



**PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA
BISNIS PEDAGANG MUSLIM DI PASAR SANGKUMPAL
BONANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**ROBI ATUN ADAWIYAH
NIM.16 402 00258**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA
BISNIS PEDAGANG MUSLIM DI PASAR SANGKUMPAL
BONANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**ROBI ATUN ADAWIYAH
NIM.16 402 00258**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

**Dr. Darwis Harahap, M. Si
NIP:19780818 200901 1 015**

PEMBIMBING II

**Aliman Syahuri Zein, M.E.I
NIDN:2028048201**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Robi Atun Adawiyah**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 17 Juni 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Robi Atun Adawiyah** yang berjudul "**Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sangkumpul Bonang Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang manajemen bisnis syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Darwis Harahap, M. Si
NIP: 197808182009011015

PEMBIMBING II

Aliman Syahuri Zein, M. EI
NIDN: 2028048201

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Robi Atun Adawiyah
NIM : 16 402 00258
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 17 Juni 2021

Saya yang Menyatakan,

A 10000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METRAL TEMPEL', and 'L99DC7AJX217777438'.

Robi Atun Adawiyah

NIM. 16 402 00258

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama :Robi Atun Adawiyah
NIM : 16 402 00258
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:“**Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sangkumpul Bonang Padangsidempuan**”. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 17 Juni 2021

Yang menyatakan,



METERAI
TEMPEL
4CAJX215711098

Robi Atun Adawiyah

NIM. 16 402 00258



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : ROBI ATUN ADAWIYAH
NIM : 16 402 00258
Fak/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan.

Ketua

Sekretaris

Drs. Kamaluddin, M.Ag.
NIP. 196511021103 1 001

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002

Drs. Kamaluddin, M.Ag.
NIP. 196511021103 1 001

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002

Muhammad Isa, S.T., M.M.
NIP. 19800605201101 1 003

Rini Hayati Lubis, M.P.
NIP.19870413201903 2 011

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 08 Juli 2021
Pukul : 14.00 s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : 72,25/(B)
IPK : 3,61
Predikat : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022**

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP
ETIKA BISNIS PEDAGANG MUSLIM DI PASAR
SANGKUMPAL BONANG PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : ROBI ATUN ADAWIYAH
NIM : 16 402 00258**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 20 September 2021
Dekan,

Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Robi Atun Adawiyah

Nim : 1640200258

Judul : Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sangkumpul Bonang Padangsidimpuan

Penelitian ini dilakukan di pasar sangkumpul bonang Padangsidimpuan. Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah tingkat religiusitas dan etika bisnis pedagang muslim di pasar sangkumpul bonang Padangsidimpuan masih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh tingkat religiusitas terhadap etika bisnis pedagang muslim di pasar Sangkumpul Bonang Padangsidimpuan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang tingkat religiusitas dan teori etika bisnis. Dalam teori religiusitas terdapat dasar religiusitas, dimensi tingkat religiusitas, serta fungsi dan prinsip tingkat religiusitas. Dalam teori etika bisnis terdapat dasar etika bisnis dan prinsip etika bisnis.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah 870 pedagang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dengan jumlah 20 item pernyataan. Teknik pengambilan sampel penelitian adalah menggunakan teknik slovin sebanyak 90 orang pedagang. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 24. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi sederhana, koefisien determinan dan uji parsial (t).

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel tingkat religiusitas memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = (6,571 > 1,662)$, artinya terdapat pengaruh tingkat religiusitas terhadap etika bisnis pedagang muslim di pasar sangkumpul bonang Padangsidimpuan. Sedangkan R^2 square variabel sebesar 0,534 persen atau 53,4% yang dipengaruhi oleh variabel tingkat religiusitas dan sisanya adalah 46,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : Tingkat Religiusitas, Etika Bisnis

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidimpuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Selaku Ketua Prodi Jurusan Ekonomi Syariah dan Ibu Nurul Izzah selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak pembimbing I bapak Dr. Darwis Harahap, M. Si dan bapak Aliman Syahuri Zein, M. E. I selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
6. Teristimewa keluarga tercinta Ayahanda Alm. Mhd. Syawal Batubara dan Ibunda saya Hidayati Nasution beserta ketiga saudara peneliti yakni Zuleha Oktavia Batubara, Putri Khoiriah Batubara, dan Aldi putra, yang paling berjasa dalam hidup peneliti. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

7. Untuk sahabat peneliti, yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini dan rekan-rekan Ekonomi Syariah 3 Manajemen Bisnis-2, angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, dan tak lupa juga sahabat KKL di desa Pir Trans Sosa 2 dan sahabat Magang di Dinas Perdagangan dan UMKM Tapanuli Selatan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
8. Terima kasih kepada rekan peneliti Sahnan Efendi Lubis, Robiahanna Siagian, Insanul Aisyah, Sartika Eriyanti, Roi Darmawi, Ahmad Rifai, Defi Sepriani, Sri Rahayu dan Nikmatum Mardiah, yang turut memberikan motivasi dan mendampingi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini

masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Juni 2021
Peneliti

Robi Atun Adawiyah
NIM. 16 402 00258

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de(dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te(dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet(dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En




و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ' ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ.....!.....	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
اِ.....	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di bawah
اُ.....	<i>ḍommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhirkatanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tsaydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini

tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. *Hamzah*

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan postrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bias dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arab nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslit bangLektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PENULISAN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
PENGESAHAN DEKAN FEBI IAIN PADANGSIDIMPUAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Definisi Operasional.....	6
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	7
G. Kegunaan Penelitian.....	8
H. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	12
1. Etika bisnis	12
1) Pengertian Etika Bisnis	12
2) Pengertian Etika Bisnis Islam.....	13
3) Dasar Etika Bisnis.....	15
4) Prinsip-Prinsip Etika Bisnis.....	17
5) Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	18
6) Etika Transaksi Yang Dilarang Oleh Agama	21
2. Tingkat Religiusitas	20
1) Pengertian Tingkat Religiusitas	22
2) Dasar Religiusitas	24
3) Dimensi Religiusitas	28
3. Hubungan Etika Bisnis Dengan Religiusitas	33
4. Pedagang	34
5. Pasar Tradisional	35

B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Pikir	39
D. Hipotesis Penelitian.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
2. Jenis Penelitian	41
3. Populasi dan Sampel.....	41
4. Sumber Data.....	43
5. Teknik Pengumpulan Data.....	43
6. Instrumen PengumpulanData	43
7. Uji Validitas dan Reabilitas instrumen	45
8. Analisis Data	46
a. Uji Normalitas	47
G. Uji Regresi Sederhana	47
H. Koefisien Determinasi (r^2)	48
I. Uji Koefisien Secara Parsial (uji t).....	48

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
1. Sejarah Pasar Sangkumpul Bonang Padangsidimpuan.....	49
2. Letak Geografis Pasar Sangkumpul Bonang.....	50
B. Deskripsi Jawaban Responden.....	50
1. Deskripsi Jawaban Responden Tingkat Religiusitas.....	51
2. Deskripsi Jawaban Responden Etika Bisnis	56
C. Hasil Analisis Data.....	60
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reabilitas.....	62
3. Uji Normalitas	63
4. Uji Regresi Sederhana	64
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
6. Uji Parsial (t).....	66
D. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	67
E. Keterbatasan Penelitian	70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	71
B. Saran-Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP
DAFTAR RISET
DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Definisi Operasional Variabel
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu
Tabel III. 1	Kisi-Kisi Angket
Tabel IV. 1	Deskripsi Jawaban Responden Tingkat Religiusitas
Tabel IV. 2	Deskripsi Jawaban Etika Bisnis
Tabel IV. 3	Hasil Uji Validitas Tingkat Religiusitas
Tabel IV. 4	Hasil Uji Validitas Etika Bisnis
Tabel IV. 5	Hasil Uji Reliabilitas
Tabel IV. 6	Hasil Uji Normalitas
Tabel IV. 7	Hasil Uji Regresi Sederhana
Tabel IV. 8	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Tabel IV. 9	Hasil Uji Parsial (t)

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Pikir

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Etika adalah dasar moral, mengenai kebaikan dan sifat-sifat hak atau dengan kata lain, etika yang isinya tentang tuntutan perilaku, sikap, dan tindakan yang diakui, yang berhubungan dengan kegiatan manusia. Etika menjadi penting adakalanya terjadi baik-buruk, boleh-tidak boleh, dan patut-tidak patut. Di lingkungan masyarakat penilaian sering kali dihubungkan dengan adat istiadat atau aturan- aturan yang berlaku di masyarakat dan juga agama.¹

Penerapan etika bisnis dan beberapa prinsip etika bisnis tersebut dapat dipastikan timbulnya kepercayaan konsumen atau masyarakat terhadap pedagang tersebut. Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerja sama yang baik, tolong menolong, serta memperhatikan manusia. Jadi, etika bisnis Islam merupakan perilaku bisnis yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. Dalam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Alquran dan hadist. Berdasarkan pernyataan definisi diatas, maka etika sejalan dengan kata akhlak, dimana akhlak merupakan sikap, watak, karakter seseorang.

Dalam etika bisnis, Rasullullah telah menjadikan empat pilar sebagai prinsip dalam etika bisnis yaitu Tauhid, keseimbangan (keadilan),

¹Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modren*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 13-14.

kehendak bebas dan pertanggungjawaban.² Sejatinya etika menjadi dasar seseorang dalam menentukan sikap dalam melakukan setiap usaha terutama dalam dunia bisnis. Etika menjadi modal kuat dalam hidup dan berkehidupan.

Etika berbisnis yang baik bersumber dari tingkat religiusitas yang baik pula dari masing-masing individu. Religiusitas adalah bagaimana pengusaha atau pedagang mempunyai perasaan dalam beragama karena religiusitas bersumber dari kata *religion* yang bermakna agama. Religiusitas berpengaruh baik terhadap sikap dan perilaku pengusaha dan menjadi nilai penting dalam struktur kognitif setiap individu. Religiusitas juga dapat mempengaruhi perilaku individu karena pada dasarnya agama sebagai sumber nilai, tingkat kebaikan perilaku seseorang untuk menuntunnya agar fokus terhadap tujuan dan menghindarkan diri dari perilaku menyimpang.

Religiusitas dan etika bisnis mempunyai hubungan yang saling mempengaruhi. Semakin baik tingkat keagamaan pedagang maka semakin tinggi tingkat etika yang dijalankan dalam berbisnis. Ada beberapa dimensi dalam religiusitas yaitu dimensi keyakinan, praktek agama, pengetahuan dan pengalaman yang menjadi indikator penting untuk melihat seberapa berpengaruhnya terhadap etika bisnis.³

²Akrim Ashal Lubis, "Analisis Aspek Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Pasar Muslim Pusat Pasar Kota Medan" *Dalam Jurnal Dusturiyah*, VII (2017): No. 1.

³Ahmad Yunadi, "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Permintaan Pembiayaan Mudharabah" *Dalam Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 1 (2011): No. 2.

Menurut Wibowo etika bisnis pada dasarnya bertujuan untuk menolong para pelaku bisnis itu sendiri dalam mencari solusi atau memecahkan permasalahan-permasalahan dalam lingkup bisnis mereka. Oleh karenanya, dalam rangka meningkatkan etika bisnis yang berpegang dalam prinsip syariah, setiap pebisnis wajib menggali nilai-nilai ketentuan dalam Al-Quran dan sunnah.⁴

Pada umumnya, setiap pedagang yang menjalankan bisnis secara mikro atau makro harus mengedepankan etika berbisnis yang sesuai prinsip syariah. Begitu pula dengan pedagang yang melakukan aktivitas perdagangan di pasar tradisional.

Pasar adalah salah satu fasilitas kota yang berupa wadah untuk menampung orang (penjual, pembeli, dan pengelola) dimana barang dagangannya sebagian besar merupakan kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, dalam aktivitasnya diperlukan adanya fasilitas-fasilitas penunjang yang mampu mendukung keberlangsungan aktivitas perdagangan pasar, yang hal ini merupakan pertimbangan agar wadah tersebut dapat dipergunakan seaman mungkin bagi pemakainya.⁵ Penelitian ini dilakukan di pasar Sangkumpul Bonang yang berada di Padangsidempuan, di pasar ini banyak transaksi yang dilakukan dan setiap harinya selalu ramai dikunjungi pembeli.

Pedagang yang ada di pasar Sangkumpul Bonang ini mayoritas beragama Islam. Letak mesjid yang dekat dengan pasar ini menjadikan

⁴Akrim Ashal Lubis. hlm, 4

⁵Wahyu Dwi Sutami, "Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional" *Dalam Jurnal Bio Kultur*, Vol. 1 (2005): No. 2.

mereka lebih patuh dalam menjalankan ibadah. Tetapi, didapati ada beberapa yang masih berjualan walaupun adzan sudah berkumandang. Mereka berhenti jualan ketika saat makan siang, ketika itulah mereka melaksanakan sholat. Pada hari Jum'at ada sebagian pedagang yang menghentikan kegiatan berdagang.

Pedagang muslim hendaklah menjalankan bisnisnya sesuai dengan prinsip syariah. Seorang muslim yang mempunyai tingkat keagamaan (religiusitas) yang tinggi juga akan selalu berupaya untuk menjalankan syariat Islam. Dengan memegang teguh ajaran Islam, manusia akan memiliki kualitas sikap terpuji, hal tersebut terlihat dari perilaku sehari-hari maupun perilaku dalam berbisnis. Namun kenyataannya masih banyak dijumpai beberapa pedagang yang masih berbuat curang dan menjual barang dagangannya untuk memperoleh keuntungan yang bersifat duniawi.⁶

Berdasarkan hasil temuan peneliti tentang pedagang bahwa banyak yang tidak menggunakan etika dalam berbisnis. Etika yang seharusnya dijunjung tinggi namun di pasar banyak yang tidak sesuai. Seakan-akan mereka tidak memperdulikannya, dan mereka hanya mementingkan mendapatkan keuntungan. Dari hasil wawancara dengan Ibu Ros dia mengatakan bahwa dalam melakukan penimbangan atau takaran suatu barang tidak dilakukan semestinya.⁷ Begitu juga hal Ibu Ika yang

⁶Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah" *Dalam Jurnal Walisongo*, Vol. 19 (2011): No. 1.

⁷Ibu Ros, (Pedagang Sembako di Pasar Sangkumpul Bonang Padangsidimpunan), Wawancara, Kamis, 23 Juli 2020. Pkl. 10.30 Wib

mengatakan bahwa jika tidak dikurangi dalam hal timbangan, maka ia tidak mendapat keuntungan yang lebih. Disamping itu pengurangan timbangan ini dilakukan karena harga barang yang tidak stabil dan proses tawar-menawar dengan konsumen.⁸

Dari hasil wawancara dengan Ibu Jelita dia mengatakan kurangnya transparansi barang dagangannya dengan pembeli yang akibatnya terjadi ketidakadilan dalam hal menimbang.⁹ Selain itu ada juga sebagian pedagang ditemukan menjual barang dagangannya dengan harga yang tidak semestinya sesuai harga yang telah ditentukan oleh pasar.

Perilaku etika bisnis Islam seseorang dapat diukur dengan beberapa hal, diantaranya pentingnya nilai kejujuran, seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli, amanah (bisa dipercaya), tidak memaksa kehendak, menjual barang yang berkualitas, tidak menggunakan sumpah, bermurah hati, transparan dalam menetapkan harga, niat yang baik, menerapkan administrasi yang baik dan manajemen yang tepat, menjauhi praktik *gharar*, serta tidak menimbun barang.¹⁰

Melihat kondisi yang terjadi di Pasar Sangkumpal Bonang, maka peneliti tertarik untuk penelitian dengan judul **“Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan”**

⁸Ibu Ika, (Pedagang Kelontongan di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan), Wawancara, Kamis, 23 Juli 2020.Pkl. 11.00 Wib

⁹Ibu Jelita, (Pedagang Sayuran di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan), Wawancara, Minggu, 6 September 2020.Pkl. 14.30. Wib

¹⁰ Raihanul Akmal, dkk, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional di kota Banda Aceh". *Dalam Jurnal Juornal Of Sharia Economic*, Vol. 1, 1 (2020)

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Tingkat religiusitas yang dimiliki pedagang muslim di pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan masih rendah.
2. Etika dalam berbisnis pedagang muslim di pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan masih rendah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, peneliti membatasi masalah pada variabel yaitu menjadi variabel bebas adalah tingkat religiusitas (x) dan etika bisnis pedagang muslim (y), khususnya di pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan.

D. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel pada penelitian ini di maksud untuk menjelaskan masing-masing variabel, variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) yang dijelaskan dalam bentuk tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Tingkat Religiutas	Tingkatan keyakinan yang spesifik dalam nilai-nilai agama dan cita-cita yang diselenggarakan dan dipraktekkan oleh seorang individu.	1. Dimensi agama 2. Dimensi keyakinan 3. Dimensi pengetahuan	Ordinal

		Religiusitas juga digambarkan sebagai kepercayaan kepada tuhan (iman) yang disertai dengan komitmen untuk mengikuti prinsip-prinsip yang diyakini akan ditetapkan oleh Allah.	4. Dimensi pengalaman	
2.	Etika Bisnis	Seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komitmen padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnis dengan selamat dunia dan akhirat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tauhid 2. Keseimbangan (keadilan) 3. Transparansi 4. Tanggungjawab.¹¹ 	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disusun rumusan masalahnya adalah apakah terdapat pengaruh tingkat religiusitas terhadap etika bisnis pedagang muslim di pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan ?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh tingkat religiusitas terhadap etika bisnis pedagang muslim di pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan.

¹¹Ali Yafie, dkk, *Fiqh Perdagangan Bebas*, (Jakarta Selatan: Teraju, 2003), hlm. 27.

G. Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan terhadap berbagai pihak, adapun kegunaan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan yang berguna bagi peneliti untuk mengembangkan pengetahuan serta saran untuk mengaplikasikan ilmu di bidang manajemen.

2. Bagi dunia akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi dunia akademik dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya. Bagi kampus penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengembangan keilmuan dan untuk kemajuan pendidikan.

3. Bagi pihak lain

Melalui penelitian ini, diharapkan para pihak yang berkepentingan memperoleh informasi baru dalam menilai etika bisnis.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ada, maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan menjadi lima bab. Hal ini dimaksud untuk penelitian laporan penelitian yang sistematis, jelas, dan mudah dipahami, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab dengan rincian sebagai berikut:

1. **BAB I** Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Secara umum, seluruh bab bahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang yang melatarbelakangi suatu masalah untuk diteliti.

Kemudian masalah yang muncul tersebut akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah dari identifikasi masalah yang ada. Batasan masalah yang telah ditentukan akan dibahas mengenai mengenai definisi, indikator dan skala pengukuran berkaitan dengan variabel Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi peneliti dan dunia akademi.

2. **BAB II** Landasan Teori, yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjelasan-penjelasan mengenai variabel penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori. Kemudian teori-teori berkaitan dengan variabel penelitian akan dibandingkan dengan pengaplikasiannya sehingga akan terlihat jelas masalah yang terjadi. Setelah itu, penelitian ini akan dilihat dan dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang sama. Teori yang ada tentang variabel

dalam bentuk kerangka pikir. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

3. **BAB III** Metode Penelitian, yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, instrumen pengumpulan data, dan analisis data. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam metode penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian serta jenis penelitian. Setelah itu, akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti. Data-data yang dibutuhkan akan dikumpulkan guna memperlancar pelaksanaan penelitian, baik dengan metode wawancara, observasi, dan lain sebagainya. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian tersebut.
4. **BAB IV**, di dalamnya memuat tentang gambaran umum di perusahaan, hasil analisis dan pembahasan penelitian. Secara umum, mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik analisis data yang sudah dicantumkan dalam metode penelitian sehingga memperoleh hasil analisa yang akan dilakukan dan membahas tentang hasil yang telah diperoleh.
5. **BAB V**, di dalamnya memuat tentang kesimpulan dan saran. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas

tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisis data dan memperoleh hasil dari penelitian ini. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Etika Bisnis

a. Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (ta etha) berarti “ adat istiadat” atau “ kebiasaan “. Yang diperpanjang dari, membangun suatu aturan kuat di masyarakat, yaitu bagaimana setiap tindak dan tanduk mengikuti aturan-aturan, dan aturan-aturan tersebut ternyata telah membentuk moral masyarakat dalam menghargai adatistiadat yang berlaku.

Secara etimologi, “etika” berasal dari bahasa yunani, *ethos* yang berarti watak, kesusilaan atau adat. Dalam KBBI, etika diartikan ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak (moral). Secara terminologi, etika mempunyai banyak ungkapan yang semuanya itu tergantung pada sudut pandang masing-masing ahli.

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.¹²

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertidak, dimana aturan-aturan

¹²Fauzan dan Ida N, “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang,” *Dalam Jurnal Modernisasi*, No. 1, 10 (2014).

tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi akan diterima. Dimana sanksi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.¹³

Bisnis adalah kegiatan ekonomis, yakni tukar-menukar, jual beli memproduksi memasarkan, bekerja memperkerjakan, dan interaksi manusiawi lainnya, dengan maksud memperoleh untung. Bisnis dalam Al-Quran dijelaskan dalam kata *tijarah*, yang mencakup dua makna, yaitu perniagaan antara manusia dengan Allah.¹⁴

b. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah dan selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntunan perusahaan. Etika bisnis sebagai perangkat baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.

Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat bisnis dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai 'daratan' atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Selain itu, etika bisnis

¹³Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 3.

¹⁴Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 8.

juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas dari pelaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.¹⁵

Etika bisnis dalam pandangan islam adalah memiliki etika yang senantiasa memelihara kejernihan aturan agama (Syariat) yang jauh dari kata serakah dan egois. Ketika etika itu diaplikasikan secara baik dalam setiap usaha (bisnis) maka usaha yang dijalankan tersebut menjadi jalan yang membentuk sebuah masyarakat yang makmur dan sejahtera. Islam juga memandang tentang etika yaitu langkah yang paling penting dalam menentukan kaidah perilaku dalam masyarakat islam.

Dalam bisnis, islam pedoman dan aturan-aturan atau etika dalam menjalankan bisnis supaya pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki tanggungjawab yang tinggi. Dengan adanya aturan-aturan atau etika tersebut masyarakat akan mempertimbangkan etika mereka dalam berbisnis. Semua aktifitas tidak luput dari nilai atau aturan islam terutama dalam menjalankan bisnis. Dalam berbisnis diharapkan pebisnis bertindak secara etis dalam berbagai aktifitas bisnisnya.

¹⁵Ahmad Hulaimi, "Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi,"*Dalam Jurnal JEBI*, No. 1, 2 (2017).

Beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim menjalankan usahanya yaitu:

1. Mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan tugas wajib.
2. Rezeki yang harus dicari adalah rezeki yang halal.
3. Bersikap jujur dalam menjalankan usaha.
4. Semua proses yang dilakukan dalam mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
5. Bisnis yang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup.¹⁶

c. Dasar Etika Bisnis

Al-qur'an surah al- Isra' ayat 35

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلَّمْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ حَسَنٌ
وَأَتَّوِيلًا ﴿٣٥﴾

Artinya : Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.¹⁷

Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakarnya .

Al-kail diartikan dengan takaran.” Dan timbanglah dengan

¹⁶Ahmad Hulaimi.hlm. 3

¹⁷ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*. (Jakarta Timur: Darussunnah, 2015). hlm. 285.

timbangan yang lurus”. Dalam ayat ini menjelaskan bahwa seorang mukmin hendaklah jujur menggunakan timbangan. Jangan ada dusta dan tipu. Sebab dengan begitu ada rasa tentram pada kedua belah pihak, ada keuntungan yang didapati kejujuran. Dalam Al-Qur’an surah An-Nisa ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا
اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹⁸

Ayat ini berbicara tentang bagaimana manusia beriman mengolah harta yang sesuai keridaan Allah. Wahai orang-orang yang beriman, janganlah sekali-kali kamu saling memakan atau memperoleh harta di antara sesamamu yang kamu perlukan dalam hidup dengan jalan yang batil, yaitu jalan yang tidak benar yang tidak sesuai dengan tuntutan syariah, kecuali kamu peroleh harta itu dengan cara yang benar dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu yang tidak melanggar

¹⁸ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta Timur: Darussunnah, 2015), hlm. 83

ketentuan syariat, dan janganlah kamu membunuh dirimu atau membunuh orang lain karena ingin harta.¹⁹

Ayat diatas menjelaskan bahwa janganlah kita peroleh harta dengan cara yang batil jika ingin berdagang maka tempuhlah dengan ketentuan yang ditentukan oleh syariat.

d. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Sebagaimana halnya dengan komponen bisnis lainnya, etika bisnis memiliki prinsip-prinsip yang memberi acuan kepada perusahaan untuk mencapai tujuannya:

1) Prinsip Otonomi

Secara bebas yang memiliki wewenang sesuai dengan bidang dan daerah yang dilakukan dan pelaksanaannya dengan visi dan misi yang dimilikinya.

2) Prinsip Kejujuran

Kejujuran menjadi nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan kinerja apapun salah satunya dalam bentuk sebuah perusahaan. Dalam hubungannya dengan lingkungan bisnis, kejujuran diorientasikan pada seluruh pihak, baik karyawan, konsumen, para pemasok dan pihak-pihak lainnya yang terkait dengan aktivitas bisnis.

3) Prinsip Tidak Berniat Jahat

¹⁹ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, *Tafsir Ringkas Al-Quran Al-Karim*, (Lajnah Penashihan Mushaf Alquran, 2016), hlm. 230

Prinsip ini erat kaitannya dengan prinsip kejujuran. Apabila kejujuran dapat diterapkan, maka tidak ada niat jahat yang akan timbul dalam berbisnis.

4) Prinsip Keadilan

Prinsip ini menganjurkan untuk selalu bersikap adil dalam berbisnis agar bisnis yang dijalankan selalu lancar.

5) Prinsip Hormat Pada Diri Sendiri

Prinsip ini memandang perlunya meningkatkan citra perusahaan atau bisnis yang dijalankan melalui prinsip kejujuran, tidak berniat jahat, dan berlaku adil.²⁰

e. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

1) Prinsip Keadilan

Prinsip ini mencakup dengan keseimbangan dan tanggungjawab. Keseimbangan antara dunia dan akhirat. Dengan berlaku adil si pebisnis akan terhindar dari hal-hal yang haram, menjauhi perkara-perkara dan barang-barang yang subhat. Keadilan melahirkan keseimbangan, keseimbangan dalam kehidupan.

2) Prinsip Kejujuran

Kejujuran dalam segala hal membawa kebahagiaan di dunia dan akhirat. Seorang jujur akan mempunyai banyak saudara dan dipercaya banyak orang. Kejujuran membawa ketenangan

²⁰Amirullah dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 41-42.

dan ketidakjujuran menimbulkan keraguan. Yang perlu di hindari dalam etika berbisnis adalah:

- a. Khiyanah, adalah penjelasan yang tidak sesuai dengan yang sebenarnya dari penjual kepada pembeli mengenai harga modal.
- b. Taghrir, yaitu membujuk pihak lain dengan ucapan atau perbuatan yang bohong untuk menarik simpatik, taghrir dapat berupa manipulasi harga (taghrir fi al-si'ri), dan manipulasi kualitas barang (taghrir fi al-washfi).
- c. Tadlis, yaitu penjual menyembunyikan kecacatan mabi' untuk mengelabui pembeli seolah-olah mabi' tersebut tidak cacat.
- d. Tadlis fi al-bai' al-murabahah, yaitu kebohongan pihak penjual terkait harga perolehan dalam akad murabahah kepada pembeli .
- e. Ghisysy, merupakan salah satu bentuk tadlis , yaitu penjual menjelaskan keunggulan mabi' serta menyembunyikan kecacatannya.
- f. Tanajusy/Najsy, tindakan menawar barang yang dilakukam oleh calon pembeli dengan harga tinggi oleh pihak yang tidak bermaksud membelinya, untuk menimbulkan kesan banyak pihak yang berminat membelinya.

- g. Muqamarah, praktek pemasaran jasa yang menjelaskan informasi mengenai jasa tersebut melebihi kualitas atau kuantitas yang sebenarnya.
- h. Ighra', adalah suatu promosi yang dilakukan oleh perusahaan dengan janji memberikan suatu keuntungan (bonus) yang berlebihan.
- i. Talbis, menyembunyikan kecacatan dengan cara menampakkan kelebihan-kelebihannya.
- j. Kitman, adalah tindakan menyembunyikan dengan sengaja suatu informasi mengenai obyek akad yang semestinya diketahui pihak lain dalam akad.²¹

3) Prinsip Kepercayaan (amanah)

Menepati amanah merupakan moral yang mulia. Maksudnya amanah adalah mengembalikan hal apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga maupun upah.²²

f. Etika Transaksi Yang Dilarang Oleh Agama

1) Tallaqqi Rukban

Yaitu yang mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai di pasar.

2) Perdagangan Yang Menipu

²¹ Ernie Tisnawati Sule, dkk, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2016), hlm. 57-58.

²² Fauzan dan Ida N, hlm. 44

Yang termasuk dalam kategori penipuan ini adalah :

- a. Gisyah, yaitu menyembunyikan cacat barang yang dijual.
- b. Tathfif, pedagang mengurangi timbangan dan takaran suatu barang yang dijual.

3) Perdagangan Najasy

Yaitu praktik perdagangan di mana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar tinggi harga barang dagangan disertai memuji-muji kualitas barang tersebut secara tidak wajar, tujuannya adalah untuk menaikkan harga barang.

4) Memperdagangkan Barang Haram.

5) Perdagangan Secara Riba.²³

2. Tingkat Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti taat kepada agama. Religiusitas dapat dikatakan sebagai ketaatan individu terhadap perintah agama yang diyakininya. Pengertian lain mengenai religiusitas yaitu “seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan kaidah dan ibadah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Religiusitas adalah hubungan pribadi dengan sang

²³ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), hlm. 59-60.

ilahi Yang Maha Kuasa dengan adanya konsekuensi hasrat untuk berkenan kepada ilahi dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi larangannya.²⁴

Semakin tinggi ketaatan atau kepercayaan seseorang kepada Tuhannya, semakin tinggi pula tingkat religiusitasnya. Dimana religiusitas adalah kepercayaan kepada Tuhan yang ditandai dengan kesolehan dan semangat keagamaan, sehingga semakin kuat kepercayaannya kepada Tuhan, semakin tinggi pula tingkat religiusitasnya.

Menurut Harun Nasution dalam buku Abuddin Nata menyimpulkan bahwa agama mengandung arti ikatan yang harus dipegang dan dipatuhi dan mempunyai pengaruh besar terhadap kehidupan manusia sehari-hari. Ikatan itu berasal dari suatu kekuatan yang lebih tinggi dari manusia.²⁵

Menurut J.G Frazer dalam buku Abuddin Nata mengatakan bahwa agama adalah suatu ketundukan atau penyerahan diri kepada kekuatan yang lebih tinggi daripada manusia yang dipercaya mengatur dan mengendalikan jalannya alam dan kehidupan manusia. Lebih lanjut Frazer mengatakan bahwa agama terdiri dari dua elemen yakni bersifat teoritis berupa kepercayaan kepada kekuatan-kekuatan yang lebih tinggi daripada manusia dan

²⁴Fauzan Adhim, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni dan Alumni Pesantren (Studi pada Kantor Depag Kabupaten Bangkalan)," *Dalam Jurnal Modernisasi*, No. 2, 5 (2009).

²⁵ Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm, 10.

yang bersifat praktis berupa usaha manusia untuk tunduk kepada kekuatan-kekuatan tersebut, seperti menjauhi segala larangannya.²⁶

Menurut Atang Abdul Hakim dalam bukunya *Metodologi Studi Islam* dijelaskan bahwa religiusitas sikap hidup seseorang berdasarkan pada nilai-nilai yang diyakininya.²⁷

Menurut Glock dan Stark religiusitas merupakan Sebagai suatu sistem yang terintegrasi dari keyakinan (believe), gaya hidup, aktifitas ritual dan intuisi yang diberikan makna dalam kehidupan manusia dan mengarahkan manusia pada nilai-nilai suci atau nilai-nilai tertinggi.²⁸

Religiusitas dalam perspektif Islam berarti menjalankan ajaran agama Islam secara menyeluruh (kaffah), termasuk perilaku pedagang dalam menjajakan barang dagangannya. Seseorang akan dikatakan memiliki religiusitas jika memiliki ciri-ciri sebagai berikut: religiusitas yang dimiliki setiap individu meliputi beberapa dimensi yaitu, dimensi keyakinan, dimensi praktek agama, dimensi pengamalan, dimensi pengetahuan agama, dimensi konsekuensi.²⁹

b. Dasar Religiusitas

²⁶ Abuddin Nata, hlm, 168.

²⁷ A. Abdul Hakim dan Jaih Mubarak, *Metodologi Studi Islam*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm, 4.

²⁸ Imang Dapit Pamungkas, "Pengaruh Religiusitas Dan Rasional Dalam Mencegah Dan Mendeteksi Kecenderungan Kecurangan Akuntansi," *Dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No. 2, 15 (2014).

²⁹ Aliman Syahuri Zein "Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kabupaten Mandailing Natal." *Dalam Jurnal At-Tijarah* , No. 2, 4 (2018).

Dalam surah Al Baqarah ayat 208 dijelaskan bahwa umat Islam diminta untuk beragama secara penuh atau tidak setengah-setengah. Di dalam aktivitasnya sehari-hari, umat Islam diharapkan untuk selalu melakukan sesuatu sesuai dengan prinsip Islam. Allah SWT memerintahkan kita untuk beriman secara penuh dan menjauhi musuh besar umat Islam yakni syaitan. Sebagaimana yang difirmankan dalam surah Al Baqarah ayat 208:³⁰

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.³¹

Hai orang-orang yang beriman, dengan ucapannya, baik yang sudah, maupun yang belum dibenarkan imannya oleh perbuatannya: masuklah kamu dalam kedamaian (Islam) secara menyeluruh.

Kata *as-Silm* yang dalam ayat di atas diterjemahkan dengan kedamaian atau Islam, makna dasarnya adalah damai atau tidak mengganggu. Kedamaian oleh ayat ini diibaratkan berada disuatu wadah yang dipahami dari kata *fi*, yakni dalam. Yang beriman

³⁰Ilham Pakkawaru, "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung dan Informasi Sebagai Variabel Moderating," *Dalam Jurnal Bilancia*, No. 2, 12 (2018).

³¹Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*. (Jakarta Timur: Darussunnah, 2015), hlm. 32.

diminta untuk memasukkan totalitas dirinya ke dalam wadah itu secara menyeluruh, sehingga semua kegiatannya berada dalam wadah atau koridor kedamaian. Ia damai dengan dirinya, keluarganya, dengan seluruh manusia, binatang dan tumbuh-tumbuhan serta alam raya. Wal hasil *kaffah*, yakni secara menyeluruh tanpa kecuali.

Ayat ini menurut setiap yang beriman agar melaksanakan seluruh ajaran Islam. Jangan hanya percaya dan mengamalkan sebagian ajarannya dan mengelak atau mengabaikan sebagian yang lain. Ia dapat juga bermakna *masuklah kamu semua kaffah tanpa kecuali, jangan seorangpun diantara kamu yang tidak masuk ke dalam kedamaian/Islam*.

Karena setan selalu menggoda manusia, baik yang durhaka apalagi yang taat, maka Allah melanjutkan pesannya, *janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagimu atau tidak menyembunyikan permusuhannya kepadamu.*³²

Adapun beberapa pendapat memaknai makna religiusitas dalam makna berperilaku. Pada Hakikatnya Faktor kesadaran religiusitas manusia harus lebih tinggi dibandingkan dengan kesadaran emosional sehingga manusia dapat mengendalikan pikirannya. Jika kesadaran spiritual manusia lebih tinggi dari pada

³²M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, (Ciputat: Lentera Hati, 2000). hlm, 419-420.

kesadaran emosionalnya maka seseorang dapat dikendalikan oleh kesadaran spiritualnya. Manusia pada dasarnya bertanggung jawab atas keputusan yang dibuatnya, namun kontrol yang paling kuat adalah dimensi spiritual dan faktor religiusitas dalam dirinya. Manusia Diberi akal oleh Allah SWT untuk itu segala sesuatu dan dan keputusannya dipertanggung jawabkan oleh manusia itu sendiri. Allah SWT berfirman pada surah Al Muddatstsir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ﴿٣٨﴾

Artinya: Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.³³

Ayat-ayat diatas merupakan pernyataan kepada manusia seluruhnya dalam kaitan dengan kebebasan yang telah ditegaskan pada ayat yang lalu. Seakan-akan Allah SWT, menyatakan:” Hai manusia, kamu sekalian bebas untuk memilih jalan, maju atau mundur arah kanan atau kiri. Tetapt, hendaknya diketahui bahwa keadaan kamu kelak, di hari kemudian, akan ditentukan oleh pilihanmu masing-masing karena kamu semua bahkan *tiap-tiap diri* lelaki atau perempuan *menyangkut apa yang telah dilakukannya* masing-masing bukan apa yang dilakukannya semua tergadai. Dan karena sesuatu yang digadaikan boleh jadi berhasil

³³ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya*. (Jakarta Timur: Darussunnah, 2015), hlm. 576.

ditebus dan boleh juga gagal, maka ayat di atas melanjutkan bahwa *kecuali golongan kanan*. Mereka itulah yang berhasil menebus dirinya dengan amal-amal sholeh.

Syeikh Muhammad Abduh berpendapat bahwa kata kasaba atau kasabat menunjukkan kepada perbuatan yang dilakukan seseorang secara mudah dan atau tidak membutuhkan kesungguhan.

Ayat 38 di atas menegaskan bahwa setiap pribadi tergadai di sisi Allah. Ia harus menebus dirinya dengan amal-amal perbuat baik. Setiap pribadi seakan-akan berhutang kepada Allah swt. Dan ia harus membayar kembali utangnya kepada Allah untuk membebaskan dirinya.³⁴

c. Dimensi Religiusitas

Tinggi rendahnya tingkat religiusitas seseorang, dapat dilihat dari ekspresi keagamaannya yaitu kemampuan seseorang untuk mengenali atau memahami nilai agama yang terletak pada nilai-nilai luhurnya serta menjadikan nilai-nilai dalam bersikap dan bertingkah laku merupakan ciri dari kematangan beragamanya.

Kematangan beragama dapat dilihat dari kemampuan seseorang untuk memahami, menghayati serta mengaplikasikan nilai-nilai luhur agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari.

³⁴ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, (Ciputat: Lentera Hati, 2000). hlm, 605-606.

Seseorang menganut suatu agama karena menurut keyakinannya. Agama tersebut yang baik, oleh karena itu ia berusaha menjadi penganut yang baik. Keyakinan itu ditampilkannya dalam setiap tingkah laku keagamaan yang mencerminkan ketaatan terhadap agamanya.

Aktivitas beragama bukan hanya dilihat dari satu atau dua dimensi, tetapi memperhatikan segala dimensi. Keberagamaan dalam Islam bukan hanya diwujudkan dalam bentuk ibadah ritualsaja, tetapi juga dalam aktivitas-aktivitas lainnya. Sebagai suatu sistem yang menyeluruh, Islam mendorong pemeluknya untuk beragama secara menyeluruh.

Menurut Glock dan Stark terdapat lima dimensi keberagamaan yaitu dimensi keyakinan (ideologis), dimensi peribadatan atau praktek agama (ritualistik), dimensi penghayatan (eksperiensial), dimensi pengamalan (konsekuensial) dan dimensi pengetahuan agama (intelektual).

Adapun penjelasan dari dimensi religius ini adalah:³⁵

1) Dimensi keyakinan

Dimensi ini berisi harapan-harapan di mana orang religius berpegang teguh pada ketaatan beragama. Setiap agama akan selalu mempertahankan kepercayaannya terhadap agama yang dianutnya. Dalam konteks ajaran

³⁵Fauzan Adhim. hlm, 135.

Islam, dimensi ini menyangkut keyakinan terhadap rukun iman, kepercayaan seseorang terhadap kebenaran agamanya dan keyakinan masalah ghaib yang diajarkan agama.

2) Dimensi praktik agama

Ritual adalah aspek yang mengukur sejauh mana seseorang melakukan kewajiban ritualnya dalam agama yang dianut. Sebagai contoh, pergi ke tempat ibadah, berdoa, shalat, puasa, membayar zakat dan lain-lain. Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan apapun yang dilakukan oleh orang untuk menunjukkan sebuah komitmen terhadap agama yang dianutnya. Perilaku seperti ini dalam Islam dikenal dengan istilah ibadah mahdah.³⁶

3) Dimensi pengalaman

Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi, walaupun kecil dalam suatu esensi ketuhanan, yaitu dengan Tuhan, kenyataan terakhir, dengan otoritas transendental. Dimensi pengalaman atau penghayatan adalah dimensi yang menyertai keyakinan, pengamalan dan peribadatan.

³⁶Ma'zumi, dkk, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional (Studi Empiris Pada Masyarakat Pasar Tradisional di kota Serang Provinsi Banten)," *Dalam Jurnal AlQalam*, No. 2, 34 (2017).

4) Dimensi pengetahuan agama

Dimensi ini berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya. Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragam memiliki sejumlah pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan dan kitab suci. Alquran merupakan pedoman hidup sekaligus sumber ilmu pengetahuan. Dimensi ini meliputi empat bidang yaitu akidah, ibadah, akhlak serta pengetahuan Alquran dan hadist.³⁷

5) Dimensi pengamalan atau konsekuensi

Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Kegiatan ini berkaitan dengan kegiatan pemeluk agama untuk merealisasikan ajaran-ajaran dan lebih mengarah pada hubungan manusia tersebut dengan sesamanya dalam kehidupan sehari-hari yang berlandaskan pada etika dan spritualitas agama yang dianutnya.³⁸

Pembagian lima dimensi keberagamaan menurut Glock dan Stark ini, dalam tingkatan tertentu mempunyai kesesuaian dengan Islam. Walaupun tidak sepenuhnya sama, dimensi keyakinan dapat disejajarkan dengan akidah,

³⁷Ma'zumi, dkk.hlm. 318

³⁸ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Agama Sebuah Pengantar*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2003), hlm. 47.

dimensi praktik agama (ibadah) dapat disejajarkan dengan syariah dan dimensi pengamalan dapat disejajarkan dengan akhlak. Dimensi keyakinan atau akidah Islam menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental dan dogmatik. Dalam Islam, isi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, para Malaikat, Nabi/Rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka, serta qadha dan qadar.

Dimensi peribadatan atau syariah menunjuk pada seberapa tingkat kepatuhan muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana disuruh dan dianjurkan oleh agamanya. Dalam Islam, dimensi peribadatan menyangkut pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji, membaca Alquran, doa, zikir, ibadah qurban, iktikaf di masjid di bulan puasa dan sebagainya.

Dimensi pengamalan atau akhlak menunjuk pada seberapa tingkatan muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain. Dimensi ini meliputi perilaku suka menolong, bekerjasama, berderma, menyejahterakan orang lain, menegakkan keadilan dan kebenaran, berlaku jujur, memaafkan,

menjaga lingkungan hidup, menjaga amanah, tidak mencuri, tidak menipu, tidak berjudi, tidak minuman alkohol, mematuhi norma-norma Islam dalam perilaku seksual, berjuang untuk hidup sukses menurut ukuran Islam.

Berdasarkan uraian di atas, maka indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat religiusitas pedagang pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpunan dalam penelitian ini adalah dimensi keyakinan(akidah), dimensi peribadatan dan dimensi pengamalan.

3. Hubungan Antara Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis

Tingkat religiusitas ini hanya dapat dipahami didalam kehidupan yang dapat terlihat dari perilaku. Dalam pemahaman ini yang perlu adalah kesadaran hati yang mendorong seseorang untuk ridha dan mengamalkan sesuatu yang diperintahkan oleh Allah SWT. Etika dapat dirumuskan bagaimana menerapkan nilai dan norma yang menyangkut harus hidup baik sebagai manusia. Hubungan tingkat religiusitas dengan etika adalah dalam tingkat religiusitas adanya indikator pengamalan ibadah yang mencakup ibadah sholat, puasa, zakat, dan haji.

Dalam ibadah seperti sholat, adalah sebagai jalan untuk menghentikan seseorang dari perbuatan maksiat, dikarenakan dengan melaksanakan ibadah sholat seseorang dituntut untuk mengingat Allah

SWT, Dengan mengingat-Nya menumbuhkan rasa takut dalam melakukan maksiat atau yang dilarang-nya. Semakin bagus ibadah seseorang itu maka semakin bagus juga etikanya. Sama halnya dengan indikator puasa, orang yang berpuasa dituntut untuk menjauhkan diri dari segala bentuk maksiat, munkar, dan menjaga pandangan. Melakukan amal sebaik mungkin serta berupaya untuk mencapai nilai kualitas puasa tinggi adalah upaya suatu keharusan bagi mereka yang berpuasa. Bahkan pada level menjaga emosi dan etika seperti marah, mencela, menghardik, dan sebagainya. Dalam semua indikator tersebut berkaitan antara tingkat religiusitas dengan etika.³⁹

4. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan. Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari. Dengan kata lain perdagangan adalah pemberian perantara kepada produsen dan konsumen untuk membelikan dan menjual barang-barang yang memudahkan dan memajukan pembelian dan penjualan. Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi. Pedagang dibagi menjadi tiga, yaitu :

a. Pedagang besar/ distributor/ agen tunggal

³⁹ Akrim Ashal Lubis, hlm. 4.

Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberi hak wewenang wilayah/daerah tertentu dari produsen.

b. Pedagang menengah/ agen/ grosir

Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan atau perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.

c. Pedagang eceran/ pengecer

Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.

5. Pasar Tradisional

Pasar adalah tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar tradisional adalah pasar yang berupa tempat usaha yang berbentuk toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau yang dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi dengan skala kecil, modal

kecil dan melalui proses jual beli barang dagangan dengan tawar-menawar.⁴⁰

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel tingkat religiusitas dan etika bisnis islam, yaitu :

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fitria Nurma Sari dan Moch Khoirul Anwar, Dalam Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 1 No. 1, tahun 2018	Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah. ⁴¹	Hasil Penelitian ini Adalah Semakin Positif (tinggi) Tingkat Religiusitas Santri Maka Semakin Banyak Positif (tinggi) Minat Menabung Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri di Bank Syariah.
2.	Merry dahlina, (Skripsi Universitas Islam	Analisis Tingkat Religiusitas Terhadap Etika	Hasil Penelitian ini Adalah Pengaruh Yang Diberikan Oleh

⁴⁰Christi Mei Wulandari, "Analisis Pendapat Pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember," *Dalam Jurnal Ilmu Ekonomi*, Jilid 2, 1 (2017).

⁴¹Fitria Nurma Sari dan Moch Khoirul Anwar, "Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Dalam Jurnal Ekonomi Islam*, No. 1, 1 (2018).

	Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018)	Bisnis Pedagang Muslim Pasar Induk Lambaro Aceh Besar. ⁴²	Ketiga Dimensi Independen Adalah 98,7% dan Sisanya 1,3% Dipengaruhi oleh Variabel Lain di Luar Model. Hal ini Menunjukkan Adanya Pengaruh Antara variabel Independen Dengan Dependen.
3.	Ma'zumi, dkk, Dalam jurnal, AlQalam, vol. 34 No. 2 (Juli- Desember 2017	Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional (Studi Empiris Pada Masyarakat Pasar Tradisional di Kota Serang Provinsi Banten). ⁴³	Hasil Penelitian ini Adalah Variabel Perilaku Memiliki Nilai R-Squer Sebesar 0,817 Yang Berarti Validitas Konstruk Perilaku Dapat Dijelaskan Oleh Validasi Konstruk Religiusitas Sebesar 81,7%, Sedangkan Sisanya Dijelaskan Oleh Variabel- Variabel lain Diluar Variabel Yang Diteliti Dalam Penelitian ini
4.	Erni Purnamasari, dkk, Dalam Jurnal	Pengaruh Religiusitas	Hasil Penelitian ini Adalah Terdapat

⁴²Merry Dahlina, "Analisis Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Induk Lambaro Aceh Besar," *Dalam Skripsi Universitas Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*, 2018.

⁴³Ma'zumi, dkk. Hlm, 1.

	Tarbawy, Vol. 1 No. 2, (2014)	Terhadap Pelanggaran Etika Pada Siswa Kelas XI Mia 4 dan XI Iis 2 SMA Negeri 14 Kota Bandung. ⁴⁴	Pengaruh Religiusitas Terhadap Pelanggaran Pada Siswa . Hubungan Yang Signifikan ini Sebesar 59,8%, Sisanya 40,2% Dipengaruhi oleh Faktor-Faktor Lain yang Belum Terungkap Dalam Penelitian ini.
5.	Fauzan, Dalam (Jurnal, JMK, vol. 15, No. 1, Maret 2013, 53-64)	Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis (Studi pada RM. Padang di kota Malang). ⁴⁵	Hasil Penelitian ini Adalah Religiusitas atau Keagamaan Walaupun Tidak Dominan, Tetapi Cukup Mewarnai Perilaku Etis Dalam Bisnis Rumah Makan Padang.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Fitria Nurma Sari adalah meneliti tentang Pengaruh Tingkat Religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan dalam penelitian ini itu terhadap etika bisnis. Penelitian Fitria Nurma tentang pendekatan asosiatif kausal sedangkan

⁴⁴ Erni Purnama Sari, dkk, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Pelanggaran Etika Pada Siswa Kelas XI Mia 4 dan XI Iis 2 SMA Negeri 14 Kota Bandung." *Dalam Jurnal Tarbawy*, No. 2, 1 (2014)

⁴⁵Fauzan, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis(Studi Pada RM Padang di Kota Malang)," *Dalam Jurnal JMK*, No. 1, 1 (2013).

penelitian ini adalah regresi sederhana. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama penelitian kuantitatif.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Merry Dahlina dengan penelitian ini yaitu merry dahlina meneliti tentang analisis tingkat religiusitas terhadap etika bisnis, sedangkan penelitian ini tentang pengaruh tingkat religiusitas, penelitian Merry Dahlina menggunakan teknik analisis regresi berganda, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang etika bisnis dan sama-sama penelitian kuantitatif.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Ma'zumi, dkk dengan penelitian ini yaitu Ma'zumi, dkk meneliti tentang pengaruh religiusitas terhadap perilaku ekonomi masyarakat sedangkan penelitian ini meneliti etika bisnis. Penelitian Ma'zumi , dkk menggunakan pendekatan *causal relationship* , sedangkan penelitian menggunakan metode analisis regresi sederhana. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama penelitian kuantitatif.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Erni Purnamasari dengan penelitian ini yaitu Erni Purnamasari meneliti tentang pengaruh religiusitas terhadap pelanggaran etika, sedangkan dalam penelitian ini adalah etika bisnis. Penelitian Erni Purnamasari menggunakan metode deskriptif, sedangkan penelitian ini tidak menggunakan metode analisis regresi sederhana. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama penelitian kuantitatif.

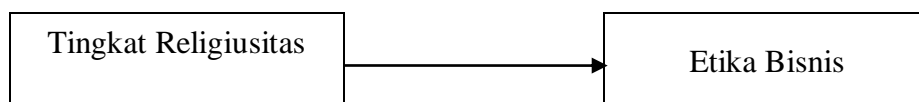
Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Fauzan dengan penelitian ini yaitu fauzan meneliti tentang pengaruh religiusitas terhadap etika berbisnis, sedangkan penelitian ini adalah etika bisnis. Penelitian Fauzan menggunakan metode analisis regresi berganda, sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis regresi sederhana. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama penelitian kuantitatif.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai yang penting. kerangka pikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis perpautan antara variabel yang di teliti. Jadi, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Religiusitas adalah salah satu faktor yang mempengaruhi etika bisnis, yaitu dalam perilaku berbisnis. Dalam proses etika bisnis, religiusitas adalah tentang agama . Model kerangka pikir dalam penelitian ini adalah :

Skema II.1
Kerangka Pikir



Keterangan :

—————> : Uji Parsial

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Ha = Terdapat pengaruh antara tingkat religiusitas terhadap etika bisnis.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi ini dilakukan di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan, yang terletak di Jalan Sudirman, Kelurahan Wek II, Padangsidimpuan Utara, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara. Waktu penelitian ini dilakukan dari bulan Juni 2020 sampai dengan Juni 2021.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu menganalisis dalam bentuk data-data yang berupa angka. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data Primer. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian. Prosesnya berawal dari teori, selanjutnya dengan menggunakan logika deduktif diturunkan hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan operasionalisasi konsep, maka generalisasi empiris yang bersandar pada statistik sehingga dapat disimpulkan sebagai temuan penelitian.⁴⁶

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

⁴⁶Desy Astrid Anindya, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua," *Dalam Jurnal At-Tawassuth*, No. 2, 2 (2017).

kesimpulannya.⁴⁷ Dalam penelitian ini peneliti mengambil populasinya sebanyak 870 orang pedagang muslim di pasar Sangkumal Bonang.

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 mengetahui sampel yang akan diteliti pada penelitian ini maka peneliti menggunakan rumus atau metode slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{870}{1 + 870(0,1)^2} = 89,69$$

Dimana:

n = jumlah elemen atau anggota sampel

N= jumlah elemen atau populasi

e = kesalahan yang diterima 10% (0,1)

berdasarkan perhitungan di atas bahwa sampel sebanyak 89,69 dibulatkan menjadi 90 dari 870 populasi. Sampel inilah yang akan diambil

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 115.

pada pedagang muslim pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan. Sedangkan teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan melalui sistem acak. Maka peneliti memberikan hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel.⁴⁸

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.⁴⁹

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁵⁰

F. Instrumen Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara atau interview adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pegawai dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan

⁴⁸Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Wali Pers, 2008), hlm, 101.

⁴⁹Burham Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 122.

⁵⁰ Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 78.

pedoman (*guide*) wawancara. Wawancara dilakukan langsung pada pegawai di Dinas Perdagangan Kabupaten Madina yaitu tatap muka langsung, dan melalui *telephone*.⁵¹

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁵²

Umar menyatakan bahwa “ Teknik angket merupakan suatu pengumpulan data dengan memberi atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memeberi respon atas daftar pertanyaan tersebut”.

Angket digunakan untuk mengukur dan mengetahui pendapat responden terkait permasalahan Pengaruh tingkat religiusitas terhadap etika bisnis pedagang muslim di pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan. Secara umum teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik skala *likert*.

Sebagai skala pengukuran sikap yang dibuat dalam bentuk *cheklist*. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai skor yang dapat berupa kata-kata. Adapun skor yang diterapkan untuk pertanyaan pada angket ini adalah:

⁵¹ Maman Abdurrahman dan Sambas Ali muhidin, *Panduan Praktik Memahami Penelitian Bidang Sosial Administrasi Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 89.

⁵²P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktis*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), hlm. 39.

Tabel III. 1
Tabel Penetapan Skor Alternatif atas Jawaban Kuesioner

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Angket yang dibuat dalam penelitian ini yaitu tentang etika bisnis dan tingkat religiusitas yang akan disebutkan kepada para responden, adapun indikator angketnya sebagai berikut:

Tabel III. 2
Kisi-kisi Angket Etika Bisnis dan Tingkat Religiusitas

Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
Etika Bisnis (Y)	a. Tauhid	1,2
	b. Keseimbangan	3,4
	c. Kebebasan	5,6
	d. Tanggung jawab	7,8
	e. Transparansi	9,10
Tingkat Religiusitas (X)	a. Dimensi Agama	1,2,3
	b. Dimensi Keyakinan	4,5,6
	c. Dimensi Pengetahuan	7,8
	d. Dimensi Pengamalan	9,10

G. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang diukur. Sekiranya peneliti menggunakan kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya. Setelah kuesioner tersebut disusun dan teruji validitasnya, dalam praktek belum tentu data yang terkumpulkan adalah data yang valid.⁵³

⁵³Masri Singrimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Pustaka Lp3es, 1999), hlm. 124.

Hasil perhitungan r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} *product moment* dengan tara signifikansi 0,1 $r_{hitung} > r_{tabel}$ *item* yang di uji valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut reliabel atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama. Dalam penelitian, jika suatu pengukuran konsisten dari waktu ke waktu lainnya, maka pengukuran itu dapat diandalkan dan dipercaya dalam derajat tertentu. Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jika reliabilitas < 0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,70 dapat diterima dan diatas 0,80 adalah.

H. Analisis data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah :mengelompokkan dan berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data.

Berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukandengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Jika jumlah data cukup banyak dan penyebarannya tidak 100% normal (tidak normal sempurna), maka kesimpulan yang ditarik berkemungkinan salah.⁵⁴

Untuk menghindari kesalahan tersebut lebih baik memakai beberapa rumus yang telah diuji keandalannya, yaitu dengan uji kolmogorop-smirnov. Dengan kriteria pengujiannya adalah:

Jika signifikansi $> 0,1$ maka H_a diterima

Jika signifikansi $< 0,1$ maka H_o ditolak

I. Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi mengukur hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih.⁵⁵ Analisis regresi digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas tingkat reeligiusitas (X) berpengaruh terhadap etika bisnis pedagang muslim (Y) di pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan.

Adapun bentuk persamaan regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y=a+bX$$

⁵⁴ Ahmad Nizar Rangkuti, *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan*, (Medan: Perdana Publishing, 2015), hlm, 74.

⁵⁵ W. Gulo, *Petode Penelitian*, (Jakarta: PT Grasindo, 2010), hlm, 186.

Yang mana:

Y= Etika Bisnis

α = konstanta

β =koefisien

X=Tingkat Religiusitas

J. Koefisien Determinasi (Uji R square)

Uji koefisien determinasi merupakan besaran menunjukkan tingkat kekustan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen (menunjukkan seberapa besar persentase keragaman Y yang dapat dijelaskan oleh keragaman X), atau kata lain seberapa besar X dapat memberikan pengaruh terhadap Y.⁵⁶

K. Uji Koefisien Secara Parsial (uji t)

Uji t (uji koefisien secara parsial) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial tingkat religiusitas berpengaruh terhadap etika bisnis secara signifikan atau tidak. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,1 dan 2 sisi. Kriteria pengambilan keputusan :⁵⁷

Apabila $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Apabila $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

1. Jika signifikan $> 0,1$ maka H_a diterima
2. Jika signifikan $< 0,1$ maka H_0 ditolak

⁵⁶ Mudrajat Kuncoro, *Meode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Menulis Tesis*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 240.

⁵⁷ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm, 206.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran umum Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan

1. Sejarah Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan

Pada masa awal kemerdekaan, Kota Padasidimpuan adalah merupakan Pusat Pemerintahan, dari lembah besar Tapanuli Selatan dan pernah menjadi Ibu kota Kabupaten Angkola Sipirok sampai bergabung kembali Kabupaten Mandailing Natal. Melalui Aspirasi masyarakat dan pemerintah tingkat II Kabupaten Tapanuli Selatan serta peraturan pemerintah No.32 tahun 1982 dan melalui rekomendasi DPRD Tapanuli Selatan No.15/KPTS/1992 dan No.15/KPTS/1992 kota Administratif Padangsimpuan diusulkan menjadi kota madya tingkat II, bersamaan dengan pembentukan kabupaten daerah tingkat II Mandailing Natal, Angkola Sipirok dan Kabupaten Padang Lawas. Dan berjalannya pemerintahan tingkat II yang baru dibentuk pada tahun 2003 dimulailah dibangun Pasar Raya yang terbesar di wilayah Pantai Barat yang bernama Pasar Sangkumpal Bonang yang di kutip dari nama Aek Sangkumpal Bonang yang mengalir melalui jalan sitombol sekarang dan berakhir kesungai Batang Ayumi. Pasar Sangkumpal Bonang adalah pasar kebanggaan kota Padangsidimpuan. Berdiri tepat di pusat kota, dengan bangunan tiga lantai dan luas sekitar satu hektar, pasar ini menjadi tujuan utama para pengunjung

yang ingin berbelanja. Menjadikan Kota Padangsidempuan sebagai Pusat Perdagangan di Wilayah Pantai Barat Sumatera Utara.

2. Letak geografis Pasar Sangkumpul Bonang Padangsidempuan

Pasar Sangkumpa Bonang adalah salah satu Pasar yang ada di kota Padangsidempuan, sebuah tempat yang menjadi titik temu sosial dan berinteraksi, bertegur sapa, serta membangun hubungan kekeluargaan yang baik.

Pasar Sangkumpul Bonang adalah Pasar yang menjadi lokasi tempat penelitian tingkat religiusitas terhadap etika bisnis pedagang muslim. Dalam pembahasan dikemukakan tentang letak geografis yang menyangkut luas daerah serta penggunaan areal pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidempuan. Dapat dilihat batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah utara dengan sate rajawali.
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan jalan baru I.
- c. Sebelah timur berbatasan dengan daerah kantin.
- d. Sebelah barat berbatasan dengan pajak batu.

B. Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden tingkat religiusitas dan etika bisnis di bawah ini.

1. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Tingkat Religiusitas

Tabel IV.1

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor	Mean
		SS	S	KS	TS	STS			
1.	Saya melaksanakan apa yang diperintahkan agama	24%	72%	4%	0%	0%	100	377	4,18
2.	Saya meninggalkan apa yang dilarang oleh agama	21%	69%	10%	0%	0%	100	370	4,11
3.	Saya merasa setiap tindakan saya awasi Allah SWT	24%	70%	6%	0%	0%	100	377	4,18
4.	Perbuatan buruk yang dilakukan kepada orang lain akan kembali kepada kita	40%	51%	9%	0%	0%	100	388	4,31
5.	Allah maha mengetahui setiap tindakan yang saya lakukan	38%	58%	4%	0%	0%	100	390	4,33
6.	Setiap perbuatan akan dimintai pertanggung jawaban	32%	65%	3%	0%	0%	100	386	4,28
7.	Allah SWT sudah menetapkan rezeki bagi setiap manusia	57%	40%	3%	0%	0%	100	408	4,53

8.	Setiap memulai pekerjaan, saya selalu membaca basmalah	38%	51%	7%	3%	1%	100	379	4,21
9.	Saya selalu berusaha jujur	29%	38%	23%	7%	3%	100	350	3,88
10.	Saya menyisihkan sebagian rezeki saya untuk yang berhak	43%	47%	8%	1%	1%	100	385	4,27

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai tingkat religiusitas, bahwa melaksanakan apa yang diperintahkan agama . Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 21 orang, menjawab setuju sebanyak 65 orang, menjawab kurang setuju 4 orang dan menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan melaksanakan apa yang diperintahkan agama, rata- rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang, menjawab setuju sebanyak 65 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai tingkat religiusitas, bahwa meninggalkan apa yang dilarang oleh agama. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 19 orang, menjawab setuju sebanyak 62 orang, menjawab kurang setuju 9 orang dan menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan meninggalkan apa yang dilarang oleh

agama, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang, menjawab setuju sebanyak 62 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai tingkat religiusitas, bahwa merasa setiap tindakan saya awasi Allah SWT. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 22 orang, menjawab setuju sebanyak 63 orang, menjawab kurang setuju 5 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan merasa setiap tindakan saya awasi Allah SWT, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang, menjawab setuju sebanyak 63 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai tingkat religiusitas, bahwa Perbuatan buruk yang dilakukan kepada orang lain akan kembali kepada kita. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 36 orang, menjawab setuju sebanyak 46 orang, menjawab kurang setuju 8 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Perbuatan buruk yang dilakukan kepada orang lain akan kembali kepada kita, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang, menjawab setuju sebanyak 46 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai tingkat religiusitas, bahwa Allah maha mengetahui setiap tindakan yang saya lakukan. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 34 orang, menjawab setuju sebanyak 52 orang, menjawab kurang setuju 4 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Allah maha mengetahui setiap tindakan yang saya lakukan, rata-rata

responden menjawab sangat setuju sebanyak 34 orang, menjawab setuju sebanyak 52 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai tingkat religiusitas, bahwa Setiap perbuatan akan dimintai pertanggung jawaban. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 29 orang, menjawab setuju sebanyak 58 orang, menjawab kurang setuju 3 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan mampu menyelesaikan pekerjaan dengan mudah dan cepat, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang, menjawab setuju sebanyak 58 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai tingkat religiusitas, bahwa Allah SWT sudah menetapkan rezeki bagi setiap manusia. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 51 orang, menjawab setuju sebanyak 36 orang, menjawab kurang setuju 3 orang, Jawaban responden terhadap pernyataan Allah SWT sudah menetapkan rezeki bagi setiap manusia, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 51 orang, menjawab setuju sebanyak 36 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai tingkat religiusitas, bahwa Setiap memulai pekerjaan, saya selalu membaca basmalah. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 34 orang, menjawab setuju sebanyak 46 orang, menjawab kurang setuju 6 orang, menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang,

menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Setiap memulai pekerjaan, saya selalu membaca basmalah, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 34 orang, menjawab setuju sebanyak 46 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai tingkat religiusitas, bahwa Saya selalu berusaha jujur. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 26 orang, menjawab setuju sebanyak 34 orang, menjawab kurang setuju 21 orang, menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang, menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Saya selalu berusaha jujur, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang, menjawab setuju sebanyak 34 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai tingkat religiusitas, bahwa Saya menyisihkan sebagian rezeki saya untuk yang berhak. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 38 orang, menjawab setuju sebanyak 42 orang, menjawab kurang setuju 8 orang, menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang, menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Saya selalu berusaha jujur, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 38 orang, menjawab setuju sebanyak 42 orang.

2. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Etika Bisnis

Tabel IV.2

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor	Mean
		SS	S	KS	TS	STS			
1.	Harta yang saya peroleh adalah titipan Allah	45 %	51 %	4%	0%	0%	100	396	4,4
2.	Saya yakin bahwa Allah selalu mengawasi saya	47 %	50 %	2%	1%	0%	100	398	4,42
3.	Saya tidak curang dalam hal menimbang	25 %	66 %	6%	3%	0%	100	370	4,11
4.	Saya dapat menerima kritikan dari pembeli atas barang dagangan saya	40 %	40 %	15 %	5%	0%	100	373	4,14
5.	Saya tidak memaksa pembeli membeli dagangan saya	44 %	53 %	2%	1%	0%	100	395	4,3
6.	Saya tidak marah ketika pembeli menawar barang dagangan	43 %	55 %	2%	0%	0%	100	396	4,4
7.	Saya tidak melakukan kecurangan	39 %	53 %	8%	0%	0%	100	387	4,3
8.	Saya tidak menimbun barang kemudian menjualnya ketika harga naik	42 %	52 %	3%	3%	0%	100	389	4,32
9.	Saya tidak menyembunyikan cacat barang	39 %	53 %	7%	1%	0%	100	385	4,27
10.	Saya menjual	35	52	12	1%	0%	100	378	4,2

	barang yang sudah saya terima	%	%	%					
--	-------------------------------	---	---	---	--	--	--	--	--

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai etika bisnis, bahwa Harta yang saya peroleh adalah titipan Allah. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 40 orang, menjawab setuju sebanyak 46 orang, menjawab kurang setuju 4 orang dan menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Harta yang saya peroleh adalah titipan Allah, rata- rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang, menjawab setuju sebanyak 46 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai etika bisnis, bahwa Saya yakin bahwa Allah selalu mengawasi saya. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 42 orang, menjawab setuju sebanyak 45 orang, menjawab kurang setuju 2 orang, menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Saya yakin bahwa Allah selalu mengawasi saya, rata- rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 42 orang, menjawab setuju sebanyak 45 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai etika bisnis, bahwa Saya tidak curang dalam hal menimbang. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 22 orang, menjawab setuju sebanyak 59 orang, menjawab kurang setuju 6 orang, menjawab tidak setuju 3 orang. Jawaban responden terhadap

pernyataan Saya tidak curang dalam hal menimbang, rata- rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang, menjawab setuju sebanyak 59 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai etika bisnis, bahwa Saya dapat menerima kritikan dari pembeli atas barang dagangan saya. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 36 orang, menjawab setuju sebanyak 36 orang, menjawab kurang setuju 13 orang dan menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan, Saya dapat menerima kritikan dari pembeli atas barang dagangan saya, rata- rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang, menjawab setuju sebanyak 36 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai etika bisnis, bahwa Saya tidak memaksa pembeli membeli dagangan saya. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 39 orang, menjawab setuju sebanyak 48 orang, menjawab kurang setuju 2 orang, menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Saya tidak memaksa pembeli membeli dagangan saya, rata- rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 39 orang, menjawab setuju sebanyak 48 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai etika bisnis, bahwa Saya tidak marah ketika pembeli menawar barang dagangan.. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang

jawaban sangat setuju 38 orang, menjawab setuju sebanyak 50 orang, menjawab kurang setuju 2 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Saya tidak marah ketika pembeli menawar barang dagangan, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 38 orang, menjawab setuju sebanyak 50 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai etika bisnis, bahwa Saya tidak melakukan kecurangan. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 35 orang, menjawab setuju sebanyak 47 orang, menjawab kurang setuju 8 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Saya tidak melakukan kecurangan, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 35 orang, menjawab setuju sebanyak 47 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai etika bisnis, bahwa Saya tidak menimbun barang kemudian menjualnya ketika harga naik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 38 orang, menjawab setuju sebanyak 46 orang, menjawab kurang setuju 3 orang dan menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Saya tidak menimbun barang kemudian menjualnya ketika harga naik, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 38 orang, menjawab setuju sebanyak 46 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai etika bisnis, bahwa Saya tidak menyembunyikan cacat barang.

Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 35 orang, menjawab setuju sebanyak 47 orang, menjawab kurang setuju 7 orang dan menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Saya tidak menyembunyikan cacat barang, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 35 orang, menjawab setuju sebanyak 47 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden terhadap pernyataan mengenai etika bisnis, bahwa Saya menjual barang yang sudah saya terima. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang jawaban sangat setuju 31 orang, menjawab setuju sebanyak 47 orang, menjawab kurang setuju 11 orang dan menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang. Jawaban responden terhadap pernyataan Saya menjual barang yang sudah saya terima, rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 31 orang, menjawab setuju sebanyak 47 orang.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas instrumen

a. Hasil Validitas

Hasil uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 10 persen atau 0,1 dengan derajat kebebasan $(df)=n-2$, jadi $df=90-2=88$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

1) Hasil Uji Validitas Tingkat Religiusitas

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas variabel Tingkat Religiusitas

Item pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Item1	0,473		Valid
Item 2	0,493	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 = 90-2=88$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1745$	Valid
Item 3	0,549		Valid
Item 4	0,566		Valid
Item 5	0,458		Valid
Item 6	0,489		Valid
Item 7	0,360		Valid
Item 8	0,455		Valid
Item 9	0,354		Valid
Item 10	0,488		Valid

Sumber: hasil SPSS versi 24 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel tingkat religiusitas pada tabel IV. 3 di atas dapat disimpulkan bahwa 10 item pernyataan antara lain 1,2,3,4,5,6,7,8,9 dan 10 pernyataan yang valid. Sedangkan uji validitas variabel etika bisnis sebagai berikut:

2) Hasil Uji validitas etika bisnis

Tabel IV. 4

Hasil validitas item pernyataan variabel Etika bisnis

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,330	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 90 - 2 = 88$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga peroleh $r_{tabel} = 0,1745$	Valid
Item 2	0,531		Valid
Item 3	0,538		Valid
Item 4	0,564		Valid
Item 5	0,446		Valid
Item 6	0,575		Valid
Item 7	0,378		Valid
Item 8	0,495		Valid
Item 9	0,376		Valid
Item 10	0,275		Valid

Sumber: hasil SPSS versi 24 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel etika bisnis pada tabel IV. 4 di atas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $n=88$ adalah 0,1745. maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk varibel etika bisnis dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui kesenjangan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Uji reliabilitas merupakan lanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item valid saja. Untuk mengetahui apakah

instrumen reliabel atau tidak, dengan menggunakan *cronbach alpha* $> 0,60$.

Berikut hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel:

Tabel IV. 5
Hasil uji Reabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha Uji Reabilitas	Nilai Alpha
1	Tingkat Religiusitas	0,694	0,60
2	Etika Bisnis	0,688	0,60

Sumber: hasil SPSS versi 24 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV. 5 diatas menunjukkan bahwa variabel tingkat religiusitas memiliki nilai *Cronbach alpha* $0,694 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat religiusitas dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima. Dan untuk variabel etika bisnis nilai *cronbach alpha* $0,688 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel etika bisnis dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

2. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas residual dengan metode kolmogrov-smirnov, dengan melihat pada nilai signifikansi. Jika sidnifikansi kurang dari 0,1 kesimpulan data tidak berdistribusi normal. Jika lebih dari 0,1, maka data berdistribusi normal.

Tabel IV. 6
Hasil Uji Normalitas

One- Sample Kolmogrov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.33381442
Most Extreme Differences	Absolute	146
	Positive	146
	negative	-139
Test Statistic		164
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{cd}
a. Test distribution is normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors significance correction.		
d. This is lower bound of the true significance		

Sumber: hasil SPSS versi 24 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV. 6 di atas dapat dilihat bahwa nilai asymp. Sig (2-tailed) adalah 0,200, sehingga lebih besar dari nilai signifikan 0,1 ($0,200 > 0,1$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut normal, sehingga data dalam peneliti ini telah berdistribusi normal.

3. Uji Regresi Sederhana

Penelitian ini menentukan pengaruh teingkat religiusitas terhadap etika bisnis. Dalam hal ini penelitian menggunakan SPSS versi 24 untuk mencari pengaruh antara variabel tersebut. Hasil analisis regresi dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel IV. 7
Hasil Uji Regresi Sederhana

coefficients^a

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	46.337	4.444		10.428	.000
Tingkat Religiusitas	.67	.102	.070	6.571	.000
Dependent Variabel: Etika Bisnis					

Sumber: Hasil SPSS versi 24 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana pada tabel IV. 7 di atas, bahwa pengukuran regresi sederhana yang ditunjukkan pada tabel coefficients, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut: $Y=a+bX$

$$\text{Etika Bisnis} = 46,337+0,67 \text{ Tingkat Religiusitas}$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstan adalah 46,337, satuan menyatakan bahwa jika tingkat religiusitas diasumsikan 0 maka etika bisnis pedagang muslim di pasar sangkumpal bonang Padangsidimpuan sebesar 46,337 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi tingkat religiusitas adalah sebesar 0,67 satuan, artinya jika tingkat religiusitas diasumsikan naik 1 satuan, maka etika bisnis pedagang muslim di pasar sangkumpal bonang Padangsidimpuan meningkat sebesar 0,67 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel tingkat religiusitas dan etika bisnis.

4. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Uji R square (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Bila nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas. Berikut hasil uji R square (R^2):

Tabel IV.10
Hasil Uji R square (r^2)
Model Summary

Model	R	R square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.521	.534	.522	2.608

Sumber : Hasil SPSS versi 24 (data diolah)

Berdasarkan uji R^2 pada tabel IV. 10 di atas, menunjukkan bahwa pada tabel *model summary* diperoleh angka R square sebesar 0,534 atau dengan 53,4%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh terhadap etika bisnis sebesar 53,4%, sedangkan sisanya sebesar 46,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Uji Parsial (t)

Untuk mengetahui hasil penelitian signifikansi atau tidak, angka t_{hitung} akan dibandingkan dengan t_{tabel} diperoleh dengan menggunakan program SPSS versi 24 sebagai berikut:

Tabel IV. 11
Hasil Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	46.337	4.444		10.428	.000
Tingkat Religiusitas	.67	.102	.070	6.571	.000

Sumber: Hasil SPSS versi 24 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji parsial pada tabel IV. 11 di atas dapat diketahui bahwa t_{hitung} untuk variabel tingkat religiusitas adalah 6,571, dan untuk t_{tabel} diperoleh adalah dari rumus $df = n-k-1$ atau $90-2-1=87$, hasil yang diperoleh adalah 1,662, dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,571 > 1,662$). Maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya bahwa tingkat religiusitas berpengaruh terhadap etika bisnispedagang muslim.

Hasil dari kolom sig sebesar 0,000 dengan taraf signifikansi 10% yang diperoleh $0,000 < 0,1$, maka H_o ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa tingkat religiusitas berpengaruh terhadap etika bisnis pedagang muslim.

Jadi berdasarkan kesimpulan di atas H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya tingkat religiusitas berpengaruh terhadap etika bisnis pedagang muslim.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian berjudul Pengaruh tingkat religiusitas terhadap etika bisnis pedagang muslim di pasar sangkumpal bonang Padangsidimpuan diolah dengan menggunakan program komputer SPSS versi 24 dilihat dari

analisis maka pembahasan tentang hasil analisis penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Sangkumpal Bonang

Hasil analisis yang dilakukan maka diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa ada pengaruh antara tingkat religiusitas terhadap etika bisnis pedagang muslim dapat diterima. Hal yang membuktikan berdasarkan perhitungan uji t, dengan hasil uji $t = 6,571$. Hasil analisis data menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,571 > 1,662$), maka hipotesis alternatif diterima dan variabel tingkat religiusitas menunjukkan taraf signifikan $0,000 < 0,1$ yang signifikan.

Berdasarkan uji R^2 menunjukkan bahwa pada tabel *model summary* diperoleh angka *R square* sebesar 0,534 atau dengan 53,4%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh terhadap etika bisnis pedagang muslim di pasar sangkumpal bonang Padangsidempuan sebesar 53,4%, sedangkan sisanya 46,6% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Religiusitas adalah hubungan pribadi dengan sang ilahi Yang Maha Kuasa dengan adanya konsekuensi hasrat untuk berkenan kepada ilahi dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi larangannya. Religiusitas dapat dikatakan sebagai ketaatan individu terhadap perintah agama yang diyakininya.

Sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Harun Nasution dalam buku Abuddin Nata menyimpulkan bahwa agama mengandung arti ikatan yang harus dipegang dan dipatuhi dan mempunyai pengaruh besar terhadap kehidupan manusia sehari-hari. Ikatan itu berasal dari suatu kekuatan yang lebih tinggi dari manusia.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Fauzan (2013) menyatakan bahwa etika bisnis dipengaruhi oleh Dimensi praktik Agama, dimensi keyakinan, dimensi pengetahuan, dan dimensi pengamalan. dari variabel Religiusitas mempengaruhi etika bisnis sebesar 0,417 atau 41,7%. Selain itu penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Merry Dahlina (2018) yang berisi religiusitas berpengaruh terhadap etika bisnis. Hasil penelitian ini juga mendukung pendapat tentang religiusitas bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor naik turunnya etika bisnis pedagang muslim.

Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan tingkat religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap etika bisnis pedagang pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan. Berarti apabila tingkat religiusitas semakin tinggi maka etika bisnis pedagang muslim di pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan akan meningkat dan sebaliknya, jika tingkat religiusitas pedagang muslim rendah maka etika bisnis yang dimiliki pedagang muslim akan menurun.

E. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan-keterbatasan penelitian yang dihadapi oleh peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah :

- 1) Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikam sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
- 2) Keterbatasan kemampuan dalam menganalisis data yang sudah diperoleh. Walaupun demikian, peneliti mengupayakan agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.
- 3) Penyebaran angket hanya dilakukan di pasar sangkumpal bonang Padangsidempuan sebagai tempat penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari data pembahasan mengenai pengaruh tingkat religiusitas terhadap etika bisnis pedagang muslim di pasar sangkumpal bonang Padangsidimpuan dengan metode analisis regresi sederhana, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Dapat dilihat hasil regresi sederhana diperoleh $Y = a + bX$ (etika bisnis = $46,337 + 0,67$ Tingkat Religiusitas), dengan demikian diketahui bahwa parameter koefisien regresi untuk variabel tingkat religiusitas adalah positif terhadap etika bisnis, artinya setiap peningkatan variabel tingkat religiusitas maka terjadi juga peningkatan pada variabel etika bisnis.

Hasil analisis uji parsial (t) yang dilakukan maka diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh tingkat religiusitas terhadap etika bisnis yang hasilnya $t = 6,571$. Hasil analisis data yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,571 > 1,662$), maka H_a diterima. Dan taraf signifikannya $0,000 < 0,1$, maka H_0 ditolak.

Dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel tingkat religiusitas terhadap etika bisnis pedagang muslim, perlu dilihat dari nilai koefisien determinasinya. Berdasarkan perolehan koefisien determinasi sebesar 0,534 menunjukkan bahwa besarnya variasi etika

bisnis pedagang muslim di pasar sangkumpal bonang Padangsidempuan adalah sebesar 53,4% dimana sisanya 46,6%.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Pihak IAIN Padangsidempuan

Peneliti ini dihadapkan dapat menjadi referensi tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi etika bisnis dan tingkat religiusitas untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti ini bisa digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan peneliti ini dengan mempertimbangkan variabel lain seperti perilaku, religiusitas yang sudah ada dalam penelitian ini.

3. Bagi Pedagang

Dengan adanya penelitian diharapkan adanya kesadaran pedagang dalam beretika bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hakim dan Jaih Mubarak. *Metodologi Studi Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Abuddin Nata. *Metedologi Studi Islam*. Jakarta: Raja Wali Pers, 2013.
- Ahmad Hulaimi. "Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi," No. 1, 2 (2017).
- Ahmad Yunadi. "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Permintaan Pembiayaan Mudharabah" Vol. 1 (2011): No. 2.
- Akrim Ashal Lubis. "Analisis Aspek Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Pasar Muslim Pusat Pasar Kota Medan" VII (t.t.): No. 1.
- Aliman Syahuri Zein. "Ananlisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kabupaten Mandailing Natal." *At-Tijaroh : Dalam Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* Vol. 4, no. No. 2 (July 2018): hlm. 222-236.
- Ali Yafie, dkk. *Fiqh Perdagangan Bebas*. Jakarta Selatan: Teraju, 2003.
- Amirullah dan Imam Hardjanto. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Burham Bungin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Christi Mei Wulandari, "Analisis Pendapat Pedagang Pasar Baru Kencong Kabupaten Jember," Jilid 2, 1 (2017).
- Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta timur: Darussunnah, 2015.

Desy Astrid Anindya, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua," No. 2, 2 (2017).

Erni Purnamasari, dkk. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Pelanggaran Etika Pada Siswa Kelas XI Mia 4 dan XI Iis 2 SMA Negeri 14 Kota Bandung," No. 2, 1 (2014).

Fauzan. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis(Studi Pada RM Padang di Kota Malang," No. 1, 1 (2013).

Fauzan Adhim. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni dan Alumni Pesantren(Studi Pada Kantor Depag Kabupaten Bangkalan," No. 2, 5 (2009).

Fauzan dan Ida N. "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang," No. 1, 10 (2014).

Fitria Nurma Sari dan Moch Khoirul Anwar. "Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," No. 1, 1 (2018).

Ibu Ika. Pedagang Kelontong di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan, Wawancara, Kamis, 23 Juli 2020. Pkl. 11.00 Wib

Ibu Jelita. Pedagang Sayuran di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan, Wawancara, Minggu, 6 September 2020. Pkl. 14.30 Wib

Ibu Ros. Pedagang Sembako di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan, Wawancara, Kamis, 23 Juli 2020. Pkl. 10.30 Wib

Ika Yunia Fauzia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prena Media Group, 2013.

Ilham Pakkawaru. "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung dan Informasi Sebagai Variabel Moderating," No. 2, 12 (2018).

Imang Dapit Pamungkas. "Pengaruh Religiusitas Dan Rasional Dalam Mencegah Dan Mendeteksi Kecenderungan Kecurangan Akuntansi," No. 2, 15 (2014).

Irham Fahmi. *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan solusi*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Agama Sebuah Pengantar*. PT Mizan Pustaka, 2003.

M. Quraish Shihab. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Ciputat: Lentera Hati, 2000.

Masri Singrimbun Dan Sofian Efendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka lp3es, 1999.

Ma'zumi, dkk. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional(Studi Empiris Pada Masyarakat Pasar Tradisional di Kota Serang Provinsi Banten," No. 2, 34 (2017).

Merry Dahlina. "Analisis Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Induk Lambaro Aceh Besar," 2018.

Muhammad Saifullah. "Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah" Vol. 19 (2011): No. 1.

Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Raja Wali Pers, 2008.

P. Joko Subagyo. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.

Raihanul Akmal, dkk, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional di kota Banda Aceh". *Dalam Jurnal Juornal Of Sharia Economic*, Vol. 1, 1 (2020)

Sentot Imam Wahjono. *Bisnis Modren*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Wahyu Dwi Sutami. "Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional" Vol. 1 (2005): No. 2.

Daftar Riwayat Hidup

Data Pribadi

Nama : Robi Atun Adawiyah
Jenis kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Palopat, 06 September 1997
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Anak ke : 1 (Pertama)
Alamat lengkap : Pintu Padang II, Kec, Batang Angkola
Telepon/ hp : 0823-6063-5304

Orang tua

Nama Orang Tua
Ayah : Mhd. Syawal Batubara (Alm)
Ibu : Hidayati Nasution
Alamat : Pintu Padang II
Pekerjaan Orang Tua
Ayah : -
Ibu : Wiraswasta

Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2009-2010 : SDN Pintu Padang
Tahun 2013-2014 : MTSN 2 Padangsidimpuan
Tahun 2015-2016 : SMA S Nurul Ilmi Padangsidimpuan
Tahun 2016 : Program Sarjana (S1) Ekonomi Syariah
IAIN Padangdimpuan

Lampiran 1

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **Delima Sari Lubis, MA**

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BISNIS PEDAGANG MUSLIM DI PASAR SANGKUMPAL BONANG PADANGSIDIMPUAN

Yang disusun oleh:

Nama : **Robi Atun Adawiyah**
NIM : 16 402 00258
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik..

Padangsidimpun, 2021

Delima Sari Lubis, MA
NIP.19840512 201403 2 002

Lampiran 2

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.

Pedagang Muslim di Pasar Sangkumpul Bonang

Di Padangsidempuan

Assalamu 'alaikum, Wr. Wb

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dengan hormat, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar pernyataan sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang peneliti butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dalam bidang Ekonomi Syariah, dengan judul "**Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sangkumpul Bonang Padangsidempuan**".

Atas kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu membantu saya mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan 2021

Hormat Saya,

Robi Atun Adawiyah

NIM. 164 0200 258

ANGKET PENELITIAN
PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BISNIS
PEDAGANG MUSLIM DI PASAR SANGKUMPAL BONANG
PADA SIDIMPUAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : _____

Jenis Kelamin : laki perempuan

Pendidikan Terakhir : _____

Usia : _____

II. PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah pernyataan berikut dengan memberitanda *check list* pada kolom yang sudah disediakan. Setiap pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

LEMBAR VALIDASI ANGKETTINGKAT RELIGIUSITAS

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Pernyataan	V	VR	TV
Dimensi Agama	1, 2, 3			
Dimensi Keyakinan	4, 5, 6			
Dimensi Pengetahuan	7, 8			
Dimensi Pengamalan	9, 10			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, 2021
Validator,

Delima Sari Lubis, MA
NIP.19840512 201403 2 002

Daftar Pernyataan:

1. Variabel (X) Tingkat Religiusitas

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya melaksanakan apa yang diperintahkan agama					
2	Saya meninggalkan apa yang dilarang oleh agama					
3	Saya merasa setiap tindakan saya awasi Allah SWT					
4	Perbuatan buruk yang dilakukan kepada orang lain akan kembali kepada kita					
5	Allah maha mengetahui setiap tindakan yang saya lakukan					
6	Setiap perbuatan akan dimintai pertanggung jawaban					
7	Allah SWT sudah menetapkan rezeki bagi setiap manusia					
8	Setiap memulai pekerjaan, saya selalu membaca basmalah					
9	Saya selau berusaha jujur					
10	Saya menyisihkan sebagian rezeki saya untuk yang berhak					

2. Variabel (Y) Etika Bisnis

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Harta yang saya peroleh adalah titipan Allah					
2	Saya yakin bahwa Allah selalu mengawasi saya					
3	Saya tidak curang dalam hal menimbang					
4	Saya dapat menerima kritikan dari pembeli atas barang dagangan saya					
5	Saya tidak memaksa pembeli membeli dagangan saya					
6	Saya tidak marah ketika pembeli menawar barang dagangan					
7	Saya tidak melakukan kecurangan					
8	Saya tidak menimbun barang kemudian menjualnya ketika harga naik					
9	Saya tidak menyembunyikan cacat barang					
10	Saya menjual barang yang sudah saya terima					

Padangsidempuan,
Responden

2021

()

42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	45
44	5	4	5	5	4	5	4	2	5	4	45
45	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	46
46	3	4	5	5	4	4	3	5	3	5	44
47	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	43
48	4	4	5	5	4	5	4	5	3	4	43
49	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	45
50	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	44
51	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
52	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	46
53	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	44
54	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	46
55	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	44
56	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	44
57	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	46
58	5	4	2	5	5	5	5	4	4	4	45
59	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
60	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	43
61	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	45
62	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	44
63	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	40
65	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	45
66	3	4	4	4	5	5	3	4	4	5	44
67	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	45
68	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	49
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
71	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	40
72	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	43
75	4	4	4	4	4	4	5	2	4	5	42
76	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	43
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	45
79	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
80	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
81	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	42
82	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
83	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	50

Responden	Soal										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	44
2	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	45
3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	41
5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	3	42
6	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	45
7	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
8	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	45
9	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	43
10	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
11	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	45
12	4	4	4	5	4	5	4	2	3	5	44
13	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	46
14	5	4	5	5	5	4	4	4	5	3	45
15	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	45
16	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	42
17	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	43
18	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	48
19	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43
20	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
21	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	44
22	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	42
23	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
24	4	4	4	4	5	5	5	5	1	3	46
25	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43
26	4	4	5	4	5	5	3	5	4	4	44
27	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	43
28	4	4	4	3	5	4	5	2	5	4	43
29	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
30	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	43
31	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44
32	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	46
33	4	4	4	5	4	3	5	5	4	3	45
34	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	44
35	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
36	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43
37	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	46
38	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	48
39	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	48
40	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	45

41	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
42	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	43
43	4	5	5	5	4	5	4	2	3	4	44
44	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
45	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	45
46	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	43
47	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	45
48	4	4	4	3	5	5	5	5	4	3	43
49	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	41
50	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47
51	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
52	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
53	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	42
54	4	4	4	5	5	5	4	1	4	5	45
55	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	45
56	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
57	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
58	3	4	4	4	5	5	5	4	3	5	44
59	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
60	4	4	4	4	5	4	4	5	2	4	43
61	5	3	5	3	4	4	5	5	5	4	46
62	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	43
63	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
64	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	45
65	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	43
66	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
67	4	4	4	5	5	5	5	5	2	4	45
68	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	45
69	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4	44
70	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
71	5	3	5	5	5	4	4	4	5	4	46
72	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	44
73	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	43
74	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46
75	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	45
76	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	43
77	5	4	4	5	5	5	4	3	4	4	43
78	5	4	4	4	5	4	5	4	2	4	44
79	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	44
80	3	4	5	5	4	4	4	5	4	1	44
81	5	3	4	3	5	4	5	4	5	4	45
82	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	44

83	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	43
84	5	3	4	5	5	5	5	4	4	3	47
85	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
86	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	44
87	4	4	5	3	5	4	5	5	2	2	45
88	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	44
89	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	45
90	5	4	4	4	4	5	4	3	2	4	41

Lampiran 4

Output SPSS Versi 2 Uji Validitas Variabel X (Tingkat Religiusitas)

Correlations											
	item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_1 0	Total
item_1 Pearson	1	,403**	,550**	,212 ⁺	,207	-,070	-,074	,191	,134	,147	,473**
Correlation											
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,045	,050	,511	,487	,072	,207	,168	,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
item_2 Pearson	,403**	1	,417**	,256 ⁺	,129	,013	,276**	,000	,230 ⁺	,044	,493**
Correlation											
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,015	,227	,906	,008	1,000	,030	,680	,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
item_3 Pearson	,550**	,417**	1	,267 ⁺	,081	,013	-,115	,251 ⁺	,037	,295**	,549**
Correlation											
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,011	,447	,900	,280	,017	,729	,005	,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
item_4 Pearson	,212 ⁺	,256 ⁺	,267 ⁺	1	,238 ⁺	,346**	,015	,094	,126	,280**	,566**
Correlation											
Sig. (2-tailed)	,045	,015	,011		,024	,001	,885	,377	,236	,008	,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
item_5 Pearson	,207	,129	,081	,238 ⁺	1	,266 ⁺	,257 ⁺	,022	,116	,144	,458**
Correlation											
Sig. (2-tailed)	,050	,227	,447	,024		,011	,015	,834	,278	,175	,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
item_6 Pearson	-,070	,013	,013	,346**	,266 ⁺	1	,170	,267 ⁺	,038	,117	,489**
Correlation											
Sig. (2-tailed)	,511	,906	,900	,001	,011		,110	,011	,724	,270	,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
item_7 Pearson	-,074	,276**	-,115	,015	,257 ⁺	,170	1	,065	,216 ⁺	,070	,360**
Correlation											
Sig. (2-tailed)	,487	,008	,280	,885	,015	,110		,540	,041	,510	,001
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
item_8 Pearson	,191	,000	,251 ⁺	,094	,022	,267 ⁺	,065	1	-,022	,187	,455**
Correlation											
Sig. (2-tailed)	,072	1,000	,017	,377	,834	,011	,540		,835	,077	,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
item_9 Pearson	,134	,230 ⁺	,037	,126	,116	,038	,216 ⁺	-,022	1	,042	,354**
Correlation											
Sig. (2-tailed)	,207	,030	,729	,236	,278	,724	,041	,835		,693	,001

	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Item_10	Pearson Correlation	,147	,044	,295**	,280**	,144	,117	,070	,187	,042	1	,488**
	Sig. (2-tailed)	,168	,680	,005	,008	,175	,270	,510	,077	,693		,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Total	Pearson Correlation	,473**	,493**	,549**	,566**	,458**	,489**	,360**	,455**	,354**	,488**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,001	,000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

item_1	Pearson											
0	Correlation	-,143	-,012	-,017	-,024	-,006	,149	-,018	,108	,039	1	,275**
	Sig. (2-tailed)	,179	,909	,873	,824	,955	,161	,868	,310	,714		,009
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
total	Pearson											
	Correlation	,330**	,531**	,538**	,564**	,446**	,575**	,378**	,495**	,376**	,275**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,009	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Output SPSS Versi 24 Uji Reliabilitas Variabel X (Tingkat Religiusitas)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,694	11

Output SPSS Versi 24 Uji Reliabilitas Variabel Y (Etika Bisnis)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,688	11

Output SPSS Versi 24 Uji Koefisien Korelasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 ^a	.534	.522	2,608

a. Predictors: (Constant), Tingkat_religiusitas

Output SPSS Versi 24 Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	46,337	4,444		10,428	,000
	Tingkat_Religiusitas	,67	,102	,070	6,571	,000

a. Dependent Variable: Etika_Bisnis

Output SPSS Versi 24 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 ^a	.534	.522	2,608

a. Predictors: (Constant), Tingkat_religiusitas



Pengisian angket oleh kak Nurmadiyah



Pengisian angket oleh Bapak H. Sahrudin Lubis



Pengisian angket oleh kak Miska Harahap



Pengisian angket oleh Ibu Salwa



Pengisian angket oleh Bapak Asrul



Pengisian angket dengan Ibu Nurmalia



Pengisian angket dengan Masdelina

Gambar Pasar Raya Sangkumpul Bonang Padangsidimpuan

