

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam ajaran Islam, etika menuntun seluruh aspek kehidupan manusia. Tanpa mengkhususkan diri pada suatu situasi tertentu, Allah SWT menggambarkan orang yang mencapai kesuksesan sebagai orang-orang yang mengarahkan semua tindakannya kepada kebaikan, mendorong kepada yang benar dan melarang kepada yang salah, baik saat menjalankan aktivitas sehari-hari ataupun menjalankan bisnis (*muamalah*).¹

Menurut pandangan Islam, tuntutan bekerja adalah merupakan sebuah keniscayaan bagi setiap muslim agar kebutuhan hidupnya sehari-hari bisa terpenuhi. Salah satu jalan untuk memenuhi kebutuhan itu antara lain melalui aktivitas bisnis.² Sebagaimana telah dicontohkan oleh baginda Rasulullah saw sejak beliau masih usia muda.

Sejak dulu Rasulullah SAW telah mencontohkan cara ber-*muamalah* yang di dalamnya mencakup tentang perdagangan dengan cara yang bersih dari tipu daya, mengajarkan kita untuk berbuat jujur dan menjunjung tinggi nilai keadilan. Selanjutnya Rasulullah SAW memberikan apresiasi yang lebih terhadap ini, dengan bersabda:

¹ Muhaimin, *Perbandingan Praktik Etika Bisnis Etnik Cina & Pembisnis Lokal*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007) h. 1

² Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 66

عن رفاعة بن رافع رضي الله عنه أنّ النبي ص م سئل : أيّ الكسب أطيب ؟
قال : عمل الرجل بيده , وكل بيع مبرور , (رواه الزّار وصحّحه الحاكم)

Artinya:

“Dari rifa’ah Ibnu Rafi r.a bahwa Nabi Saw pernah ditanya: pekerjaan apakah yang paling baik? Beliau bersabda: pekerjaan seseorang yang dengan tangannya dan setiap jual-beli yang dilakukan dengan cara mabrur(baik)”. (HR. Al Bazzar yang di shohihkan oleh Hakim).³

Walaupun pekerjaan yang paling baik adalah berdagang, namun Rasul tidak dengan begitu saja meninggalkan tanpa aturan, kaidah, ataupun batasan-batasan yang harus diperhatikan dalam dunia bisnis.⁴ Dalam pandangan Islam, manusia mempunyai kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh ke-*mas}lahatan* yang tertinggi dari sumber daya yang ada.⁵

Hal itu diperkuat dalam kaidah fiqhiyah yang berbunyi:

الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم

Artinya:

*Pada dasarnya, segala sesuatu itu asalnya boleh sampai ada dalil yang mengharamkannya.*⁶

Dan setiap manusia bebas melakukan aktivitas ekonomi apa saja, selama aktivitas ekonomi yang dilakukan bukan aktivitas yang dilarang, dalam kerangka

³ Abiy al-Fadl Ahmad ibn ‘Aliy ibn Hajar al-Asqalaniy, *Bulug al-Maram Min Adillah al-Ahkam*, (Beirut: Darul Fikr, Th), h.165

⁴ Muhaimin, *Perbandingan Praktik Etika Bisnis Etnik Cina & Pebisnis Lokal*, *op.cit.*, h. 31

⁵ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) , *op.cit.*, h. 68.

⁶ Syekh Abdullah bin Said Muhammad Ibadi haji al-Hadharami as-Syahari, *Idhohul Qawaidul Fiqhiyyah*, (Haramain: Darul Fikr, Th), h. 31. Lihat juga Azmuni, *Qaidah-qaidah Fiqh* (Jakarta: Bulan Bintang, 1976) h. 41-42

yang islami.⁷ Rasional Islam dibangun atas dasar aksioma yang diturunkan dari agama Islam. Oleh karena itu, standar moral suatu perilaku ekonomi didasarkan pada ajaran Islam dan bukan semata-mata didasarkan atas nilai-nilai yang dibangun oleh kesepakatan sosial. Moralitas Islam ini tidak diposisikan sebagai suatu batasan ilmu ekonomi, namun justru sebagai pilar atau patokan dalam menyusun ekonomi Islam.⁸ Jelaslah bahwa Islam menghendaki perdagangan yang berlangsung dengan bebas dan bebas dari distorsi pasar.

Dalam suatu perekonomian yang kompleks saat ini, pengusaha harus menghadapi tantangan dan risiko untuk mengkombinasikan tenaga kerja, material, dan manajemen secara baik sebelum memasarkan produk. Dalam bisnis, pengusaha harus dapat melayani pelanggan dengan cara yang menguntungkan untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang selain harus selalu mengetahui kesempatan-kesempatan baru untuk memuaskan keinginan pembeli.⁹

Dalam pasar yang islami, para pelaku pasar didorong oleh semangat persaingan untuk meraih kebaikan (*fas{tabiqul khaira>t}*) sekaligus kerjasama dan tolong-menolong dalam bingkai nilai dan moralitas Islam.

Sedangkan pasar yang mempraktikkan pemikiran Kapitalisme, pelaku ekonominya bertindak sesuka hati, menghalalkan segala cara dalam mencari keuntungan, tanpa memikirkan kepentingan orang lain dan keberkahan hasil

⁷ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2011), h. 31.

⁸ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta, *Ekonomi Islam, op. cit.*, h. 33.

⁹ Husein Umar, *Business an introduction*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 3

usahanya. Orang yang mampu bersaing hanyalah orang yang menghalalkan segala cara, bukan orang yang mempertahankan etika dan agama dalam transaksinya.¹⁰

Islam lebih realistis. Ia menghargai kesulitan-kesulitan dalam menyelesaikan persoalan-persoalan yang terjadi karena adanya kelangkaan dan menekankan adanya suatu strategi yang mewujudkan ke-*maslahat*-an umat.¹¹

Keinginan dan kesungguhan negara untuk menciptakan iklim usaha yang sehat telah diupayakan diantaranya dengan membuat suatu produk perundang-undangan tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, yakni UU No.5 Tahun 1999 yang mulai diberlakukan sejak tanggal 5 September 2000. Undang-undang ini merupakan hasil dari proses reformasi ekonomi dan politik yang diharapkan mampu menciptakan persaingan usaha yang sehat.¹²

Namun dalam kenyataannya, di Indonesia dari sejak adanya UU tersebut hingga sekarang pengabaian etika masih banyak terjadi khususnya oleh para pengusaha yang kental kapitalisnya, menurut mereka etika bisnis hanyalah mempersempit ruang gerak keuntungan ekonomi, karena mereka menganggap prinsip ekonomi adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Contoh kasus yang *booming* di bulan Agustus tahun lalu, kerja paksa pada industri pembuatan kuali. Pengusaha tidak hanya melanggar UU ketenagakerjaan tapi juga melanggar

¹⁰ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta, *Ekonomi Islam, op. cit.*, h.12

¹¹ *Ibid.*, h. 89

¹² Gelhorn dan Gunawan Wijaya, *Hukum Bisnis*, <http://bisnis.wordpress.com/2008/12/18.html>. diakses 21 Agustus 2013. jam 14.00 wib

HAM para pekerjanya. Hal ini tentu sangat bertentangan dengan Etika Islam dalam memperlakukan karyawan.¹³

Meskipun dalam sebuah masyarakat yang islami kita dapat mengharapkan suatu perilaku yang islami pula, seperti yang diajarkan Rasulullah namun dalam dunia nyata sering terjadi deviasi normatif dari perilaku seorang Muslim dalam berdagang.¹⁴ Seperti yang telah penulis amati di pasar Bamegapura Desa Sungai Danau.

Pasar Bamegapura terletak di jalan provinsi, km.167 Desa Sungai Danau. Pasar ini, banyak dikunjungi masyarakat, hingga masyarakat yang tinggal di kawasan *migrasi*. Mayoritas pedagang di pasar tersebut beragama Islam, dan taat beragama. Hal itu terlihat para pedagang perempuan menutup aurat seperti berpakaian panjang, rapi dan mengenakan jilbab, kebanyakan pedagang perempuan membawa alat sholat seperti sajadah dan mukena. Ketika tiba waktu sholat dagangan mereka ditutup sehelai kain panjang, hal itu mengartikan pedagang sedang istirahat sejenak dalam kegiatan jual-beli dan melaksanakan sholat. Hal ini juga bisa dilihat dari banyaknya para pedagang muslim yang sudah menunaikan ibadah haji. Hal itu juga dikarenakan latar belakang pendidikan pedagang kebanyakan adalah dari pondok pesantren, yang sedikit banyaknya telah belajar mengenai akhlak, baik itu dari ceramah kerohanian, akhlak Rasulullah dalam berdagang maupun ilmu fiqh muamalat.

¹³ Muhammad Salim, *Etika Bisnis dalam Ekonomi Islam*, [http:// Etika-Bisnis-Ekonomi-Islam.com](http://Etika-Bisnis-Ekonomi-Islam.com): diakses 23 Oktober 2013. Jam 05.00 wita.

¹⁴ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta, *Ekonomi Islam, op. cit.*, h. 461

Namun dari hasil observasi, di pasar tersebut masih berlangsung persaingan tidak sehat antara pedagang dalam mendapatkan pembeli (konsumen). Persaingan dengan menjual dagangannya lebih murah dari pedagang-pedagang lain, agar orang-orang tertarik membeli ditempatnya. Persaingan dengan memasang iklan. Praktik tidak sesuai yang dilakukan pedagang dengan menaruh iklan diatas dagangannya, dengan kalimat “satu rak telur 35.000, pilihan telur besar hanya 40.000”, serentak hal tersebut membuat pembeli tertarik untuk membeli. Namun, ketika pembeli memesan dengan ukuran besar, ternyata pedagang X mencampurnya dengan telur ukuran kecil, hanya sebagian saja telur yang berukuran besar. Ketika pembeli berani menegur pedagang tersebut, justru pembeli yang mendapat perilaku tidak sopan dari pedagang.¹⁵

Dari hasil observasi, peneliti menyaksikan secara langsung *tadlis* dari segi harga (*ghaban*) yang dilakukan oleh pedagang. Karena melihat pedagang lain dagangannya laris terjual, pedagang AM menawarkan dan mempromosikan dagangannya dengan harga yang murah dan kualitas bagus agar pembeli terpengaruh. Namun, ketika barang diminati pembeli dan akan diserahkan kepada pembeli, pedagang mengulangi harga barang menjadi dua kali lipat dari harga sebelumnya yang ditawarkan. Karena malas untuk ribut dengan pedagang, kebanyakan konsumen terpaksa membelinya.¹⁶ Atas keterangan beberapa informan, pedagang berinisial AM tersebut memang kerap kali mempraktikan hal

¹⁵ Hasil observasi penelitian di Pasar Bamegapura, Pada hari Sabtu, 11 Januari 2014, Pukul 11.00 Wita.

¹⁶ Hasil observasi penelitian, di Pasar Bamegapura, Pada hari Sabtu, 11 Januari 2013, pukul 15.30 Wita.

tersebut.¹⁷ Kenyataan ini membuat konsumen merasa sangat dirugikan dan hilangnya unsur rela sama rela, serta rasa suka sama suka diantara penjual dan pembeli.

Dari paparan di atas maka dapat disimpulkan telah terjadi ketidaksesuaian antara teori dan praktik, di mana seharusnya pedagang muslim menerapkan etika bisnis Islam yang bersumber dari Alquran dan sunnah, seperti berlaku jujur, bersikap baik dan memiliki motif melayani. Namun dalam kenyataannya, justru melakukan tindakan yang merugikan, baik bagi pedagang lain maupun para konsumen, tanpa memperhatikan unsur rela sama rela.

Maka dengan melihat realitas di atas, penulis merasa tertarik meneliti lebih lanjut dan mengangkat permasalahan tersebut kedalam penelitian skripsi dengan judul:

“Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim dalam Menghadapi Persaingan Usaha. (Studi kasus pedagang muslim di pasar Bamegapura Desa Sungai Danau).”

B. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang dan penegasan judul di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana gambaran persaingan usaha dan penerapan etika bisnis Islam pada para pedagang muslim di Pasar Bamegapura Desa Sungai danau?

¹⁷ Hasil observasi penelitian, di Pasar Bamugapura, Pada hari Senin, 13 Januari 2013, pukul 08.35 Wita

- b. Apakah pemahaman etika bisnis Islam dan persaingan usaha berpengaruh terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Bamegapura Desa Sungai Danau?
- c. Faktor apakah yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Bamegapura Desa Sungai Danau?

C. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui gambaran persaingan usaha dan penerapan etika bisnis Islam pada pedagang muslim di Pasar Bamegapura Desa Sungai Danau
- b. Mengetahui apakah pemahaman etika bisnis Islam dan persaingan usaha berpengaruh terhadap perilaku pedagang muslim di pasar Bamegapura Desa Sungai Danau
- c. Mengetahui Faktor apa yang memberi pengaruh lebih dominan terhadap perilaku pedagang muslim di Pasar Bamegapura Desa Sungai Dana

D. Signifikansi Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan berguna sebagai:

- a. Penelitian ini disamping memberikan dan menambah pengetahuan penulis tentang etika bisnis Islam, juga merupakan apresiasi terhadap teori-teori yang pernah penulis dapatkan selama menempuh pendidikan program strata satu di IAIN Antasari Banjarmasin.
- b. Penelitian ini merekomendasikan kepada pihak Kepala Pasar, perlunya menyajikan Etika Bisnis Islam sebagai bahan materi ketika melaksanakan

pembinaan kepada pedagang sebagai pelaku usaha dan masyarakat pengguna pasar.

- c. Penelitian ini dapat menjadi sumber dan menambah khazanah ilmu pengetahuan bagi kalangan akademis dalam menunjang akademisnya. Dan juga hasil penelitian ini dapat menambah perbendaharaan kepustakaan bagi IAIN Antasari Banjarmasin, khususnya mengenai perilaku usaha berdasarkan syariah.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami penelitian ini, maka penulis merasa perlu memberikan batasan istilah dan penegasan judul penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.¹⁸ Maksud penulis disini adalah suatu hal yang baik secara langsung atau tidak langsung memberikan dampak perubahan terhadap perilaku pedagang.
2. Pemahaman adalah mengerti akan pengetahuan atau teori.¹⁹ Maksud pemahaman dalam penelitian ini adalah pemahaman pedagang mengenai etika dalam berbisnis sesuai pandangan Islam.

¹⁸ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), cet. 3, h. 978.

¹⁹ *Ibid.*, h. 738

3. Etika adalah seperangkat asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, baik atau buruk, benar maupun salah yang dianut suatu golongan.²⁰ Maksud etika dalam penelitian ini adalah etika yang berlaku dalam perdagangan.
4. Bisnis adalah usaha dagang atau usaha komersial dalam dunia perdagangan.²¹ Bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perdagangan yang dilakukan oleh pedagang muslim di Pasar Bamegapura Desa Sungai Danau.
5. Etika Bisnis Islam yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seperangkat prinsip dan norma yang berbasiskan Alquran dan Alhadis yang harus dijadikan pedoman oleh semua pedagang dalam aktivitas bisnis.²²
6. Perilaku adalah tanggapan, reaksi, dan tindakan yang terwujud dalam sikap terhadap rangsangan atau lingkungan.²³ Perilaku yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku pedagang muslim yang menerapkan Etika bisnis Islam, dan perilaku pedagang dalam menghadapi persaingan usaha.

²⁰ *Ibid.*, h. 237

²¹ *Ibid.*, h. 121

²² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang, 2007) h. 38

²³ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, *op.cit.*, h. 671

7. Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang.²⁴ Pedagang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang muslim yang menjual kebutuhan sandang, pangan dan kebutuhan pelengkap seperti tas bagi wanita.
8. Persaingan adalah usaha memperlihatkan keunggulan masing-masing yang dilakukan oleh sesama pedagang.²⁵ Persaingan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persaingan yang dilakukan pedagang untuk menarik konsumen dan untuk memenangkan pangsa pasar.

F. Kajian Pustaka

Melihat berbagai penelitian terdahulu yang penulis lakukan, berkaitan dengan masalah etika bisnis terdapat beberapa penelitian yang terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Namun, demikian ditemukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang penulis angkat. Adapun penelitian yang dimaksud adalah:

Penelitian Tesis yang dilakukan oleh Elfina Yanti SE, Ak. Dengan judul “Pengaruh Pemahaman Nilai-nilai Syariah Terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Minang pada Pasar Aur Kuning Bukit Tinggi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemahaman nilai-nilai syariah yang dimiliki pedagang terhadap perilaku bisnis mereka. Pokok bahasan penelitian ini lebih menyoroti bagaimana pengaruh nilai-nilai syariah yaitu, falsafah adat minang *adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah syarak mangoto adat mamakai*

²⁴ *Ibid.*, h. 229

²⁵ *Ibid.*, h. 978

terhadap perilaku bisnis para pedagang Minang, dengan maraknya pembiayaan dari Bank (yang sedikit banyaknya mengandung riba) yang siap membantu modal pedagang. Hasilnya, terdapat pengaruh yang positif antara pemahaman nilai-nilai syariah dengan perilaku bisnis pedagang minang.

Penelitian yang dilakukan oleh Erik Lesmana, tahun 2010 mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan usaha, Studi kasus pedagang muslim di pasar Ciputat”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat persaingan usaha dan penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku dagang. Pokok bahasan penelitian ini adalah bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam (dimensi pengetahuan etika bisnis Islam) pada pedagang dan tingkat persaingan usaha yang dilihat dari lima aspek yang harus dipersiapkan yaitu daya saing produk, daya saing harga, daya saing *marketing* dan daya saing *networking* dapat mempengaruhi perilaku pedagang dalam bersaing. Dalam skripsi ini lebih menyoroti kepada aspek manajemen para pedagangnya dan pengujian hipotesis menggunakan uji *Rank Spearman*. Hasil penelitiannya adalah bahwa terdapat hubungan searah dan signifikan antara tingkat persaingan usaha dan penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku dagang.

Penelitian yang dilakukan Ahmad khairul ikhwan, tahun 2006 mahasiswa jurusan Ekonomi Islam fakultas syariah Syarif hidayatullah Jakarta dengan judul “Hubungan Tingkat Persaingan Usaha dan Perilaku etika Bisnis Islam (studi kasus Pedagang Muslim di Pasar Modern BSD Tangerang)”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan apakah tingkat persaingan usaha berpengaruh

terhadap perilaku pedagang. Pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh tingkat persaingan monopoli pasar dan persaingan sempurna terhadap perilaku pedagang. Hasil penelitiannya, meskipun semakin tinggi tingkat persaingan, pedagang tetap menerapkan etika bisnis Islam.

Berkaitan dengan beberapa penelitian tersebut di atas, permasalahan yang penulis angkat walaupun ada kesamaan subjek dan objek penelitian yaitu pedagang dan perilaku pedagang berkaitan dengan etika dan persaingan usaha, namun dalam penelitian ini penulis lebih menitik beratkan kepada pemahaman dan penerapan Etika Bisnis Islam serta Persaingan Usaha sebagai objeknya dan pada para Pedagang Muslim sebagai subjeknya, dengan menggunakan aksioma dasar etika bisnis Islam sebagai dimensi penelitian, meliputi Keesaan (*Tauhid*), Keseimbangan (*Adl'*), Kehendak bebas (*Free will*), Tanggungjawab dan Kebajikan (*Ihsan*). Adapun mengukur pengaruh persaingan terhadap perilaku pedagang dengan memperhatikan tiga hal, yaitu pihak yang bersaing (pedagang), cara persaingannya, dan produk yang dipersaingkan.

Menurut penulis penelitian yang dilakukan berbeda dengan penelitian saudara Erik Lesmana. Hal yang melatarbelakangi saudara Erik adalah adanya perilaku pedagang muslim yang curang dalam bersaing untuk mendapatkan keuntungan. Sementara yang melatarbelakangi peneliti adalah adanya perilaku pedagang muslim yang curang dalam bersaing untuk mendapatkan konsumen. Secara teori, saudara Erik Lesmana menggunakan teori manajemen, dalam praktiknya hal-hal yang harus dipersiapkan menghadapi persaingan yaitu daya saing produk, daya saing harga, daya saing *networking*, daya saing *marketing*.

Sementara penulis lebih fokus kepada para pedagang muslim dalam berperilaku, sebagaimana karakteristik yang harus dimiliki pedagang muslim, dan cara persaingannya, dalam menghadapi persaingan usaha diantara para pedagang muslim seperti apa, lalu apakah pemahaman mereka mengenai etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku pedagang muslim dalam menyikapi persaingan usaha tersebut.

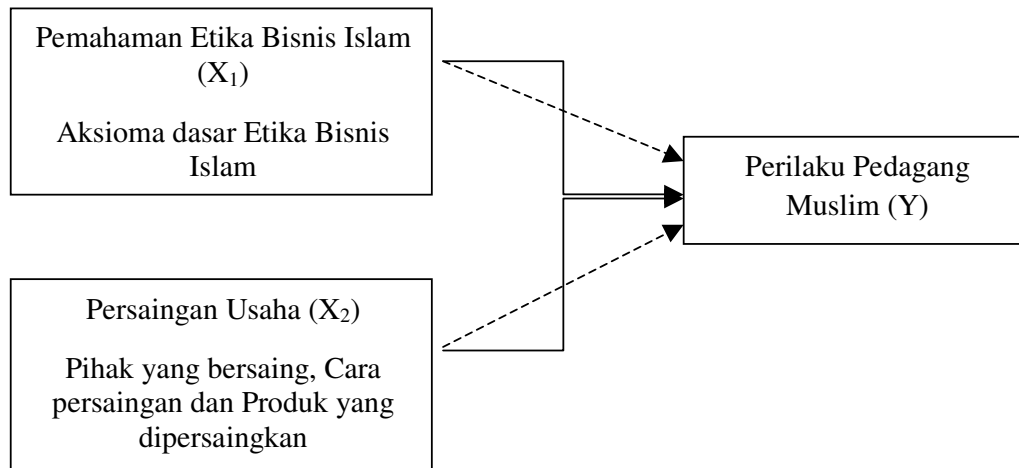
Dengan demikian terdapat pokok permasalahan yang berbeda antara penelitian yang telah penulis kemukakan di atas dengan persoalan yang akan penulis teliti.

G. Kerangka Berfikir

Pokok permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh pemahaman Etika Bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim. Dan bagaimana pengaruh persaingan terhadap perilaku pedagang muslim yang berada di Pasar Bamegapura Desa sungai Danau.

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis yang diajukan, perlu diuji terlebih dahulu melalui analisis data yaitu analisis regresi linear berganda dengan alat uji f (simultan) dan uji t (parsial) serta uji asumsi klasik. Pengaruh pemahaman etika bisnis Islam dan persaingan usaha terhadap perilaku pedagang dengan pengujian secara simultan dan parsial dapat dilihat dari gambar berikut ini :

Gambar 1.1



----- : garis yang berpengaruh secara simultan (uji f)
hubungan penerapan etika bisnis Islam dan
persaingan usaha terhadap perilaku pedagang

————— : garis yang berpengaruh secara parsial (uji t)
hubungan penerapan etika bisnis Islam dan
persaingan usaha terhadap perilaku pedagang

H. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.²⁶

Berdasarkan pada kerangka penelitian pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Hipotesis 1:

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Jakarta: Alfabeta, 2007), h. 93

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pemahaman Etika Bisnis Islam terhadap perilaku pedagang Muslim.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pemahaman Etika Bisnis Islam terhadap perilaku pedagang Muslim.

Hipotesis 2:

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Persaingan usaha terhadap perilaku pedagang Muslim.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Persaingan usaha terhadap perilaku pedagang Muslim.

I. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari V (Lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang terdiri dari tujuh bagian, yaitu latar belakang masalah yang menjadi dasar penelitian bermulanya masalah. Rumusan masalah, yang akan dijawab dalam penelitian. Tujuan penelitian, sebagai tujuan yang akan dicapai dalam penelitian. Signifikansi penelitian, yang terdiri dari dua bagian yaitu secara akademis dan sosial. Definisi operasional, berupa penjelasan yang dimaksud dalam penelitian. Kajian pustaka, yaitu penelitian terdahulu yang terkait. Sistematika penulisan, yaitu bagian-bagian dalam penelitian yang tersusun secara sistematis.

BAB II Landasan Teori, yang terdiri dari enam bagian, yaitu pengertian etika bisnis Islam, filsafat dalam etika Islam, pedoman etika bisnis islam pedagang muslim, ajaran Islam dalam bersaing secara sehat, pasar dan bentuk persaingan usaha serta mekanisme pasar dalam Islam.

BAB III Metode penelitian yang terdiri delapan bagian yaitu, dari jenis dan sifat penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, subjek dan objek, data dan sumber data, teknik pengolahan dan analisis data dan tahapan penelitian.

BAB IV Laporan Penelitian, yang terdiri dari tiga bagian, terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, yaitu Pasar Bamegapura Sungai Danau. Kemudian Penyajian Data, dan bagian terakhir adalah analisis data, dengan menyajikan data secara kuantitatif deskriptif.

BAB V Penutup terdiri dari simpulan dan saran. Simpulan adalah rangkuman dari beberapa ikhtisar dalam penelitian. Sedangkan saran adalah pendapat dari peneliti yang bersifat membangun.