagai berikut:

- 1) Luas Tanah seluruhnya : 25,10 m²
- 2) Luas Bangunan : 24.970 m²
- 3) Terdiri atas dan bawah : 22.970 m²
- 4) Lantai 3 (tiga) : 2000 m²

Adapun status tanah atau bangunan pasar Tanjung sebagai berikut:

- 1) Nama pemegang hak pemerintah Kabupaten Jember
- 2) Sertufikat Nomor: 4490 than 1987
- 3) Tanggal 28 Agustus 1987

Perkembangan pedagang atau pertumbuhan pedagang hingga saat ini sangat pesat sekali, karena pasar Tanjung merupakan pasar VIP di Kabupaten Jember yang sangat berpotensi sekali melayani kebutuhan, keperluan masyarakat perkotaan maupun pedesaan dan masyarakat lainnya. Produk yang dijual belikan di pasar Tanjung berupa elektronik, konveksi, sembako, daging sapi, daging ayam, ikan basah/kering, sayur, buah, dan lain-lain.⁹³

c. Visi dan Misi

1) Visi

Meningkatkan Penerimaan Pendapatan Asli Daerah Sendiri (PDAS) khususnya retribusi yang bertumpu pada golongan yang demokratis, efisien dan pelayanan yang prima dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah yang nyata dan bertanggungjawab.

2) Misi

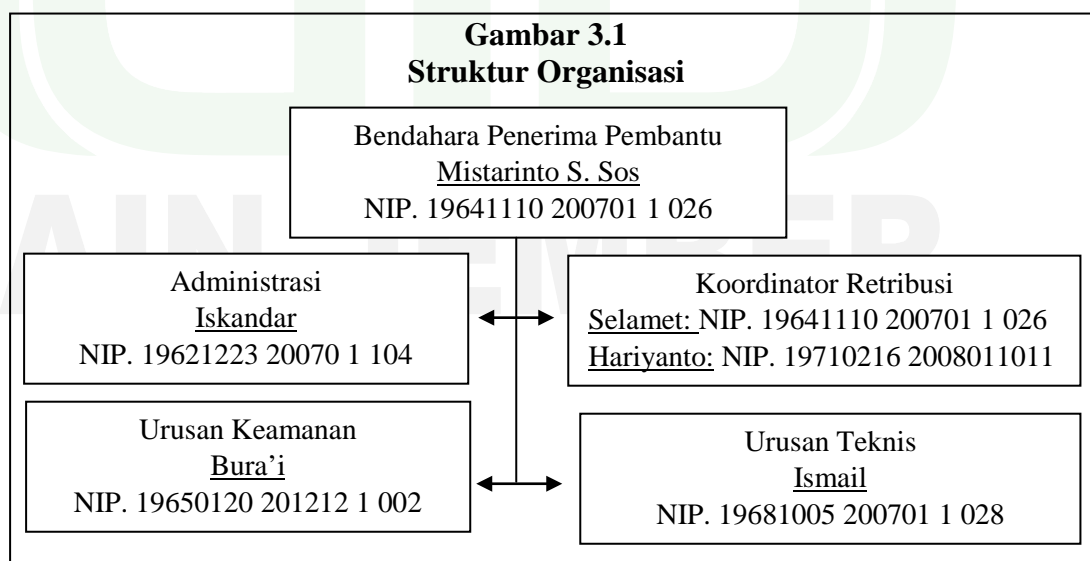
- a) Pemberdayaan daya dan partisipasi pedagang sebagai penerima fasilitas berupa sarana bangunan sebagai tempat kegiatan usahanya, guna ikut membangun dan memperbaiki

⁹³ Ibid., 6.

sarana yang sudah ada berupa toko atau kios yang berada di pasar.

- b) Mewujudkan pelaksanaan mekanisme kerja yaitu dengan pengawasan dan pengendalian dalam upaya peningkatan pendapatan dan mencegah kebocoran.
- c) Mewujudkan tertib administrasi pemasukan retribusi pasar.
- d) Mewujudkan keterampilan dan kedisiplinan petugas selaku ujung tombak dalam memungut retribusi pasar.
- e) Mewujudkan kesadaran masyarakat atau pedagang untuk membayar retribusi pasar.
- f) Mewujudkan pelayanan prima kepada pengguna fasilitas pasar baik para pedagang, maupun pembeli.
- g) Mewujudkan peningkatan koordinasi yang baik dengan instansi terkait.⁹⁴

d. Struktur Organisasi Pasar Tanjung



⁹⁴ Makalah, *Sistematika*, 04.

B. PENYAJIAN DATA

1. Uji Deskriptif

a. Uji Deskriptif Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3.1

Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	59	34.3	34.3	34.3
perempuan	113	65.7	65.7	100.0
Total	172	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.1 menunjukkan bahwa jenis kelamin responden bisa dijelaskan sebagai berikut, responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 59 orang dan menggambarkan 34,3% dari keseluruhan responden dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 113 orang dan menggambarkan 65,7% dari keseluruhan responden. Jadi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jenis kelamin responden yang paling banyak adalah perempuan.

b. Uji Deskriptif Responden berdasarkan Umur

Tabel 3.2

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-29 tahun	62	36.0	36.0	36.0
30-39 tahun	76	44.2	44.2	80.2
40-49 tahun	34	19.8	19.8	100.0
Total	172	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.2 diatas menunjukkan bahwa usia responden bisa dijelaskan dengan kisaran usia yaitu antara 20 sampai 29 tahun sebanyak 62 responden dan menggambarkan 36% dari keseluruhan responden; antara 30 sampai 39 tahun sebanyak 76 responden dan menggambarkan 44,2% dari keseluruhan responden; antara 40 sampai 49 tahun sebanyak 34 responden dan menggambarkan 19,8% dari keseluruhan responden.

c. Uji Deskriptif Responden berdasarkan Pendidikan

Tabel 3.3
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	26	15.1	15.1	15.1
SMP	53	30.8	30.8	45.9
SMA/SMK	52	30.2	30.2	76.2
d3	26	15.1	15.1	91.3
S1	15	8.7	8.7	100.0
Total	172	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.3 diatas menunjukkan bahwa pendidikan responden bisa dijelaskan berdasarkan jenis pendidikan antara lain SD sebanyak 26 responden dan menggambarkan 15,1% dari keseluruhan responden; SMP sebanyak 53 responden dan menggambarkan 30,8% dari keseluruhan responden; SMA/MA sebanyak 52 responden dan menggambarkan 30,2% dari keseluruhan responden; Diploma sebanyak 26 responden dan menggambarkan 15,1% dari keseluruhan responden;

S1 sebanyak 15 responden dan menggambarkan 8,7% dari keseluruhan responden.

d. Uji Deskriptif Responden berdasarkan lama berdagang

Tabel 3.4
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Berdagang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-5 tahun	55	32.0	32.0	32.0
6-10 tahun	77	44.8	44.8	76.7
>10 tahun	40	23.3	23.3	100.0
Total	172	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.4 diatas menunjukkan bahwa lama berdagang responden bisa dijelaskan berdasarkan lama berdagang antara lain 1 s/d 5 tahun sebanyak 55 orang dan menggambarkan 32% dari keseluruhan responden, 6 s/d 10 tahun sebanyak 77 orang dan menggambarkan 44,8% dari keseluruhan responden dan > 10 tahun sebanyak 40 orang dan menggambarkan 23,3% dari keseluruhan responden.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *Degree of Freedom* (df) = $n-2$, $172-2=170$ dengan taraf signifikansi 5% (0,05) di dapat 0,149. Jika r hitung > r tabel maka butir soal pernyataan dalam koesioner dapat dikatakan valid.

Hasil uji validias Instrumen sebagai berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	Alpha (a)	r- hitung	r- tabel	Ket
Keseimbangan (<i>Equilibrium</i>)	X1.P1	0,05	0,711	>0,149	Valid
	X1.P2	0,05	0,670	>0,149	Valid
	X1.P3	0,05	0,726	>0,149	Valid
	X1.P4	0,05	0,702	>0,149	Valid
	X1.P5	0,05	0,632	>0,149	Valid
Kehendak Bebas (<i>Free Will</i>)	X2.P6	0,05	0,599	>0,149	Valid
	X2.P7	0,05	0,736	>0,149	Valid
	X2.P8	0,05	0,737	>0,149	Valid
	X2.P9	0,05	0,768	>0,149	Valid
	X2.P10	0,05	0,724	>0,149	Valid
Tanggung Jawab (<i>Responsibility</i>)	X3.P11	0,05	0,533	>0,149	Valid
	X3.P12	0,05	0,653	>0,149	Valid
	X3.P13	0,05	0,723	>0,149	Valid
	X3.P14	0,05	0,791	>0,149	Valid
	X3.P15	0,05	0,632	>0,149	Valid
Perilaku Pedagang	Y1.P16	0,05	0,796	>0,149	Valid
	Y1.P17	0,05	0,589	>0,149	Valid
	Y1.P18	0,05	0,753	>0,149	Valid
	Y1.P19	0,05	0,753	>0,149	Valid
	Y1.P20	0,05	0,848	>0,149	Valid
	Y1.P21	0,05	0,831	>0,149	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2019.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa seluruh instrument kuesioner dalam penelitian ini dapat dikatakan valid yaitu dengan melihat nilai r hitung yang lebih besar dari pada nilai r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai

Cronbach Alpha > 0,60. Uji reliabilitas menggunakan bantuan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.6
Uji Reliabilitas X1 (*Equilibrium*)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	5

Sumber : Data primer diolah, 2019.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan sebesar $0,721 > 0,60$. Dengan demikian, variabel *equilibrium* ini dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3.7
Uji Reliabilitas X2 (*Free Will*)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	5

Sumber : Data primer diolah, 2019.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan sebesar $0,760 > 0,60$. Dengan demikian, variabel *free will* ini dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3.8
Uji Reliabilitas X3 (*responsibility*)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.691	5

Sumber : Data primer diolah, 2019.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan sebesar $0,691 > 0,60$. Dengan demikian, variabel *Responsibility* ini dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3.9
Uji Reliabilitas Y (Perilaku Pedagang Baju)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.859	6

Sumber : Data primer diolah, 2019.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan sebesar $0,859 > 0,60$. Dengan demikian, variabel perilaku pedagang baju ini dapat dikatakan reliabel.

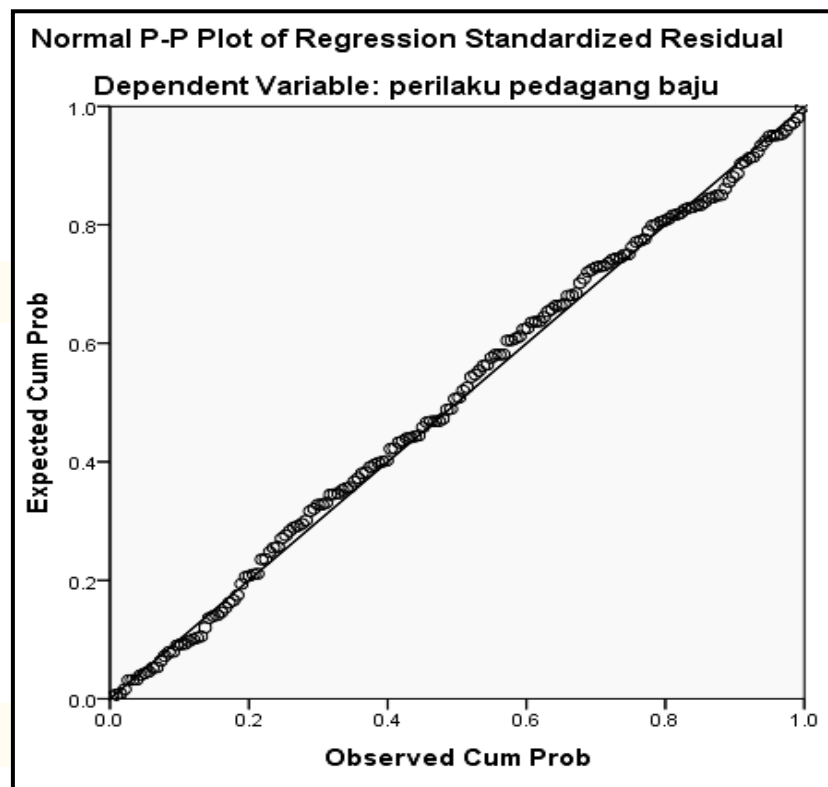
C. ANALISIS DAN PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran titik – titik pada sumbu diagonal grafik. Analisis dengan melihat grafik histogram normal probability plot dan *kolmogorov smirnov test*. Bila pada probability plot titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah diagonal maka regresi berdistribusi Normal. Tapi jika titik-titik tersebut jauh dari garis diagonal, maka regresi tidak berdistribusi Normal. Berikut hasil Uji Normalitas data dengan menggunakan bantuan SPSS 22 :

Gambar 3.2
Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-Plot



Sumber: Data primer diolah, 2019.

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar Normal P-P Plot di atas dapat disimpulkan bahwa (data) residual terdistribusi normal. Hal ini dikarenakan sebaran titik-titik pada gambar hasil uji normalitas di atas mendekati atau mengikuti pada garis lurus (diagonal).

Selain itu, hasil uji normalitas bisa juga diketahui dengan metode *kolmogorov smirnov test* sebagai berikut :

Tabel 3.10
Hasil Uji Normalitas dengan
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		172
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.90637420
Most Extreme Differences	Absolute	.036
	Positive	.031
	Negative	-.036
Test Statistic		.036
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari hasil output diatas dapat di lihat bahwa nilai dari data tersebut nilai asyp. Sig (2 tailed) $0,2 > 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak jadi tidak ada data yang tidak terdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

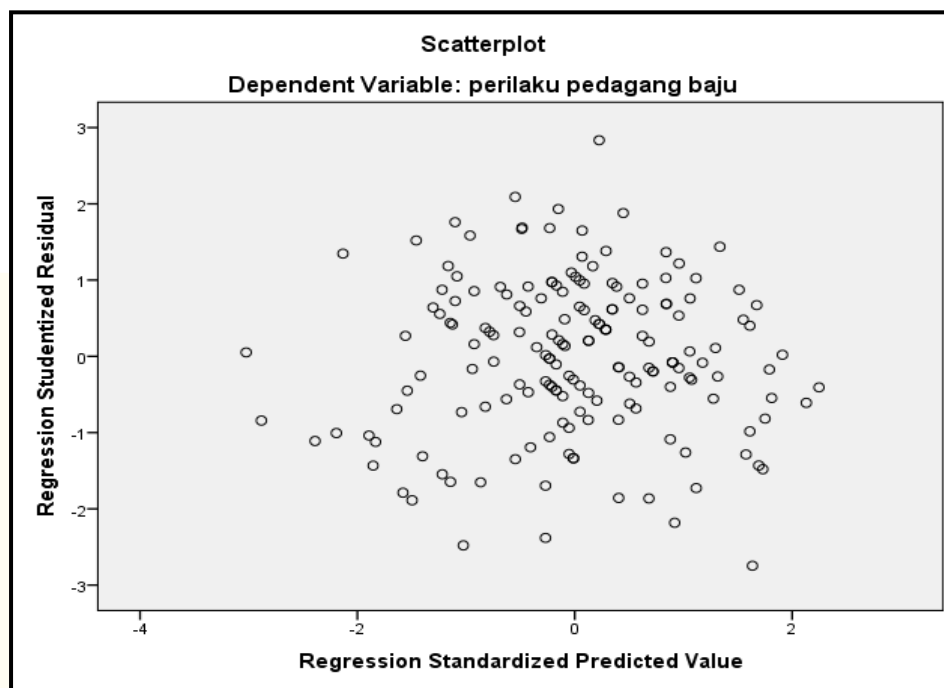
Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain.

Dasar pengambilan keputusan adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik meyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut hasil Uji Heteroskedastisitas data dengan menggunakan bantuan SPSS 22:

Gambar 3.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot



Sumber: Data primer diolah, 2019.

Dari gambar di atas dapat terlihat bahwa sebaran titik tidak membentuk suatu pola/alur tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsi klasik tentang heteroskedastisitas dalam model ini terpenuhi, yaitu terbebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 3.11
Hasil Uji Heterorkedastisitas dengan Uji *Glejser*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.208	1.188		2.701	.008
equilibrium	.012	.050	.018	.229	.819
free will	.027	.047	.054	.574	.566
Responsibilit y	-.085	.051	-.157	-1.658	.099

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data primer diolah, 2019.

Dari hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser* hasil signifikansi dari variabel bebas sebesar 0,819 (X1), 0,566 (X2) dan 0,099 (X3). Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai sig variabel lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Masalah Multikolinieritas muncul jika terdapat hubungan yang kuat di antara satu atau lebih variabel independen dalam model metode uji menggunakan nilai VIF. Pada umumnya jika VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Dan begitupun sebaliknya, jika VIF lebih dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Berikut hasil Uji Multikolinieritas data dengan menggunakan bantuan SPSS 22 :

Tabel 3.12

Hasil Uji Multikolinieritas Menggunakan VIF

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.853	2.020		1.413	.160		
equilibrium	-.217	.086	-.123	-2.538	.012	.979	1.021
free will	.220	.080	.162	2.743	.007	.661	1.512
responsibility	1.016	.088	.687	11.607	.000	.656	1.524

a. Dependent Variable: perilaku pedagang baju
Sumber: Data primer diolah, 2019.

Nilai VIF untuk variabel *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* adalah 1.021 (X1), 1.512 (X2) dan 1,524 (X3). Sedangkan nilai

tolerance adalah 0,979 (X1), 0,661 (X2) dan 0,656 (X3). Karena nilai VIF dari ketiga variabel tidak ada yang lebih besar dari 10 maka dapat dikatakan bahwa ketiga variabel tersebut bebas dari masalah multikolinieritas. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini dikatakan baik karena terbebas dari adanya multikolinieritas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil estimasi analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 22, maka dalam proses perhitungannya diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3.13

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.853	2.020		1.413	.160		
equilibrium	-.217	.086	-.123	-2.538	.012	.979	1.021
free will	.220	.080	.162	2.743	.007	.661	1.512
responsibility	1.016	.088	.687	11.607	.000	.656	1.524

a. Dependent Variable: perilaku pedagang baju
Sumber: Data primer diolah, 2019.

Tabel di atas dapat menjelaskan estimasi regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan SPSS 22 maka dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 2,853 + -0,217 X_1 + 0,220 X_2 + 1,016 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Perilaku Pedagang Baju

$X_1 = \text{Equilibrium}$

$X_2 = \text{Free Will}$

$X_3 = \text{Responsibility}$

$e = \text{Error}$

Dari hasil persamaan linier berganda di atas dapat dijelaskan bahwa :

- a. (Nilai Konstanta) sebesar 2,853 menyatakan bahwa jika nilai *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* konstan (tetap) , maka tingkat perilaku pedagang baju adalah sebesar 2,853
- b. Nilai koefisien variabel X_1 *equilibrium* sebesar -0,217 tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang, menyatakan bahwa jika variabel *equilibrium* mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tidak akan meningkatkan perilaku pedagang baju sebesar -0,217 dengan asumsi nilai variabel lain tetap atau nol.
- c. Nilai koefisien variabel X_2 *free will* sebesar 0,220 berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang, menyatakan bahwa jika variabel *free will* mengalami kenaikan sebesar 1%, maka akan meningkatkan perilaku pedagang baju sebesar 0,220 dengan asumsi nilai variabel lain tetap atau nol. Artinya apabila pedagang baju di pasar Tanjung meningkatkan penerapan prinsip *free will* dengan baik misalkan pedagang bersaing secara sehat, tidak memfitnah pedagang lainnya kepada pembeli, tidak memaksakan pembeli untuk membeli dagangannya, maka dapat menjadikan perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember semakin baik sehingga dapat meningkatkan

hasil output dengan maksimal dan menambah keberkahan dari terciptanya *antaraddin*, selain itu juga akan berdampak kepada pembeli yang merasa nyaman belanja baju di pasar Tanjung.

- d. Nilai koefisien variabel X3 *responsibility* sebesar 1,016 berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang, menyatakan bahwa jika variabel *responsibility* mengalami kenaikan sebesar 1%, maka akan meningkatkan perilaku pedagang baju sebesar 1,016 dengan asumsi nilai variabel lain tetap atau nol. Artinya apabila pedagang baju di pasar Tanjung meningkatkan penerapan prinsip *responsibility* dengan baik misalkan pedagang bertanggung jawab atas barang apa yang dijual, bertanggung jawab saat terjadi kerusakan pada baju yang dijualnya dengan mengganti, maka hal itu dapat menjadikan perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember semakin baik sehingga dapat meningkatkan hasil output dengan maksimal dan berdampak kepada pembeli yang merasa nyaman, aman dan percaya belanja baju di pasar Tanjung.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi yakni suatu nilai yang menggambarkan total variasi dari Y (variabel terikat) dari suatu persamaan regresi nilai koefisien determinasi yang benar menunjukkan bahwa regresi tersebut mampu menjelaskan secara benar pula untuk menunjukkan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai *Adjusted R Square*.

Tabel 3.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 Adjusted Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	.614	.607	2.932

a. Predictors: (Constant), responsibility, equilibrium, free will

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,614. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku pedagang baju (Y) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas atau independent yaitu *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* dengan presentase sebesar 61,4%. Sedangkan sisanya ($100\% - 61,4\% = 38,6\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4. Uji Regresi Simultan (Uji F)

Uji f digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Dalam hal ini penulis menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05) yang artinya:

- Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka ada pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun nilai f tabel dalam penelitian ini dalam penelitian ini adalah 2,66 Nilai tersebut didapatkan dari $df1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$ (Pembilang). $df2 = n - k = 172 - 4 = 168$ (Penyebut). Nilai k merupakan jumlah variabel bebas dan terikat. Berikut adalah hasil Uji F dengan menggunakan SPSS 22:

Tabel 3.15
Hasil Uji Regresi Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2297.858	3	765.953	89.087	.000 ^b
	Residual	1444.439	168	8.598		
	Total	3742.297	171			

a. Dependent Variable: perilaku pedagang baju

b. Predictors: (Constant), responsibility, equilibrium, free will

Sumber: Data primer diolah, 2019

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa nilai f hitung sebesar 89,087 dengan nilai signifikansi 0,000. Maka probabilitas jauh lebih kecil dari pada 0,05% ($0,000 < 0,05$). Dan f hitung $>$ f tabel ($89,087 > 2,66$).

Maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas yang meliputi *equilibrium* (X1), *free will* (X2) dan *responsibility* (X3) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung (Y) Kabupaten Jember. Artinya prinsip *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* memiliki relevansi dalam berdagang. Prinsip-prinsip yang menjadi variabel dalam penelitian ini merupakan nilai-nilai imprevatif dalam berdagang. Tidak melakukan diskriminasi terhadap pembeli dari segi apapun dan siapapun, tidak memaksakan kehendak pembeli untuk membeli, melakukan persaingan yang sehat dalam berdagang, serta bertanggung jawab akan menimbulkan daya tarik dan nilai tersendiri untuk pedagang yang akan menyebabkan semakin banyaknya pelanggan.

5. Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji keberhasilan koefisien regresi secara parsial. Uji ini dilakukan untuk menyatakan apakah variabel bebas (X) secara tunggal berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *Coefficient* pada kolom sig yang. Dalam hal ini penulis menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05). Yang artinya:

- a. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (H_a diterima dan H_0 ditolak)
- b. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (H_a ditolak dan H_0 diterima)

Tabel 3.16
Hasil Uji Regresi Parsial (t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.853	2.020		1.413	.160
Equilibrium	-.217	.086	-.123	-2.538	.012
free will	.220	.080	.162	2.743	.007
Responsibility	1.016	.088	.687	11.607	.000

a. Dependent Variable: perilaku pedagang baju

Adapun nilai t tabel dalam penelitian ini adalah 1,653 nilai tersebut didapatkan dari rumus dk atau $df = n - k = 172 - 4 = 168$. Berikut adalah hasil uji t:

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai t pada variabel *equilibrium* (X1) adalah sebesar -2,538 dengan tingkat signifikansi 0,012. Karena t hitung $-2,538 < t$ tabel 1,653 dan tingkat signifikansi $0,012 < 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *equilibrium* secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.
- b. Nilai t pada variabel *free will* (X2) adalah sebesar 2,743 dengan tingkat signifikansi 0,007. Karena t hitung $2,743 > t$ tabel 1,653 dan tingkat signifikansi $0,007 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *free will* secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.
- c. Nilai t pada variabel *responsibility* (X3) adalah sebesar 11,607 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena t hitung $11,607 > t$ tabel 1,653 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *responsibility* secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

D. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat satu variable yaitu *equilibrium* yang tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember. Variable *free will* dan *responsibility*

yang berpengaruh terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember. Pembahasan dalam penelitian ini adalah:

- a. Pengaruh prinsip *equilibrium* terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial terhadap variabel *equilibrium*, diperoleh perbandingan yaitu t hitung sebesar -2,538 dengan tingkat signifikansi 0,012. Karena t hitung $-2,538 < t$ tabel 1,653 dan tingkat signifikansi $0,012 < 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *equilibrium* secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

Penelitian ini mendukung penelitian yang di lakukan sebelumnya oleh Umi Mursidah yang memiliki kesimpulan bahwa variabel *equilibrium* tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang di Pasar Betung. Dalam hasil penelitiannya Umi Mursidah menyebutkan bahwa variabel *equilibrium* tidak berpengaruh dikarenakan beberapa hal, yakni berdasarkan hasil observasi menyebutkan bahwa pedagang cenderung tidak menghiraukan prinsip kejujuran. Pasalnya pedagang memberikan harga yang berbeda pada setiap pembeli yang berbeda juga meskipun barang yang ditawarkan jika dilihat dari kualitas dan kuantitas tetap sama.

Penerapan etika bisnis islam di pasar Tanjung jika ditinjau dari prinsip *equilibrium* yang dijadikan tolak ukur penerapan etika bisnis

Islam di pasar Tanjung belum di terapkan dengan baik oleh para pedagang baju karena kurangnya pengetahuan etika bisnis islam terutama prinsip *equilibrium*. Namun bukan berarti semua pedagang tidak mengerti tentang prinsip *equilibrium*, terdapat beberapa pedagang yang mengerti terhadap prinsip etika bisnis Islam. Akan tetapi dalam prakteknya etika bisnis Islam tidak menjadi perhatian utama bagi mereka dalam berdagang. Hal ini dapat terlihat pada realitas pedagang baju di Pasar Tanjung yang selalu memberikan harga yang berbeda-beda pada setiap pembeli yang berbeda meskipun barang yang ditawarkan memiliki kualitas yang sama.

Sehingga dengan demikian, pada prinsip *equilibrium* ini pedagang baju di Pasar Tanjung tidak memperhatikannya. Padahal menurut Abdul Aziz dalam bukunya yang berjudul Etika Bisnis Perspektif Islam menyatakan bahwa prinsip keseimbangan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.⁹⁵

Berdasarkan uraian di atas jelas bahwa pedagang baju di Pasar Tanjung tidak sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 8 :

⁹⁵ Aziz, *Etika Bisnis*, 46.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ
 اٰغْدِلُوْا هُوَ اٰقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاَتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ

Artinya: “hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegaskan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum men-dorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa”.⁹⁶

Hal ini menunjukkan bahwa *equilibrium* yang diterapkan di pasar Tanjung tidak dapat mempengaruhi secara parsial terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung.

- b. Pengaruh prinsip *free will* terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial terhadap variabel *free will*, diperoleh perbandingan yaitu, *t* hitung sebesar 2,743 dengan tingkat signifikansi 0,007. Karena *t* hitung 2,743 > *t* tabel 1,653 dan tingkat signifikansi 0,007 < 0,05, maka *H_a* diterima dan *H₀* ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *free will* secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang baju di Pasar Tanjung Kabupaten Jember.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Diah Sulistiyani. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Diah variabel *free will* berpengaruh terhadap perilaku pedagang, dalam penelitian ini variabel *free will* juga berpengaruh terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung. Hal ini dikarenakan variabel *free will* sudah di terapkan

⁹⁶ Kementerian Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah* (Surabaya: Halim Publishing dan Distributing, 2014), 108.

cukup baik. Dapat dilihat dari hasil observasi yang dilakukan, sudah mulai banyak pedagang baju dalam berjualan bersaing secara sehat, pedagang berusaha membantu pembeli untuk memenuhi apa yang dibutuhkan pembeli meskipun di tokonya tidak ada barang yang diinginkan pembeli, dan pedagang juga tidak memaksakan atau memojokkan pembeli untuk membeli barang dagangannya, meskipun masih ada sebagian pedagang yang kurang menerapkan prinsip ini.

Dalam prinsip etika bisnis Islam variabel *free will* di pasar Tanjung sudah di terapkan cukup baik oleh pedagang baju. Dalam teori muamalah yang baik dijelaskan, Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya.⁹⁷

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Seorang pedagang atau pembisnis memiliki hak bebas untuk menjalankan bisnisnya, akan tetapi

⁹⁷ Norvadewi, "Bisnis Perspektif Islam", 38.

juga harus memandang ajaran atau aturan yang berlaku dengan tidak merugikan pihak lain.⁹⁸

Dari hasil uraian pembasahan diatas menunjukkan bahwa prinsip *free will* terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung dapat mempengaruhi secara parsial.

- c. Pengaruh prinsip *responsibility* terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial terhadap variabel *responsibility*, diperoleh perbandingan yaitu, t hitung sebesar 11,607 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena t hitung $11,607 > t$ tabel 1,653 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *responsibility* secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

Dalam hasil penelitian ini prinsip tanggung jawab sudah diterapkan dengan baik oleh pedagang baju di pasar Tanjung. Penerapan etika bisnis islam di pasar Tanjung jika ditinjau dari prinsip *responsibility* yang dijadikan tolak ukur telah di terapkan dengan baik oleh para pedagang baju. Hal ini sebagaimana terlihat berdasarkan observasi penulis menunjukkan bahwa pedagang baju di pasar Tanjung sangat responsif terhadap keluhan para pembeli barangnya, misalkan jika terjadi kesalahan atau kekeliruan dalam transaksi (ukuran baju terlalu besar,

⁹⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 46.

terlalu kecil atau tidak sesuai dengan yang diharapkan pembeli) maka pedagang cenderung menerima kembali barang yang salah tersebut dengan catatan diganti barang lain di tempat yang sama (membuat kesepakatan di awal). Artinya pedagang baju di pasar Tanjung memahami dan menerapkan prinsip tanggung jawab yang baik. Selain itu, pedagang baju di Pasar Tanjung juga cekatan dalam merespon pertanyaan atau pernyataan calon pembeli dengan sikap gegas dan ramah.

Kesimpulan di atas sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Umi Mursidah yang menyatakan bahwa prinsip tanggung jawab berpengaruh terhadap perilaku pedagang di Pasar Betung. Sedangkan secara teoritis, Islam memandang bahwa setiap diri seseorang akan bertanggung jawab terhadap apa saja yang dilakukannya selama menjalani hidup di dunia, yakni sebagaimana Allah SWT firmankan dalam Al-Qur'an surat Al-Muddassir ayat 38 yang artinya sebagai berikut:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya: *“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.”*

Ayat diatas menunjukkan bahwa kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan

tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.⁹⁹

Dalam penelitian ini variable *responsibility* responden dominan menjawab setuju dengan pernyataan berdasarkan indikator apa adanya dan benar dalam kuisisioner. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip *responsibility* mempunyai pengaruh langsung terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung kabupaten Jember.

- d. Analisis variabel *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara simultan.

Berdasarkan Uji f (Uji Simultan) dapat disimpulkan bahwa variabel *equilibrium*, *free will*, dan *responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung. Terbukti perhitungan atau pengujian hasil kuesioner dengan bantuan program SPSS 22 diperoleh hasil nilai f hitung sebesar 89,087 dan f tabel sebesar 2,66 dengan nilai signifikansi 0,000. Maka $f \text{ hitung } 89,087 > f \text{ tabel } 2,66$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Diperoleh kesimpulan bahwa variabel *equilibrium*, *free will*, *responsibility* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember. Dengan demikian, apabila variabel *equilibrium*, *free will*, *responsibility*

⁹⁹ Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Ekosiana, 2004), 30.

lebih diperhatikan maka perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember akan lebih baik.

Sebagaimana dalam teori dijelaskan Karakteristik standar moral bisnis harus: 1) tingkah laku yang diperhatikan dari konsekuensi serius untuk kesejahteraan manusia, 2) memperhatikan validitas yang cukup tinggi dari bantuan atau keadilan. Etika untuk berbisnis secara baik dan *fair* dengan menegakkan hukum dan keadilan secara konsisten, konsekuen setia pada prinsip-prinsip kebenaran, keadaban dan bermartabat.¹⁰⁰ Menurut pepatah orang jujur akan '*senang menyalakan lilin daripada menutup kegelapan*'. Maksudnya ia akan senantiasa berpegang pada kaidah-kaidah kebenaran dan menjauhkan diri dari kebohongan yang akan mengantarkan pada kegelapan.

Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis islam yakni *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* memiliki relevansi dalam berdagang. Keseimbangan, kehendak bebas dan tanggungjawab adalah menjadi nilai-nilai impretatif dalam berdagang. Yang dapat sejalan dengan norma-norma atau etika bisnis Islam yang baik.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Diah Sulistiyani. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara bersama-sama variabel *equilibrium*, *free will*, *responsibility* berpengaruh terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

¹⁰⁰ Aziz, *Etika Bisnis*, 35.

- e. Analisis besaran pengaruh prinsip *equilibrium*, *free will* dan *responsibility* terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

Dengan menggunakan uji *Adjusted R Square* menghasilkan nilai sebesar 0,614 atau 61,4%. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya besar pengaruh *equilibrium*, *free will*, *responsibility* sebesar 61,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut besar pengaruhnya terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung. Adapun sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.



BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial terhadap variabel *equilibrium*, diperoleh perbandingan yaitu t hitung sebesar $-2,538$ dengan tingkat signifikansi $0,012$. Karena t hitung $-2,538 < t$ tabel $1,653$ dan tingkat signifikansi $0,012 > 0,05$, Sehingga dapat disimpulkan bahwa *equilibrium* secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

Tidak berpengaruhnya variabel *equilibrium* hal ini terlihat prakteknya etika bisnis Islam tidak menjadi perhatian utama bagi mereka dalam berdagang. Hal ini dapat terlihat pada realitas pedagang baju di Pasar Tanjung yang selalu memberikan harga yang berbeda-beda pada setiap pembeli yang berbeda meskipun barang yang ditawarkan memiliki kualitas yang sama.

2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial terhadap variabel *free will*, diperoleh perbandingan yaitu, t hitung sebesar $2,743$ dengan tingkat signifikansi $0,007$. Karena t hitung $2,743 > t$ tabel $1,653$ dan tingkat signifikansi $0,007 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *free will* secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember

Variabel *free will* berpengaruh terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember, hal ini dikarenakan variabel *free will* sudah di terapkan cukup baik. Dapat dilihat dari hasil observasi yang dilakukan, sudah mulai banyak pedagang baju dalam berjualan bersaing secara sehat, pedagang berusaha membantu pembeli untuk memenuhi apa yang dibutuhkan pembeli meskipun di tokonya tidak ada barang yang di inginkan pembeli, dan pedagang juga tidak memaksakan atau memojokkan pembeli untuk membeli barang dagangannya, meskipun masih ada sebagian pedagang yang kurang menerapkan prinsip ini.

3. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial terhadap variabel *responsibility*, diperoleh perbandingan yaitu, t hitung sebesar 11,607 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena t hitung $11,607 > t$ tabel 1,653 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *responsibility* secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

Variabel *responsibility* berpengaruh terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember. Hal ini sebagaimana terlihat berdasarkan observasi penulis menunjukkan bahwa pedagang baju di pasar Tanjung sangat responsif terhadap keluhan para pembeli barangnya, misalkan jika terjadi kesalahan atau kekeliruan dalam transaksi (ukuran baju terlalu besar, terlalu kecil atau tidak sesuai dengan yang diharapkan pembeli) maka pedagang cenderung menerima kembali barang yang salah

tersebut dengan catatan diganti barang lain di tempat yang sama (membuat kesepakatan di awal).

4. Berdasarkan Uji f (Uji Simultan) diperoleh hasil nilai F hitung sebesar 89,087 dan f tabel sebesar 2,66 dengan nilai signifikansi 0,000. Maka f hitung $89,087 > f \text{ tabel } 2,66$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Diperoleh kesimpulan bahwa variabel *equilibrium, free will, responsibility* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember.
5. Dengan menggunakan uji *Adjusted R Square* menghasilkan nilai sebesar 0,614 atau 61,4%. Artinya besar pengaruh *equilibrium, free will, responsibility* sebesar 61,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut besar pengaruhnya terhadap perilaku pedagang baju di pasar tanjung. Adapun sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. SARAN

Di dalam agama Islam telah diatur kode etik yang seharusnya dilakukan oleh pedagang dalam menjalankan bisnisnya. Namun, pedagang baju di pasar Tanjung masih banyak yang belum memahami hal-hal apa saja yang diperbolehkan atau tidak di perbolehkan sesuai dengan etika yang di ajarkan Islam. Oleh sebab itu, diharapkan bagi setiap pedagang untuk lebih mendalami ajaran-ajaran Islam terutama dalam mengaplikasikannya di setiap transaksi sehingga tidak ada penyimpangan dalam jual beli dan akan terjadi sistem pasar yang sehat serta tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama RI, Kementerian. 2014. *Al Qur'an dan Terjemah*. Surabaya: Halim Publishing dan Distributing.
- Ahmad, Mustaq. 2003. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Al-Arif, M. Nur Rianto dan Amalia, Euis. 2010. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Anoraga, Pandji. 2011. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Antonio, Muhammad Syafii. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam, Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: ALFABETA.
- Azizah. 2016. "Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Skripsi*: Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati. Cirebon.
- Badroen, Faisal, DKK. 2007. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Direktori Pasar Tradisional dan Pusat Perbelanjaan*. Badan Pusat Statistik: Jakarta.
- Candrawati, Sri, A.A Ketut. 2015. "Pasar Modern dan Pasar Tradisional Dalam Gaya Hidup Masyarakat Di Kabupaten Tabanan Provinsi Bali". *Jurnal Ekonomi*.
- Dinas Pasar Kabupaten Jember, "Pasar Tanjung", <https://dinaspasar.jemberkab.net>, (10 Agustus 2019).
- Djakfar, Muhammad. 2009. *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika Dengan Realitas*. Malang: UIN Malang Press.
- Erni R. 2011. *Business Ethics*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafifah, Umi. 2015. "Transaksi Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Toko Baju Mas Bro Langensari Banjar Ciamis Jawa Barat". *Skripsi*: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Hasan, Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.

- Hasan, M. Iqbal. 2013. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayah, Mohammad. 2003. *Fiqih Perdagangan Bebas*. Jakarta: Teraju.
- Hidayat, Ginanjar, Taufik. 2016. “Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Sayur Di Pasar Tradisional Mranggen”. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Iskandar, *Wawancara*, Jember, 02 Juli 2019.
- Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksarra.
- K. Lubis, Suhrawardi. 2009. *Etika Profesi Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kelana, Muslim. 2008. *Muhammad SAW Is A Great Entrepreneur*. Bandung: Dinar Publising, 2008.
- Khoirotun, Nisa, Hilmy. 2019. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Pedagang Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Legi Citra Niaga Jombang”. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Khotimah, Khusnul. 2017. “Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta”. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo, edisi 8 jilid 2.
- Kusnia, Mina, Siti. 2015. “Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Makalah. 2012. *Sistematikan Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember*. Jember: Unit Pasar tanjung.
- Mardianti, Mita, Desi. 2017. “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Konsumen di Toko Karunia Desa Glundengan Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember”. *Skripsi*: Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Megawati, Lilik. 2017. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Upaya Mempertahankan Kepercayaan Konsumen Dalam Jual Beli Furniture Di Industri Meubel UD. HS. Bondowoso”. *Skripsi*: Institut Agama Islam Negeri Jember.

- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Mursidah, Umi. 2017. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)”. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Raden Intang Lampung.
- Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekosiana.
- Norvadewi. 2015. “Bisnis Dalam Perspektif Islam”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 01, No.1 (Desember).
- Notoatmodjo, Soekodjo. 1993. *Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nurdin, Muslim dkk. 2013. *Moral Kognisi Islam*. Bandung: CV ALFABETA.
- Penyusun, Tim. 2015. *Pedoman Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Ramadhani, Arum, Dyan. 2017. “Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)
- Rivai, Vietzal, Dkk. 2012. *Islamic Busines and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Saifullah, Muhammad. 2011. “Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rasulullah”, *Jurnal Eknomi dan Bisnis Islam*”. Volume 19, Nomor 1.
- Salwah, Arfah dkk. 2018. “Pengaruh Komitmen, Integritas dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai serta dampaknya pada Kinerja Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh”. *Jurnal Magister Manajemen*, Vol 2, No. 1. (Januari)
- Sari, Irna. 2017. “Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha (Studi pada Pasar Butung Makassar)”. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitaif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyani, Diah. 2015. “Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim”. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.

- Sulistuyani, Diah. 2015. “Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim”. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Susanto, Agus dan Sugiyono. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS*. Bandung: Alfabeta.
- Teguh, Muhammad. 2001. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Umar, Husein. 2017. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajafindo Persada.
- Untung, Budi. 2012. *Hukum dan Etika Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Widarjono, Agus. 2005. *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Yunanto, Ismail, Muhammad. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani.



IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

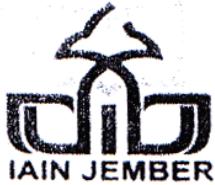
- Agama RI, Kementerian. 2014. *Al Qur'an dan Terjemah*. Surabaya: Halim Publishing dan Distributing.
- Ahmad, Mustaq. 2003. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Al-Arif, M. Nur Rianto dan Amalia, Euis. 2010. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Anoraga, Pandji. 2011. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Antonio, Muhammad Syafii. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam, Implemenntasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: ALFABETA.
- Azizah. 2016. "Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Skripsi*: Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati. Cirebon.
- Badroen, Faisal, DKK. 2007. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Direktori Pasar Tradisional dan Pusat Perbelanjaan*. Badan Pusat Statistik: Jakarta.
- Candrawati, Sri, A.A Ketut. 2015. "Pasar Modern dan Pasar Tradisional Dalam Gaya Hidup Masyarakat Di Kabupaten Tabanan Provinsi Bali". *Jurnal Ekonomi*.
- Dinas Pasar Kabupaten Jember, "Pasar Tanjung", <https://dinaspasar.jemberkab.net>, (10 Agustus 2019).
- Djakfar, Muhammad. 2009. *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika Dengan Realitas*. Malang: UIN Malang Press.
- Erni R. 2011. *Business Ethics*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafifah, Umi. 2015. "Transaksi Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Toko Baju Mas Bro Langensari Banjar Ciamis Jawa Barat". *Skripsi*: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Hasan, Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.

- Hasan, M. Iqbal. 2013. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayah, Mohammad. 2003. *Fiqih Perdagangan Bebas*. Jakarta: Teraju.
- Hidayat, Ginanjar, Taufik. 2016. “Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Sayur Di Pasar Tradisional Mranggen”. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Iskandar, *Wawancara*, Jember, 02 Juli 2019.
- Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksarra.
- K. Lubis, Suhrawardi. 2009. *Etika Profesi Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kelana, Muslim. 2008. *Muhammad SAW Is A Great Entrepreneur*. Bandung: Dinar Publising, 2008.
- Khoirotun, Nisa, Hilmy. 2019. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Pedagang Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Legi Citra Niaga Jombang”. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Khotimah, Khusnul. 2017. “Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta”. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo, edisi 8 jilid 2.
- Kusnia, Mina, Siti. 2015. “Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Makalah. 2012. *Sistematikan Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember*. Jember: Unit Pasar tanjung.
- Mardianti, Mita, Desi. 2017. “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Konsumen di Toko Karunia Desa Glundengan Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember”. *Skripsi*: Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Megawati, Lilik. 2017. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Upaya Mempertahankan Kepercayaan Konsumen Dalam Jual Beli Furniture Di Industri Meubel UD. HS. Bondowoso”. *Skripsi*: Institut Agama Islam Negeri Jember.

- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Mursidah, Umi. 2017. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)”. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Raden Intang Lampung.
- Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekosiana.
- Norvadewi. 2015. “Bisnis Dalam Perspektif Islam”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 01, No.1 (Desember).
- Notoatmodjo, Soekodjo. 1993. *Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nurdin, Muslim dkk. 2013. *Moral Kognisi Islam*. Bandung: CV ALFABETA.
- Penyusun, Tim. 2015. *Pedoman Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Ramadhani, Arum, Dyan. 2017. “Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)
- Rivai, Vietzal, Dkk. 2012. *Islamic Busines and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Saifullah, Muhammad. 2011. “Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rasulullah”, *Jurnal Eknomi dan Bisnis Islam*”. Volume 19, Nomor 1.
- Salwah, Arfah dkk. 2018. “Pengaruh Komitmen, Integritas dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai serta dampaknya pada Kinerja Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh”. *Jurnal Magister Manajemen*, Vol 2, No. 1. (Januari)
- Sari, Irna. 2017. “Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha (Studi pada Pasar Butung Makassar)”. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitaif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyani, Diah. 2015. “Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim”. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.

- Sulistuyani, Diah. 2015. “Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim”. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Susanto, Agus dan Sugiyono. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS*. Bandung: Alfabeta.
- Teguh, Muhammad. 2001. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Umar, Husein. 2017. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajafindo Persada.
- Untung, Budi. 2012. *Hukum dan Etika Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Widarjono, Agus. 2005. *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Yunanto, Ismail, Muhammad. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani.





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B.210/In.20/7.a/PP.00.9/04/2019
Lampiran : -
Perihal : **Izin Penelitian Skripsi**

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Sdr : **Pimpinan Dinas Perindustrian dan Perdagangan**
Kabupaten Jember

Di
TEMPAT

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana S-1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian kepada mahasiswa dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa	: Zaenal Abidin
NIM	: E20152114
Semester	: VIII
Prodi	: Ekonomi Syari'ah
Jurusan	: Ekonomi Islam
Alamat	: Dsn Krajan A Gambiran, RT/RW:001/012, Des Curah Kalong, Kec. Bangsalsari, Kab. Jember
No TLP	: 082233716308
Dosen Pembimbing	: Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I.
NIP	: 19690706 200604 1 001
Judul Skripsi	: "Studi Komparatif Perilaku Pedagang Baju Terhadap Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Di Pasar Tanjung dan Pasar Ambulu Kabupaten Jember"

Demikian Surat izin ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jember, 04 April 2019

an. Dekan,

Dekan Bidang Akademik
Dekan Bidang Pengembangan Lembaga



Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I.
19730830 199903 1 002



PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN JEMBER
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Letjen S Parman No. 89 ☎ 337853 Jember

Kepada

Yth. Sdr. Kepala Dinas Perindustrian dan
Perdagangan Kab. Jember
di -

J E M B E R

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 072/967/415/2019

Tentang

PENELITIAN

- Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi penelitian sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011;
2. Peraturan Bupati Jember No. 46 Tahun 2014 tentang Pedoman Penerbitan Surat Rekomendasi Penelitian Kabupaten Jember
- Memperhatikan : Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember tanggal 08 April 2019 Nomor : B-224/In.20/7.a/PP.00.9/04/2019 perihal Rekomendasi

MEREKOMENDASIKAN

- Nama / NIM. : Zaenal Abidin / E20152114
Instansi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember
Alamat : Jl. Mataram No. 1 Mangli Jember
Kebutuhan : Mengadakan penelitian untuk penyelesaian skripsi
Lokasi : UPT Pasar Tanjung dan UPT Pasar Ambulu
Waktu Kegiatan : April s/d Mei 2019

Apabila tidak bertentangan dengan kewenangan dan ketentuan yang berlaku, diharapkan Saudara memberi bantuan tempat dan atau data seperlunya untuk kegiatan dimaksud.

- . Kegiatan dimaksud benar-benar untuk kepentingan Pendidikan
- . Tidak dibenarkan melakukan aktivitas politik
- . Apabila situasi dan kondisi wilayah tidak memungkinkan akan dilakukan penghentian kegiatan.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Ditetapkan di : Jember

Tanggal : 09-04-2019

An. KEPALA BAKESBANG DAN POLITIK

KABUPATEN JEMBER

Kabid. Kajian Strategis dan Politis

ACHMAD DA'UD, S.Sos

Perbina

NIP. 19690912 199602 1 001

- Sehubungan :
Yth. Sdr. : 1. Dekan FEBI IAIN Jember;
2. Yang Bersangkutan.

Titik Persentase Distribusi F
Probabilita = 0.05

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>



Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

Titik Persentase Distribusi t
d.f. = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>



Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung




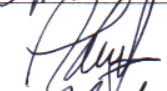
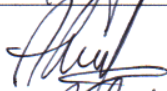
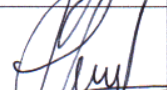
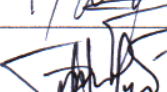
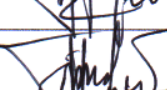
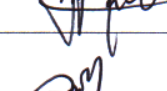

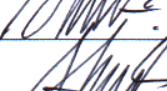
Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

JURNAL PENELITIAN

Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis dalam Islam (Equilibrium, Free Will, Responsibility) Terhadap Perilaku Pedagang Baju di Pasar Tanjung Kabupaten Jember

No.	Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
1.	04 April 2019	Penyerahan Surat Izin Penelitian ke Bakes Bangpol	
2.	05 April 2019	Penyerahan surat rekomendasi dari Bakes Bangpol ke Disperindag	
3.	10 April 2019	Pengambilan surat izin dari Disperindag	
4.	11 April 2019	Penyerahan surat izin penelitian ke Dinas Pasar Tanjung	
5.	03 Juli 2019	Observasi lapangan	
6.	08 Juli 2019	Wawancara mengenai sejarah, struktur dan visi misi pasar Tanjung ke dinas pasar Tanjung	
7.	17 September 2019	Menyebarkan kuesioner kepada pedagang baju	
8.	19 September 2019	Menyebarkan kuesioner kepada pedagang baju	
9.	20 September 2019	Menyebarkan kuesioner kepada pedagang baju	
10.	14 Oktober 2019	Permintaan surat izin selesai melakukan penelitian	
11.	17 Oktober 2019	Pengambilan surat izin selesai melakukan penelitian	

Jember, 18 Oktober 2019

a.n Plt. KEPALA DINAS PERINDUSTRIAN DAN
PERDAGANGAN KABUPATEN JEMBER



NIP. 19671229 199303 1 008

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Skala	Alat Ukur	Rumusan Masalah	Metode Penelitian
Pengaruh <i>Equilibrium</i>, <i>Free Will</i>, Dan <i>Responsibility</i> Terhadap Perilaku Pedagang Baju Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember	<i>Equilibrium</i> (Keadilan) (X2)	a) Tidak melakukan deskriminasi b) Transparansi c) <i>Profit Balance</i>	a. Primer - Wawancara - Observasi - Kuesioner - Dokumentasi	<i>Skala Likert</i>	S= Setuju SS= Sangat Setuju TS= Tidak Setuju STS= Sangat Tidak Setuju N=Netral	1. Apakah <i>equilibrium</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara parsial? 2. Apakah <i>free will</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara parsial? 3. Apakah <i>responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember secara parsial? 4. Apakah <i>equilibrium</i> , <i>free will</i> dan <i>responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten	1. Metode penelitian: Kuantitatif 2. Jenis penelitian analisis: <i>field research</i>) atau survey 3. Metode pengumpulan data: - Angket - Observasi - Wawancara - Dokumentasi 4. Lokasi penelitian: Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember
	<i>Free Will</i> (Kehendak Bebas) (X3)	a) Persaingan sehat b) Tidak memainkan harga dan monopoli c) Persetujuan Mutual	b. Sekunder - Kepustakaan - Jurnal				
	<i>Responsibility</i> (Tanggung Jawab) (X4)	a) Kredibilitas b) Integritas					
	<i>Ihsan</i> (Kebenaran) (X5)	a) Tepat dalam menyampaikan kualitas b) Tidak melakukan <i>al ghabn</i> dan <i>tadlis</i> c) Saling menguntungkan (mutualistic)					

	Prilaku Pedagang (Y)	<ul style="list-style-type: none"> d) Empati kepada konsumen e) Pelayanan f) Menghindari proses yang diharamkan dalam Islam 				<p>Jember secara simultan?</p> <p>5. Seberapa besar pengaruh etika bisnis dalam islam terhadap perilaku pedagang baju di pasar Tanjung Kabupaten Jember?</p>	<p>5. Teknik pengambilan sampel: <i>Purposive Sampling</i></p> <p>6. Instrumen penelitian: <i>T-test independen.</i></p>
--	----------------------	--	--	--	--	--	--

IAIN JEMBER

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Hal : Permohonan Pengisian Kuesioner

Yth : Bapak/Ibu Responden

Di Tempat.

Dengan Hormat,

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian pendidikan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember (IAIN), saya bermaksud mengadakan penelitian pada Pasar Tanjung dan Pasar Ambulu dengan judul **“Pengaruh *Equilibrium, Free Will dan Responsibility Terhadap Perilaku Pedagang Baju di Pasar Tanjung Kabupaten Jember*”**. Maka dengan segala kerendahan hati penulis, memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk sedikit meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner yang telah dilampirkan.

Penelitian ini semata-mata bersifat ilmiah, dan hanya dipergunakan untuk keperluan penyusunan skripsi. Disamping itu juga, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi penulis.

Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab semua pertanyaan yang ada secara jujur dan terbuka, mengingat data yang saya perlukan sangat besar sekali artinya. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas dan setiap jawaban responden.

Atas segala bantuan dan partisipasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan, saya ucapkan terimakasih.

Jember, 5 September 2019
Saya yang menyatakan

Zaenal Abidin
NIM. E20152114

KUESIONER

A. Isilah dengan tanda silang (X) Pada pertanyaan pilihan pada jawaban yang anda inginkan !

1. Identitas Diri

Nama :

Alamat :

Usia/ tgl lahir :

Jenis Kelamin :

- a. Laki-Laki
- b. Perempuan

Pendidikan :

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA/SMK
- d. D3
- e. S1

Lama Berjualan :

- a. 1 s/d 5 tahun
- b. 6 s/d 10 tahun
- c. > 10 tahun

*) Pilih salah satu dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang anda pilih

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Isilah jawaban di bawah ini dengan memberi tanda centang (√) pada kolom berikut yang sesuai dengan keadaan diri anda!

Keterangan Untuk Menjawab Pertanyaan		Skor
STS	Sangat tidak setuju	1
TS	Tidak setuju	2
N	Netral/ ragu-ragu	3
S	Setuju	4
SS	Sangat setuju	5

1. *Equilibrium*(keseimbangan)

No.	Pernyataan	S	SS	TS	STS	N
1.	Saya memberikan perlakuan secara purposional terhadap setiap konsumen atau mitra kerja tanpa membandingkan ras, suku, dan agama.					
2.	Saya menyampaikan kualitas mutu, kuantitas, dan kekurangan dari produk/barang saya dagangkan.					
3.	Saya sebagai pedagang muslim selalu mentaati norma agama, sehingga selain untuk mendapatkan keuntungan duniawi juga berharap mendapatkan keuntungan ukhrowi.					
4.	Saya memperlakukan karyawan dengan baik dan membayar upah kepada karyawan sesuai dengan kinerja yang dilakukan.					
5.	Saya menyisihkan sebagian hasil dari berdagang untuk bershodaqoh, infaq, dan zakat.					

2. *Free Will*(Kehendak Bebas)

No.	Pernyataan	S	SS	TS	STS	N
1.	Saya sebagai pedagang muslim mengetahui bahwa memiliki kebebasan individu di dalam mendapatkan pendapatan, dengan tidak mengenyampingkan kepentingan umum yaitu dengan menyalurkan zakat, infaq, dan shodaqoh					
2.	Dalam bersaing dengan pedagang lain, saya selalu memerhatikan prinsip-prinsip muamalah islam. Sehingga tidak menghalalkan segala cara dalam persaingan bebas.					
3.	Saya mengetahui bahwa islam melarang monopoli pasar dan memainkan harga sebagai bentuk interfensi untuk memperoleh keuntungan pribadi.					
4.	Saya harus mentaati peraturan dengan membayar dan melakukan perpanjangan hak izin tempat saya berdagang.					
5.	Saya tidak memaksa atau merebut pembeli untuk membeli yang saya jual.					

3. Responsibility(Tanggung Jawab)

No.	Pernyataan	S	SS	TS	STS	N
1.	Saya selalu bersifat komitmen terhadap semua kesepakatan, akad, ataupun perjanjian bisnis yang disepakati bersama.					
2.	Saya merespon pembeli dengan cekatan tanpa harus menunggu lama.					
3.	Saya selalu menekankan sifat amanah pada diri saya agar dapat memelihara kepercayaan (trust) konsumen maupun mitra kerja.					
4.	Saya menyerahkan barang dengan kualitas dan kuantitas atau spesifikasinya sesuai dengan perjanjian semula.					
5.	Saya melanggengkan kerjasama dengan para mitra kerja dalam waktu jangka panjang sebagai bentuk kredibilitas seorang pedagang.					

4. Perilaku Pedagang

No.	Pernyataan	S	SS	TS	STS	N
1.	Saya menjelaskan kondisi barang apa adanya kepada pembeli.					
2.	Saya tidak pernah melakukan promosi yang mengada-ngada dan melakukan sumpah palsu.					
3.	Berdagang bukan hanya untuk mencari keuntungan tapi juga untuk membantu menyediakan kebutuhan pembeli.					
4.	Saya sebagai pedagang harus bersifat toleran kepada pembeli ketika hendak melakukan penukaran barang yang dibeli sesuai kesepakatan.					
5.	Saya harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen dengan baik dan nyaman.					
6.	Saya tidak pernah menjual barang-barang yang haram dan dapat merugikan konsumen.					

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1	X2.1	X2.2	X2.3
4	4	5	4	4	21	4	4	4
4	4	4	5	4	21	3	4	3
4	4	4	5	4	21	4	4	4
4	4	4	5	5	22	3	3	3
4	4	3	3	3	17	4	4	4
4	3	3	4	3	17	3	3	3
4	4	3	4	4	19	4	3	4
4	4	4	3	4	19	4	3	3
5	3	3	4	3	18	4	3	3
4	3	4	3	4	18	3	2	3
4	3	4	3	4	18	3	2	2
4	3	3	2	3	15	3	1	2
3	4	4	4	4	19	3	4	3
4	3	3	3	4	17	4	3	2
4	4	4	4	4	20	4	2	3
4	4	5	5	3	21	3	3	4
4	4	4	3	3	18	3	4	3
4	3	3	4	4	18	4	4	3
5	3	5	4	5	22	4	3	3
4	4	4	4	4	20	3	3	3
4	4	4	3	3	18	3	1	3
3	4	4	4	5	20	3	2	1
5	4	3	4	4	20	2	1	2
4	5	4	4	3	20	3	2	1
2	1	2	3	3	11	3	4	3
4	4	4	3	3	18	3	2	3
4	4	4	3	3	18	4	2	3
4	4	4	3	4	19	4	2	4
4	5	4	5	4	22	4	1	4
4	4	4	3	3	18	4	3	2
4	5	5	5	4	23	3	4	4
4	5	5	4	2	20	3	3	4
4	4	4	3	3	18	3	2	3
4	4	4	4	4	20	3	3	3
5	4	4	3	3	19	3	2	3
4	4	5	4	4	21	3	4	3
5	5	5	4	4	23	4	2	3
5	5	5	5	5	25	4	3	4
5	4	5	5	4	23	3	4	3
4	4	5	4	4	21	3	3	3
5	4	4	3	5	21	3	1	2
4	5	5	4	4	22	3	1	1
4	4	4	3	3	18	4	3	3
4	4	4	3	3	18	3	4	3
5	4	4	5	5	23	3	2	3
4	4	4	3	3	18	3	4	4
5	4	2	3	3	17	2	2	3
4	4	4	4	5	21	4	3	4
4	4	4	4	3	19	4	3	3

4	4	5	4	4	21	4	2	3
5	5	5	4	4	23	2	2	3
4	5	5	5	4	23	3	3	2
4	4	5	4	4	21	2	2	1
4	4	4	5	4	21	3	2	2
4	3	3	4	4	18	3	4	3
5	5	4	4	4	22	4	4	3
4	4	4	4	4	20	4	3	4
5	4	4	3	3	19	3	4	3
5	5	5	4	4	23	3	2	2
4	5	5	4	5	23	4	3	3
4	4	5	4	4	21	4	2	4
4	4	4	3	3	18	3	2	2
5	5	3	4	4	21	2	2	2
5	5	4	5	5	24	2	2	1
4	5	5	4	4	22	4	3	2
4	4	4	4	4	20	4	3	3
5	5	4	4	3	21	4	3	3
3	3	5	5	4	20	3	3	4
5	5	4	3	5	22	3	3	3
5	5	4	4	3	21	2	3	3
4	5	4	5	4	22	3	2	2
4	4	3	4	2	17	4	3	3
4	5	5	5	4	23	2	2	3
4	4	4	5	4	21	4	4	4
4	4	4	5	5	22	3	3	3

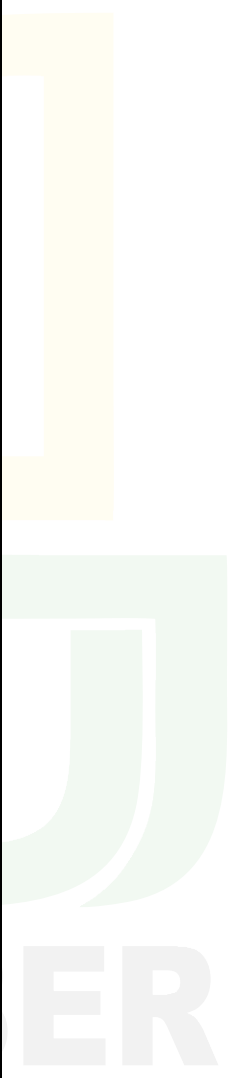


X2.4	X2.5	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
3	4	19	4	4	5	4	5	22
4	4	18	5	5	5	4	4	23
3	3	18	4	4	4	5	4	21
4	4	17	4	5	4	4	5	22
3	3	18	4	4	5	4	4	21
4	4	17	3	4	3	2	2	14
3	4	18	4	3	3	2	3	15
4	4	18	3	4	2	2	3	14
4	4	18	3	4	3	4	3	17
4	3	15	3	4	1	3	3	14
1	1	9	3	4	3	2	3	15
2	1	9	2	3	3	3	4	15
2	2	14	4	4	3	4	4	19
2	1	12	3	3	4	4	4	18
3	4	16	4	3	3	4	4	18
3	3	16	4	3	3	4	3	17
4	3	17	4	3	5	3	4	19
4	4	19	4	3	4	3	4	18
3	2	15	3	3	4	3	4	17
2	2	13	4	4	4	4	4	20
2	3	12	2	3	4	3	2	14
1	2	9	4	2	4	2	4	16
3	3	11	3	4	4	4	1	16
1	3	10	3	3	4	1	1	12
3	2	15	4	4	1	1	1	11
4	3	15	3	2	1	1	1	8
4	3	16	4	4	3	3	4	18
4	4	18	4	3	3	4	3	17
3	4	16	4	4	3	4	4	19
1	4	14	4	3	4	2	4	17
3	4	18	4	2	4	3	4	17
3	4	17	5	3	3	3	4	18
2	3	13	4	4	3	4	3	18
2	4	15	4	3	3	4	4	18
1	3	12	4	4	3	3	3	17
2	1	13	4	3	3	2	3	15
4	4	17	4	4	4	4	3	19
4	2	17	3	4	4	3	4	18
4	4	18	4	3	4	4	4	19
4	4	17	4	3	4	3	4	18
2	2	10	3	4	4	2	3	16
2	4	11	4	4	3	3	3	17
3	3	16	4	4	3	3	4	18
4	3	17	4	3	4	3	2	16
3	3	14	4	4	3	3	3	17
3	4	18	4	4	2	3	4	17
4	2	13	2	2	2	3	1	10
3	4	18	2	2	4	4	2	14
4	3	17	3	4	4	4	3	18

4	2	15	4	4	4	4	3	19
2	2	11	4	3	3	3	4	17
2	1	11	4	3	4	3	3	17
3	4	12	4	2	4	3	4	17
3	4	14	4	2	4	4	4	18
4	4	18	4	4	3	4	4	19
3	3	17	4	3	3	3	3	16
2	4	17	3	3	4	4	4	18
4	3	17	4	4	3	4	4	19
3	2	12	4	3	3	3	2	15
2	3	15	3	3	2	4	4	16
3	4	17	3	3	3	2	1	12
1	1	9	4	2	4	3	1	14
1	1	8	4	2	4	2	3	15
2	1	8	4	3	2	4	4	17
2	1	12	2	3	2	1	1	9
2	3	15	3	3	3	2	1	12
2	2	14	2	2	3	3	4	14
4	3	17	4	3	3	2	1	13
2	2	13	4	3	3	2	1	13
2	2	12	3	2	2	2	3	12
3	2	12	4	3	2	3	4	16
2	1	13	3	3	2	3	2	13
2	2	11	3	2	2	2	1	10
3	3	18	4	4	4	5	4	21
4	4	17	4	5	4	4	5	22



Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1	Y1
5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
5	3	3	4	3	3	21
4	4	4	4	4	4	24
2	4	3	2	2	2	15
3	3	3	4	3	3	19
3	4	3	3	3	3	19
3	4	3	3	3	3	19
3	4	2	4	3	3	19
3	4	2	3	3	3	18
4	3	1	2	4	4	18
4	4	4	3	4	4	23
4	3	3	2	4	4	20
4	3	2	3	4	4	20
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	4	4	4	23
4	3	4	3	4	4	22
4	3	3	3	4	4	21
4	4	3	1	4	4	20
2	3	1	2	2	2	12
4	2	2	2	4	4	18
1	4	1	2	1	1	10
1	3	2	2	1	1	10
1	4	4	2	1	1	13
1	2	2	1	1	1	8
4	4	2	2	4	4	20
3	3	2	1	3	3	15
4	4	1	3	4	4	20
4	3	3	3	4	4	21
4	2	4	3	4	4	21
4	3	3	1	4	4	19
3	4	2	4	3	3	19
4	3	3	2	4	4	20
3	4	2	2	3	3	17
3	3	4	2	3	3	18
3	4	2	4	2	2	17
4	4	3	3	1	1	16
4	3	4	4	2	2	19
4	3	3	3	3	3	19
3	4	1	2	1	1	12
3	4	1	3	1	1	13
4	4	3	3	2	2	18
2	3	4	2	2	2	15
3	4	2	3	3	3	18
4	4	4	3	4	4	23
1	2	2	2	1	1	9
2	2	3	1	2	2	12
3	4	3	1	3	3	17



3	4	2	2	3	3	17
4	3	2	3	4	4	20
3	3	3	3	3	3	18
4	2	2	3	4	4	19
4	2	2	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	3	3	3	19
4	3	3	3	4	4	21
4	4	4	3	4	4	23
2	3	2	4	2	2	15
4	3	3	4	4	4	22
1	3	2	3	1	1	11
1	2	2	3	1	1	10
3	2	2	1	3	3	14
4	3	2	3	4	4	20
1	3	3	1	1	1	10
1	3	3	2	1	1	11
4	2	3	3	4	4	20
1	3	3	1	1	1	10
1	3	3	1	1	1	10
3	2	3	3	3	3	17
4	3	2	3	4	4	20
2	3	3	4	2	2	16
1	2	2	2	1	1	9
4	3	4	4	4	2	21
5	3	3	4	3	1	19



DOKUMENTASI



Penyebaran angket kepada pedagang baju



Penyebaran angket kepada pedagang baju



Penyebaran angket kepada pedagang baju



Penyerahan surat izin penelitian dan wawancara

BIODATA PENULIS

Nama : ZAENAL ABIDIN

Tempat & Tanggal Lahir : Jember, 22 Desember 1996

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

NIM : E20152114

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Dsn. Krajan A Gambiran, Rt/Rw: 001/012, Des.
Curahkalong, Kec. Bangsalsari, Kab. Jember

Alamat Email : zainalabidin.za1312@gmail.com

Riwayat Pendidikan : 1. SDN Curahkalong 04 (2008)
2. MTsN. Bangsalsari (2011)
3. MA. Baitul Arqom Balung (2014)



IAIN JEMBER