

## PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP SISTEM JUAL BELI DI PASAR PA'BAENG-BAENG MAKASSAR

NURFITRIANI

Dosen STIT DDI Pasangkayu  
Nurfitrani867@gmail.com

### ABSTRAK

Masalah dalam Penelitian ini adalah bagaimana pengaruh etika bisnis Islam terhadap sistem jual beli di pasar Pa'baeng-baeng Makassar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap system jual beli di Pasar Pa'baeng-baeng Makassar. Jenis penelitian yang digunakan penelitian lapangan (field research) merupakan tipe penelitian yang menguji kondisi lingkungan penelitian yang natural dan tingkat keterlibatan peneliti yang minimal. Peneliti akan mendes-kripsikan data-data yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian. Pendekatan Ekonomi, dan Pendekatan Syar'i, yakni mendekati masalah-masalah dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan atau aturan-aturan yang telah ditetapkan didalam syariat Islam. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 87 orang pedagang di pasar Pa'baeng-baeng Makassar. Dalam penelitian ini perhitungan statistik menggunakan Model Analisis Regresi sederhana. Hasil analisis regresi etika bisnis Islam memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap sistem jual beli yang berlangsung di pasar Pa'baeng-baeng Makassar, peningkatan satu point etika bisnis Islam akan berpengaruh terhadap sistem jual beli di pasar Pa'baeng-baeng Makassar sebanyak 0,666.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam, Sistem Jual beli.

### I. Pendahuluan

Jual beli selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi semua orang sepanjang zaman dan dari berbagai lapisan masyarakat. Pelaksanaan jual beli pada masa Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh Pasar sebagai harga yang adil. Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi semua nilai-nilai itu merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku Pasar. Bagi setiap muslim, nilai-nilai ini merupakan bukti keimanannya kepada Allah, bahkan Rasulullah sendiri memerankan dirinya sendiri sebagai *muhtasib* di Pasar. Beliau menegur langsung transaksi jual beli yang tidak mengindahkan moralitas.

Pelaksanaan sistem jual beli harus mencontohi cara rasulullah dalam berdagang yang selalu menerapkan sifat *siddiq*, *tabliq*, *amanah* dan *fathanah* dalam melakukan transaksi jual beli agar tercipta sistem jual beli yang baik sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli. Dengan terciptanya keharmonisan antara penjual dan pembeli maka, rasa kepuasan akan dirasakan oleh pembeli dan penjual akan memperoleh keuntungan dari transaksi yang terjadi.

Walaupun demikian kenyataan yang terjadi di lapangan masih banyak penyimpangan yang kita temui di Pasar yang belum menerapkan sistem jual beli yang telah diajarkan Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah<sup>1</sup> sehingga ini bisa menjadi kendala untuk menjadikan Pasar Pa'baeng-baeng menjadi Pasar sehat. Hal ini bisa saja terjadi karena kurangnya penge-tahuan penjual maupun pembeli dalam pelaksanaan sistem jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam dan juga Ketaatan pada agama yang lemah menjadi gejala yang banyak terjadi dalam kehidupan nyata. Karena itu, tingkat keimanan dan besarnya cobaan yang bersifat material sangat berpengaruh. Karena seharusnya dalam sistem jual beli dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli maka dari itu, setiap orang tidak boleh merugikan orang lain demi kepentingan diri sendiri.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan dalam latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang diajukan adalah :

- a. Bagaimanakah penerapan etika bisnis Islam di Pasar Pa'baeng-baeng Makassar?
- b. Bagaimanakah sistem jual beli yang berlangsung di Pasar Pa'baeng-baeng Makassar?
- c. Bagaimanakah pengaruh etika bisnis Islam terhadap sistem jual beli di Pasar Pa'baeng-baeng Makassar?

### **Kajian Teoritik**

Etika bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang ber-kepentingan dengan tuntutan perusahaan.

Etika bisnis Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan pada Al- qur'an dan hadis, sehingga dapat diukur dengan aspek dasarnya yang meliputi 1). Barometer kataqwaan seseorang, 2). Mendatangkan keberkahan, 3). Mendapat kedudukan seperti para Nabi, 4), berbisnis merupakan sarana ibadah kepada Allah, 5). Tidak melanggar prinsip syariah, 6). Ukhwah Islamiyah.<sup>2</sup>

Pandangan Al-Qur'an tentang bisnis dan etika bisnis dari sudut pandang isinya, lebih banyak membahas tema-tema tentang kehidupan manusia baik pada tataran individual maupun kolektivitas. Hal ini dibuktikan bahwa, tema pertama dan terakhir dalam Al-Qur'an adalah mengenai perilaku manusia. Al-Qur'an sebagai sumber nilai dan sumber ajaran Al-Qur'an pada umumnya memiliki sifat yang umum, karena itu diperlukan upaya dan kualifikasi tertentu agar dapat memahaminya

Pandangan Al-Qur'an mengenai etika bisnis adalah terdapat dalam ayat-ayat Al-Qur'an, antara lain :Q.S AL-Baqarah/2: 275

---

<sup>1</sup>Hasil Observasi di Pasar Pa'baeng-baeng, tanggal 11 Desember 2014

<sup>2</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, h.37.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ  
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ  
فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahnya :

*Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*<sup>3</sup>

Hadis yang menjelaskan tentang pekerjaan yang paling mulia adalah perniagaan atau jual beli terhindar dari kecurangan adalah

(ابن رَفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مُنْزُورٌ )  
رَوَاهُ أَحْمَدُ وَصَحِيحُهُ الْحَاكِمُ )

Terjemahnya:

“dari Rifa’ah bin Rafi bahwa Nabi Saw ditanya : jenis pekerjaan apa yang paling baik. Jawabannya, bekerja seseorang dengan tangannya dan tiap-tiap jual beli yang bersih (HR.Ahmad, dan disahkan oleh Al-Hakim)”

Sepanjang perjalanan sejarah, kaum Muslimin merupakan simbol sebuah amanah di bidang perdagangan mereka berjalan di atas adab *Islamiyyah*. Adab yang banyak menyebabkan manusia memeluk agama Islam sehingga masuklah berbagai ummat ke dalam agama yang lurus ini.

Jual-beli merupakan sarana untuk memiliki sesuatu dan tentu dalam operasionalnya terdapat adab-adab yang wajib untuk diperhatikan, antara lain:

- a. Tidak Menjual Sesuatu yang Haram.
- b. Tidak Melakukan Sistem Perdagangan Terlarang.
- c. Tidak Terlalu Banyak Mengambil Untung.
- d. Tidak Membiasakan Bersumpah ketika Menjual Dagangan
- e. Tidak Berbohong Ketika Berdagang,
- f. Penjual Harus melebihkan Timbangan.
- g. Pemaaf, Mempermudah, dan Lemah Lembut dalam Berjual Beli.
- h. Menjauhkan sebab-sebab munculnya permusuhan dan dendam

<sup>3</sup>Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung : Diponegoro, 2013), h.83.

- i. Penjual dan Pembeli Boleh Menentukan Pilihan Selama Mereka Belum Berpisah kecuali Jual Beli Khiyaar.
- j. Tidak Boleh menimbun atau memonopoli Barang Dagangan Tertentu.

## II. Metodologi Penelitian

- A. Rancangan penelitian
- B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>4</sup> maka, populasi dalam penelitian ini seluruh pedagang dengan jumlah 651 pedagang di pasar Pa'baeng-Baeng Makassar.

### 2. Sampel

Metode pengambilan sampel adalah acak sederhana (*simple random sampling*) yaitu cara mengambil sampel dengan memberi kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih bagi setiap individu atau unit dalam ke-seluruhan populasi<sup>5</sup>

Untuk menentukan ukuran yang dijadikan objek dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin.<sup>6</sup> Jumlah populasi pedagang di pasar Pa'baeng-baeng Makassar adalah 651 pedagang dan tingkat presesi yang ditetapkan sebesar 10 %. Berdasarkan rumus Slovin maka jumlah sampelnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$
$$n = \frac{651}{1 + 651 (0,1)^2}$$
$$= 87$$

Keterangan:

- n = ukuran sampel  
N = ukuran populasi  
 $\alpha$  = taraf signifikan, yaitu 10 %

Berdasarkan hasil dari alat ukur penentu objek dalam penelitian ini yaitu menggunakan rumus Slovin maka diperoleh sampel sebanyak 87 pedagang pasar Pa'baeng-baeng Makassar yang diperoleh dari populasi 651 pedagang di pasar Pa'baeng-baeng Makassar.

### C. Teknik Pengumpulan Data

---

<sup>4</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, (Cet;V, Bandung: Alfabeta, 2014), hal.119.

<sup>5</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 127.

<sup>6</sup>Jalaluddin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikas*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2000), h. 49.

Untuk memperoleh data sebagai bahan penelitian digunakan beberapa metode sebagai berikut :

1. Interview atau wawancara

Wawancara (*Interview*) merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab dalam bentuk komunikasi verbal (secara lisan) yang bertujuan memperoleh informasi yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian<sup>7</sup>.

2. Angket atau Kuesioner

Angket (kuesioner) adalah usaha mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden.<sup>8</sup>

D. Teknik Analisis Data

Dalam upaya memberi jawaban atas tujuan penelitian maka data atau bahan yang penulis peroleh, kemudian diolah metode statistik mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah untuk mengetahui tingkat kesahihan tiap pertanyaan dalam angket (kuesioner). Uji validitas dilakukan terhadap seluruh butir pernyataan dalam instrumen, yaitu dengan cara mengkorelasi skor tiap butir dengan skor totalnya pada masing-masing konstruk.<sup>9</sup> Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment pearson* dengan pengujian dua arah (*two tailed test*).

Rumus uji validitas

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(n \sum x^2) - (\sum x)^2] \cdot [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

2. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dan tetap konsisten jika dilakukan dua kali pengukuran atau lebih pada kelompok yang sama dengan alat ukur yang sama. Pengujian *Cronbach Alpha* digunakan untuk menguji tingkat kehandalan (reliability) dari masing-masing angket variabel. Apabila nilai *Cronbach Alpha* semakin mendekati angka 1 mengidentifikasi bahwa semakin tinggi pula konsistensi internal reliabilitasnya. Rumus menentukan reabilitas instrumen.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup>H. Moh. Pabundu Tika. *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 62

<sup>8</sup>H. Moh. Pabundu Tika. *Metodologi Riset Bisnis*, h. 60

<sup>9</sup>Riduwan, *Belajar Mudah Peneliti*, hal.97

<sup>10</sup> Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal.176

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

### 3. Analisis Regresi Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kasual satu variable independent dengan satu variable dependen.<sup>11</sup> Dengan menggunakan rumus:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Sistem Jual Beli Di Pasar Pa'baeng-Baeng Makassar

X = Etika Bisnis Islam

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi (mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y)

Untuk memperoleh nilai a dan b maka digunakan rumus:<sup>12</sup>

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad a = \frac{(\sum Y) - b(\sum X)}{n}$$

### 4. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi pearson digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya pengaruh antara Etika bisnis (X) dengan sistem jual beli (Y). Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan sebagai berikut

Tabel 1.2 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi<sup>13</sup>

Interval Koefisien	Tingkat pengaruh
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, 2008

Untuk menguji signifikansi pengaruh, yaitu apakah pengaruh yang ditemukan itu berlaku untuk seluruh populasi, maka perlu diuji signifikansinya. Rumus uji signifikansi korelasi *product moment* di tunjukkan pada rumus sebagai berikut :

<sup>11</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Cet.XVII: Bandung: Alfabeta, 2011), h.172.

<sup>12</sup> Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian (Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula)*, hal.151

<sup>13</sup> Andi wildawati Tadjuddin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Veteran di Makassar" (Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Alauddin Makassar, 2012), h. 29.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(n \cdot \sum x^2) - (\sum x)^2] \cdot [n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana :

- R = koefisien korelasi  
X = skor tiap butir pertanyaan  
Y = skor total  
N = jumlah sampel

#### 5. Uji Signifikan (Uji -t / t-test)

Uji hipotesis yang digunakan adalah satu arah dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Tahap-tahapnya adalah:

Hipotesis awal

- a. Ho : Tidak ada pengaruh antara etika bisnis Islam dan sistem jual beli di pasar Pa'baeng-baeng (tidak signifikan)  
b. H1 : Ada pengaruh antara etika bisnis Islam dan sistem jual beli di pasar Pa'baeng-baeng (signifikan)

### III. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

#### 1. Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Pa'baeng-baeng Makassar

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan baik dari hasil penelusuran penulis lakukan maupun dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti terutama dengan para pedagang yang sering kali melakukan transaksi di pasar Pa'baeng-baeng Makassar menunjukkan bahwa sebagian besar cara berdagang pada pedagang di pasar Pa'baeng-baeng Makassar telah sesuai dengan etika bisnis Islam namun sebagian juga ada yang belum menerapkan etika bisnis Islam dan melakukan kecurangan yang sering terjadi adalah timbangan yang sering kali tidak sesuai dengan takaran atau tidak sesuai dengan kualitasnya, tidak hanya itu para pedagang juga sering mencurangi konsumennya dengan menjual barang yang cacat tanpa memberi tahu cacatnya kepada konsumen. Berbagai kecurangan tersebut dapat terjadi karena faktor motivasi utama para pedagang yang ingin memperoleh keuntungan sebanyak mungkin dan cenderung mengabaikan motivasi utama dalam berdagang yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberikan kepuasan dalam hal ini adalah konsumen, sehingga konsumen hanya dianggap sebagai ladang penghasil uang bukan sebagai mitra bisnis yang seharusnya kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli memperoleh keuntungan yang sama bukan justru saling merugikan.

#### B. Sistem Jual Beli Yang Berlangsung di Pasar Pa'baeng-Baeng Makassar

Pedagang di pasar Pa'baeng-baeng Makassar sebagian melakukan sistem jual beli sesuai dengan etika bisnis Islam dan sebagian juga ada yang belum menerapkan etika bisnis Islam karena menurut mereka jika mereka menerapkan etika bisnis Islam maka barang yang mereka jual tidak akan laku, seperti apabila mereka menjelaskan kepada pembeli bahwa barang yang mereka jual memiliki cacat kebanyakan konsumen atau pembeli enggan untuk membeli barang yang cacat walaupun harganya lebih murah.

Namun ada seorang responden pedagang pecah belah bernama H. Hamidah ia mengatakan bahwa ia selalu jujur dalam melakukan proses jual beli seperti apabila ada cacat pada barang yang ia jual ia kan memberi tahukan kepada pembeli sehingga pembeli

dapat mengetahuinya dan barang yang memiliki cacat akan mendapatkan pengurangan harga dari pada barang yang tanpa cacat. Dalam mengambil keuntungan ia juga mengambil keuntungan sewajarnya tanpa mengambil keuntungan terlalu tinggi sebab apabila barang dijual terlalu tinggi akan mengakibatkan barang tersebut tidak laku.

C. Hasil Penelitian dan Pengolahan Data

Berdasarkan jawaban yang diperoleh dari 87 responden yang merupakan mahasiswa pedagang di Pasar Pa'baeng-baeng Makassar, dilakukan analisis dengan menggunakan uji statistik yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian antara pengetahuan dengan keputusan menjadi nasabah. Data yang digunakan dalam analisis ini disajikan dalam lampiran dengan rangkuman sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas pertanyaan kuesioner, dilakukan pengujian dengan metode *Product Moment*. Metode ini dimulai dengan mencari nilai korelasi antara butir-butir pertanyaan kuesioner dengan hasil kumulatif penjumlahan hasil kuesioner tersebut, dinotasikan dengan  $r_{xy}$ . Setelah itu, nilai  $r_{xy}$  dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  untuk mencari validitasnya.

Untuk menentukan nilai  $r_{tabel}$  maka terlebih dahulu ditentukan besarnya nilai *degree of freedom*nya yaitu  $df = n-k$ , di mana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel independen. Berdasarkan pada metode penelitian, maka jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 87 orang dengan variabel sebanyak 2 variabel. Dengan demikian, maka nilai *degree of freedom* adalah  $87-2 = 85$ . Dengan *degree of freedom* sama dengan 48 dan alpha 10 persen ( $\alpha = 0,1$ ) maka besarnya nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,177. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $r_{tabel}$  dan bernilai positif, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.<sup>14</sup>

Tabel 2.4. Uji Validitas Variabel X

Variabel	Indikator	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub> (10%)	Validitas
Etika Bisnis Islam (X)	1	0,640	0,177	Valid
	2	0,620	0,177	Valid
	3	0,618	0,177	Valid
	4	0,677	0,177	Valid
	5	0,745	0,177	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Manual 2015

Tabel 2.5 Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Indikator	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub> (10%)	Validitas
----------	-----------	---------------------	--------------------------	-----------

<sup>14</sup> Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2006), hal. 23.

<b>Sistem Jual Beli (Y)</b>	1	0,686	0,177	Valid
	2	0,718	0,177	Valid
	3	0,700	0,177	Valid
	4	0,749	0,177	Valid
	5	0,624	0,177	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Manual 2015

Berdasarkan hasil pengujian validitas dengan menggunakan metode *Pearson Product Moment* maka, hasil uji validitas yang disajikan pada tabel 2.4 dan tabel 2.5 menunjukkan bahwa semua nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  (**0,177**), artinya tiap pertanyaan berkorelasi dengan skor totalnya dan data yang dikumpulkan dinyatakan valid dan siap untuk dianalisis

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu instrumen sejauh mana instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian dengan *Cronbach's Alpha* yang digunakan untuk menguji tingkat kepercayaan masing-masing angket variabel. Metode ini dimulai dengan mencari nilai varians setiap butir pertanyaan kemudian menentukan nilai varians total untuk menentukan nilai reliabilitas. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 87 orang. Instrumen dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ )  $\leq 0,60$ .<sup>15</sup>

$$r_{11} = \left[ \frac{10}{10-1} \right] \left[ 1 - \frac{4,64}{17,76} \right] = 0,810$$

Dari hasil rumus di atas nilai *Cronbach's Alpha* = 0,810. Jadi, instrumen tersebut bisa diandalkan atau dipercaya karena  $0,810 \leq 0,60$  ( $r$  tabel) sehingga instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

## 3. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan peneliti dengan maksud untuk mengetahui sejauh mana pengaruh etika bisnis Islam terhadap sistem jual beli di Pasar Pa'baeng-baeng Makassar. Perhitungan hubungan Pengetahuan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam (Variabel Independen) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Variabel Dependen) didapatkan persamaan regresi:

$$Y = a + bX \quad Y = 6,746 + 0,666X$$

$$b = \frac{87(37933) - (1820)(1799)}{87(28522) - (1820)^2} = 0,666 \quad a = \frac{(1799) - 0,666(1820)}{87} = 6,746$$

Koefisien nilai konstanta adalah 6,746 Hal ini berarti jika variabel X (Etika bisnis Islam) bernilai 0,666 maka variabel Y (sistem jual beli) bernilai 6,746. Selanjutnya koefisien regresi variabel X (etika bisnis Islam) sebesar 0,666 memiliki arah yang positif. Hal ini

<sup>15</sup> Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. hal.175

berarti setiap peningkatan satu poin pada etika bisnis Islam akan berpengaruh terhadap sistem jual sebanyak 0,666

#### 4. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya pengaruh antara etika bisnis Islam (X) dengan sistem jual beli (Y). Koefisien korelasi merupakan rata-rata pengaruh bersifat dua arah.

Untuk menguji signifikansi pengaruh, yaitu apakah pengaruh yang ditemukan itu berlaku untuk seluruh populasi, maka perlu diuji signifikansinya. Rumus uji signifikansi korelasi *product moment* di tunjukkan pada rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{87(37933) - (1820)(1799)}{\sqrt{[(87)(39522) - (1820)^2] \cdot [87(37721) - (1799)^2]}} = 0,618$$

Hasil dari rumus di atas menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,618. Nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh antara etika bisnis Islam (x) dengan sistem jual beli di pasar Pa'baeng-baeng Makassar di kategori memiliki pengaruh yang kuat. Etika bisnis tidak berpengaruh 100 % terhadap sistem jual beli di pasar Pa'baeng-baeng makassar karena dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 0,382.

#### 5. Uji Signifikan (Uji -t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap sistem jual beli di Pasar Pa'baeng-baeng, proses pengujian sebagai berikut :

- $\text{sig} \geq 0,1$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima artinya signifikan
- $\text{sig} \leq 0,1$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_1$  ditolak artinya tidak signifikan

Rumus t (hitung) =  $t_{hitung} = \frac{0,618}{\sqrt{1-0,618^2}} = 7,249$

Berdasarkan perhitungan diatas  $\alpha = 0,1$  dan  $n = 87$ , uji dua pihak  $dk = 87-2 = 85$  sehingga diperoleh  $t$  (tabel) = 1,662. Maka,  $t$  (hitung) lebih besar dari  $t$  (tabel) atau  $7,249 < 1,662$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara etika bisnis Islam dengan sistem jual beli di Pasar Pa'baeng-baeng Makassar.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti maka, diperoleh  $\alpha = 0,1$  dan  $n = 87$ , uji dua pihak  $dk = 87-2 = 85$  sehingga diperoleh  $t$  (tabel) = 1,662. Maka,  $t$  (hitung) lebih besar dari  $t$  (tabel) atau  $7,249 < 1,662$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara etika bisnis Islam dengan sistem jual beli di Pasar Pa'baeng-baeng Makassar.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka, dapat disimpulkan bahwa pedagang dipasar Pa'baeng-baeng Makassar melakukan sistem jual beli dengan jujur, adil, bebas, mudah dan halal, hal ini menunjukkan bahwa sistem jual beli yang berlangsung dipasar Pa'baeng-baeng Makassar telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dan etika bisnis Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sistem jual beli di Pasar Pa'baeng-baeng Makassar.

## IV. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Penerapan etika bisnis Islam di pasar Pa'baeng-baeng berpengaruh kuat terhadap sistem jual beli walaupun masih belum maksimal karena adanya beberapa faktor budaya dan agama dari pelaku jual beli di pasar pa'baeng-baeng Makassar yang sangat berpengaruh, harus ada kerja sama yang baik antara mitra bisnis atau penjual dan pembeli karena etika bisnis Islam bisa diterapkan dengan maksimal jika pembeli juga mendukung penerapan etika bisnis Islam tersebut.
- b. Sistem jual beli yang berlangsung dipasar Pa'baeng-baeng ada sebagian yang menerapkan sistem jual beli sesuai dengan etika bisnis Islam namun ada sebagian juga yang belum menerapkan sistem jual beli sesuai dengan etika bisnis Islam karena adanya faktor budaya dan agama yang terbentuk dilingkungan pasar. Sistem jual beli yang berlangsung di pasar Pa'baeng-baeng juga tidak lepas dari pengawasan pemerintah sehingga penjual tidak bisa membentuk harga semaunnya harus sesuai dengan standar yang sehingga tidak memberatkan masyarakat.
- c. Hasil analisis diperoleh persamaan regresi antara etika bisnis Islam dengan sistem jual beli di pasar Pa'baeng-baeng Makassar  $Y = 6,746 + 0,666X$  dan nilai  $R = 0,618$  dengan nilai  $t$  (hitung) pengaruh etika bisnis Islam  $= 7,249 \leq 1,662$  sehingga dapat diartikan bahwa hipotesis
- d. dalam penelitian ini menolak hipotesis  $H_0$  dan menerima hipotesis  $H_1$  yang berarti "Etika bisnis Islam berpengaruh terhadap sistem jual beli di pasar Pa'baeng-baeng Makassar".

#### Daftar Pustaka

- Alma, Bukhari, *Pengantar Bisnis*, Bandung, CV. Alfabeta, 1997.
- Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Presfektif Islam*, Bandung: CV. Alfabeta, 2013.
- Beekum, Rafik Issa, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Badroen, Faisal, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis dalam Presfektif Islam*, Malang: Penerbit UIN Malang Press, 2007.
- Eldine, Achyar, *Etika Bisnis Islam*, Jurnal Khazanah, Vol 3, No 3, Oktober, 2007.
- Indrianto, Nur dan Bambang Sopomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPEF, 1999.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 1995.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Karim, Azwar Adiwarman, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.

- Karim. Adiwarman A, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta; PT. RajaGrafindo Persada, 2007.
- Karim, Abdul, *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Minyak Eceran di Pasar Samarinda. Pemikiran Hukum Islam* 1, no 1. (Desember 2013): h. 3-4.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Mujahidin, Akhmad, *Etika Bisnis dalam Islam: Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis*, 2005, Jurnal Hukum Islam, Vol. IV, No. 2, Desember.
- HR, Mudhalifah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Muslim Did Pasar Pa'Baeng-Baeng Makassar, *Skripsi*, Makassar: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin, 2007.
- Hoetoro, Arif, *Ekonomi Islam: Pengantar Analisis Kesejarahahan dan Metodologi*, Malang, Fak. Ekonomi Universitas Brawijaya, 2007.
- Naqvi, Haidar Nawad Syed, *Mengagas Ilmu Ekonomi Islam*, Terj. M. Saiful dan Muhammad Ufuqul Mubin, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Naqvi, Haidar Nawad Syed, *Etika dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami*, Terj. Husain Anis dan Asep Hikmat, Bandung: MIZAN, 1985
- Nasution, Mustafa Edwin, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Rahmat. Amri Nur, Makassar siapkan pasar Pasar Pa'baeng- baeng sebagai pasar percontohan", *Kabar24.com*, 03 September 2014. <http://kabar24.bisnis.com> (13 Desember 2014).
- Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*, Bandung: CV.Alfabeta, 2008
- RI. Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung : Diponegoro, 2013.
- Singgah, Santosa dan Tjiptono Fandy, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: Elex Media Komputindo. 2002.
- Sukirno. Sadono, *Mikroekonomi teori pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Siddiqi. Muhammad Nejatullah, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, cet. II, Jakarta; Bumi Aksara, 1996.
- Taimiyah, Ibn, *Majmu Fatawa Shayakh al- Islam Ahmad Ibn Taimiyah*, Riyad: Matba at al Riyad, 1387 H.
- Tika, Pabundu Moh, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Tadjuddin, Andi wildawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Veteran di Makassar" Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Alauddin Makassar, 2012.
- Pusat Pengkajian & Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII Yogyakarta kerjasama BI, *Ekonomi Islam*, Jakarta, PT. RajaGrafindo Persada, 2014..

Wahyuni, Tetti, “Pemahaman Masyarakat Terhadap Mekanisme Jual Beli Secara Islami di Pasar Tradisional Malino”, *Skripsi*, Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin, 2014