

**PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MELAKUKAN
TRANSAKSI JUAL BELI PADA PASAR TRADISIONAL
(STUDI KASUS PASAR KALIMPORO KABUPATEN BULUKUMBA)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum Ekonomi Syari'ah (SH) Pada Program Studi
Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar**

Oleh :

AYU ANDIRA JUMRANI

105 25 0202 14

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1439 H/ 2017 M**



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 II/17/Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Ayu Andira Jumrani , NIM. 105 250 202 14 yang berjudul **“Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Melakukan Transaksi Jual Beli pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Kalimporo Kabupaten Bulukumba”** telah diujikan pada hari Sabtu 26 Muharram 1440 H / 06 Oktober 2018 M, dihadapan tim penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 26 Muharram 1439 H
06 Oktober 2018 M

Dewan Penguji,

Ketua : Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, M.P.
Sekertaris : Hurriah Ali Hasan, S.T.,ME.,Ph.D
Anggota : Sitti Walidah Mustamin, S.Pd., M.Si
Hasanuddin, SE,Sy.,ME
Pembimbing I : Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, M.P.
Pembimbing II : Sitti Walidah Mustamin, S.Pd., M.Si

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Disahkan Oleh :
Dekan FAI Unismuh Makassar



Dr. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I
NBM : 554612



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 II/17/Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah mengadakan sidang Munaqasyah pada : Hari / Tanggal : Sabtu, 06 Oktober 2018 M / 26 Muharram 1440 H Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar Gedung Iqra Lantai 4 Fakultas Agama Islam.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara

Nama : **Ayu Andira Jumrani**
NIM : **10525020214**
Judul Skripsi : **"Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Melakukan Transaksi Jual Beli pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Kalimoro Kabupaten Bulukumba"**

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua

Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I
NIDN: 0931126249

Sekertaris

Dra. Mustahidang Usman, M.Si
NIDN: 0917106101

Dewan Penguji :

1. Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, M.P.
2. Hurriah Ali Hasan, S.T.,ME.,Ph.D
3. Sitti Walidah Mustamin, S.Pd., M.Si
4. Hasanuddin, SE,Sy.,ME

Disahkan Oleh :
Dekan FAI Unismuh Makassar



Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I
NEM : 554612

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Andira Jumrani
Nim : 105 250 202 14
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Agama Islam
Kelas : A

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai skripsi ini, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun)
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (plagiat) dalam menyusun skripsi.
3. Apabila saya melanggar perjanjian pada butir 1, 2, dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 27 Muharram 1440 H
10 Oktober 2018 M

Yang Membuat Pernyataan



Ayu Andira Jumrani
105 256 202 14

ABSTRAK

Ayu Andira Jumrani 10525020214 “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli pada Pasar Tradisional (studi kasus pasar kalimporo kabupaten bulukumba)”
(Dibimbing oleh Bapak Muchlis Mappangaja dan Ibu Siti Walida Mustamin

Judul skripsi ini mengacu pada tiga pokok permasalahan antara lain, Variabel Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap variabel Pasar Tradisional, Variabel Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap variabel Transaksi Jual Beli, Variabel Etika Bisnis Islam dan Pasar Tradisional sama berpengaruh Terhadap Variabel Transaksi Jual Beli

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, karena data diperoleh dari hasil pengamatan langsung pada Pasar Tradisional Kalimporo di kabupaten Bulukumba. Maka dapat disimpulkan bahwa peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Pegaruh Etika Bisnis Islam dan Pasar Tradisional berpengaruh terhadap variabel Transaksi Jual Beli, dalam hal ini pasar Tradisional tersebut menerapkan sistem perdagangan syariah terkhusus dalam merapkan Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Pasar Tradisional, Transaksi Jual Beli

ABSTRACT

Ayu Andira Jumrani 10525020214 "The Effect of Implementing Islamic Business Ethics in Buying and Selling Transactions on Traditional Markets (kalimporo market case study in Bulukumba district)" (Supervised by Muchlis Mappangaja and Mrs. Siti Walida Mustamin)

The title of this thesis refers to three main issues, among others, the Islamic Business Ethics Variable influences the Traditional Market variables, the Islamic Business Ethics Variable influences the Purchase Transaction variable, the Islamic Business Ethics and Traditional Market Variables have the same effect on the Purchase Transaction Variables. This research is a field research, because the data obtained from direct observations on the Kalimporo Traditional Market in Bulukumba Regency. So it can be concluded that researchers use quantitative research types.

The results of the study prove that the Influence of Islamic Business Ethics and Traditional Market variables influence the Sale and Purchase Transaction variable, in this case the Traditional Market implements a sharia trading system specifically in implementing Islamic Business Ethics in Buying and Selling

Keywords: Islamic Business Ethics, Traditional Markets, Buy and Sell Transactions

MOTTO

“Bersikaplah kukuh seperti batu karang yang tidak putus-putusnya dipukul ombak. Ia tidak saja tetap berdiri kukuh, bahkan ia menentramkan amarah ombak dan gelombang itu”

“SELALU ADA MAKSUD DARI SETIAP KEJADIAN, TUHAN TAHU APA YANG SUDAH KAMU LAKUKAN DAN SEGALA SESUATU TERJADI BUKAN KARENA KEBETULAN TAPI KARENA SUATU ALASAN”

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ
بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ، أَمَّا بَعْدُ:

Segala puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang maha kuasa, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Kalimporo Kabupaten Bulukumba) ”.

Salam dan Salawat Kepada Junjungan Nabi dan Rasulullah Muhammad saw, sebagai suri teladan dan rahmat seluruh alam serta membawa manusia kepada kebahagiaan dunia dan akhirat.

Banyak yang dihadapi dalam rangka penyusunan skripsi ini, tetapi berkat bantuan berbagai pihak maka skripsi ini dapat penulis selesaikan pada waktu yang telah ditetapkan. Dalam hal ini penulis menyampaikan terima kasih yang tulus dan ikhlas kepada yang terhormat.

1. Kedua orang tua penulis yaitu bapak Juma' dan ibu tercinta Rampe yang senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun material sejak kecil sampai sekarang sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa melindungi mereka dimanapun mereka berada. Serta kakak-kakak ku Rusman dan Muh.Naim serta ipar sekaligus pengganti ibuku kakak Juliati yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga senantiasa dalam lindungan Allah swt.

2. Bapak H. Abd Rahman Rahim, SE, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Muchlis Mappangaja, MP . selaku Ketua Jurusan Pendidikan Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, yang senantiasa membantu penulis dalam bidang akademik.
5. Bapak Hasanuddin SE,Sy., ME selaku Sekertaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar, yang senantiasa membantu penulis dalam bidang akademik.
6. Bapak Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, MP, dan Ibu Siti Walida Mustamin, S.pd.,M.Si,. selaku dosen pembimbing I dan II yang senantiasa membimbing dan memberikan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak/ibu para Dosen yang telah mentransfer ilmunya kepada penulis yang penuh manfaat, semoga senantiasa dalam lindungan Allah.
8. Saudara Arwin Musa yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga senantiasa dalam lindungan Allah swt.
9. Para responden : para pedagang pasar tradisional di Kalimporo kabupaten Bulukumba yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian dan memberikan informasi yang bermanfaat sampai terselesaikan skripsi ini.
10. Dan yang terakhir penulis mengucapkan terima kasih kepada sahabat seperjuangan Selvi Mulyanti, Reski Audita Putri, Andi Miftahul Janna H, Ryan

Agusti Ihwan, Umrah Awaliyah, St.Fatimah,Buirah dan semua teman-teman Hekis 2014 yang senantiasa memberi dukungan serta bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini, semoga kalian selalu dalam lindungan Allah.

Penulis senantiasa mengharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun karena penulis yakin bahwa suatu persoalan tidak akan berarti sama sekali tanpa adanya kritikan. Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, terutama bagi diri pribadi penulis. Amin.

Makassar, 13 Ramadhan 1439 H
29 Mei 2018 M

Penulis

Ayu Andira Jumrani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA MUNAQASYAH.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
A. Kajian Teori	
1. Etika Bisnis Islam.....	6
a. Pengertian Etika dan Bisnis	6
b. Etika Bisnis dan Etikan Islam.....	7

2. Prinsip-Prinsip Etika dan Perilaku Bisnis Islam	10
3. Hukum Jual Beli dalam Islam.....	12
a. Pengertian jual beli	12
b. Landasan atau hokum jual beli	13
c. Rukun dan syarat jual beli.....	17
4. Pasar Tradisional	18
B. Kerangka Pikir	21
C. Kerangka Konseptual.....	22
D. Hipotesis Penelitian.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	24
B. Lokasi dan Objek Penelitian.....	24
C. Variabel Penelitian	25
D. Definisi Operasional Variabel	26
E. Populasi dan Sampel	26
F. Instrumen Penelitian	28
G. Teknik Pengumpulan Data	28
H. Teknik Analisis Data.....	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	33
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
1. Analisis Data.....	48
2. Evaluasi Model Pengukuran.....	55
3. Evaluasi Model Struktural	62
4. Jawaban Hasil Penelitian	63

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 : Kerangka Pikir	21
GAMBAR 2.2 : Kerangka Konseptual	22
GAMBAR 4.1 : Peta dan Kondisi Desa	34

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 : Definisi Operasional Variabel	26
TABEL 3.2 : Skala Likert.....	30
TABEL 4.1 : Luas Lahan Sawah (Ha) Tahun 2010 – 2014.....	44
TABEL 4.2 : Luas Lahan Sawah Menurut Irigasi Tahun 2010 – 2014	45
TABEL 4.3 : Luas Lahan Bukan Sawah Tahun 2010 – 2014.....	45
TABEL 4.4 : Luas Panen dan Produksi Padi Sawah (GKG) Tahun 2010 – 2014	47
TABEL 4.5 : Luas Panen & Produksi Jagung (Pipilan Kering) Tahun 2010 – 2014	48
TABEL 4.6 : Etika Bisnis Islam.....	49
TABEL 4.7 : Transaksi Jual Beli.....	50
TABEL 4.8 : Pasar Tradisional.....	51
TABEL 4.9 : Struktur Model Specification	54
TABEL 4.10 : Tabel Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)	58
TABEL 4.11 : Tabel Overview	59
TABEL 4.12 : Tabel Cross Loadings	60
TABEL 4.13 : Latent Variable Correlations.....	61
TABEL 4.14 : Path coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....	62
TABEL 4.15 : Tabel RSquare.....	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar dapat diartikan sebagai tempat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk mempertukarkan barang-barang mereka. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menyatakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu, misalnya pasar perumahan, pasar besar, dan lain-lain. Sedangkan dalam manajemen pemasaran konsep pasar terdiri atas semua pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut.¹

Pada masa lampau, pasar mengacu pada lokasi geografis, tetapi sekarang pasar tidak lagi mempunyai batas-batas geografis karena komunikasi modern telah memungkinkan para pembeli dan penjual untuk mengadakan transaksi tanpa harus bertemu satu sama lain. Pasar memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah

¹ Chrisanti Hasibuan dan Rizal Hutauruk (ed), *Marketing Management Analysis Planning Implementation and control* (Jakarta: Erlangga, 1996), 11. Marius P. Angipora, *Kamus Ekonomi* (Bandung: Alumni, 1982), 213.

produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga, dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang.²

Dengan demikian, pasar sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli, merupakan fasilitas publik yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah. Selain sebagai urat nadi, pasar juga menjadi barometer bagi tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat. Namun, apa jadinya jika pusat perekonomian ini tidak tertata dengan baik. Yang jelas, karena konsumen (pembeli) merasa tidak nyaman, menyebabkan mereka malas untuk mengunjungi pasar. Kalau sudah begini tidak hanya pedagang yang rugi, tetapi pemerintah daerah selaku penarik pajak dari kegiatan jual beli juga turut merugi, karena tidak bisa mengumpulkan pendapatan asli daerah secara optimal. Kondisi seperti ini pada akhirnya menyebabkan ketidaktentraman dalam kehidupan masyarakat.

Kondisi pasar tradisional pada Kab. bulukumba juga berada dalam kondisi kumuh, kotor, pengap, dan suasana transaksi yang tidak sehat. Penumpukan sampah di setiap lorong dan penempatan dagangan yang melebihi kapasitas stand menjadi salah satu penyebab utamanya. Kondisi seperti ini dapat dilihat dalam kios atau stand dalam pasar. Sementara suasana di luar stand pasar, seperti di pintu masuk, lebih ruwet lagi karena di penuh oleh pedangan kaki lima (PKL) ³ Yang pada umumnya tidak memiliki stand di dalam pasar. Padahal pasar tradisional sebaiknya selalu bersih. Logika hukum ekonominya, jika pasar bersih, maka

² Rihcard A. Bilas, *Ekonomi Mikro*, ter. Sahat Simamora (Jakarta: Rineka Cipta 1992), 7-8.

³ Buchari Alma, *Dasar-Dasar Bisnis dan Pemasaran* (Bandung: Alfabeta, 1997), 137.

konsumen akan merasa senang dan nyaman ketika berbelanja, karena itu para pedagang harusnya menciptakan dan menjaga kebersihan agar pasar tidak terkesan kotor.

Kecurangan-kecurangan dalam transaksi perdagangan dan ketidak teraturan kondisi pasar inilah semestinya tidak terjadi karena dilarang dalam Islam. Fenomena ini sering terjadi pada pasar tradisional Kab. Bulukumba dimana pelanggaran terhadap nilai-nilai dan hukum agama Islam tidak lagi di terapkan dalam transaksi jual beli padahal islam sudah sangat tegas melarang dan mencela segala bentuk-bentuk kecurangan dalam transaksi jual-beli. Seperti yang dijelaskan pada (QS Al-Syu'ara' [26]:181-184).⁴

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (181) وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ (182) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلْتَعْتَبُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (183) وَاتَّقُوا الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالْحَبْلَةَ الْأُولَى (184)

Terjemahnya:

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kalian termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kalian merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kalian merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; dan bertakwalah kepada Allah yang telah menciptakan kalian dan umat-umat yang dahulu.

⁴ Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadist Ekonomi Syariah*, 2011 Jakarta : rajawali

Selain pelanggaran terhadap nilai-nilai agama juga terjadi pelanggaran terhadap hukum perundang-undangan Negara Republik Indonesia. Menurut UU No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen Pasal 8 ayat 1 (a) dan (b) dinyatakan bahwa pelaku usaha di larang memproduksi dan memperdagangkan barang dagangan yang tidak sesuai dengan berat.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis terinspirasi untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Kalimporo Kab. Bulukumba).**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka adapun yang menjadi permasalahan yaitu:

1. Apakah variabel etika bisnis Islam berpengaruh terhadap transaksi jual beli?
2. Apakah variabel etika bisnis Islam berpengaruh terhadap pasar tradisional?
3. Apakah variabel transaksi jual beli berpengaruh terhadap pasar tradisional?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui variabel etika bisnis Islam berpengaruh terhadap transaksi jual beli

2. Untuk mengetahui variabel etika bisnis Islam berpengaruh terhadap pasar tradisional
3. Untuk mengetahui variabel transaksi jual beli berpengaruh terhadap pasar tradisional

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, hasil penelitian ini di harapkan mampu menambah pengetahuan mengenai etika transaksi jual beli dalam Islam.
2. Bagi pihan instansi, penelitian ini dapat di jadikan sebagai tolak ukur dalam hukum jual beli menurut Islam
3. Bagi pihak lain atau pembaca, penelitian ini dapat di jadikan referensi bagi penulis selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika dan Bisnis

Etika berasal dari Bahasa Yunani Kuno *ethos*. Dalam betuk kata tunggal tersebut mempunyai banyak arti, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, sikap dan cara berfikir. Dalam betuk jamak (ta etha), artinya adalah adat kebiasaa dan arti terakhir inilah menjadi latar belakang bagi terbentuknya istilah “etika” yang oleh filosof Yunani Besar, Aristoteles (384-322SM) sudah di pakai menunjukkan filsafat moral⁵.

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia etika di jelaskan dengan arti ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Etika juga di artikan kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. Serta di artikan, nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat ⁶.

Bisnis termasuk kata yang sering di gunakan orang, namun tidak semuanya memahami kata bisnis secara tepat dan

⁵ Nur Ahmad Fadhil dan Azhari Akmal, Etika Bisnis Dalam Islam, (Jakarta: Hljri pustaka Utamaa, 2001), h.25.

⁶ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, 2001), h.309.

proporsional. Hunghes dan Kapoor seperti dikutip oleh Buchari Alma menjelaskan bahwa bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat⁷.

Lebih ringkas dari itu brown dan petrello menyebut bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam pengertian yang sederhana bisnis adalah lembaga yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan orang lain⁸. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, Bisnis ialah usaha komersial di dunia perdagangan, bidang usaha, dagang⁹.

b. Etika Bisnis dan Etika Islam

Etika bisnis adalah cara-cara atau perilaku etik dalam bisnis yang dilakukan oleh manajer/kru semua ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil (fairness), sesuai dengan hukum yang berlaku tidak bergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat. Etika bisnis lebih luas dari ketentuan yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi di bandingkan dengan standar minimal ketentuan

⁷ Op.cit Nur Ahmad Fadhil dan Azhari Akmal, h, 15

⁸ Ibid,

⁹ Op.cit. Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, h.157.

hukum, karena dalam kegiatan bisnis sering kali kita temukan area abu-abu yang di atur oleh ketentuan hukum¹⁰.

Menurut Bertens etika bisnis adalah studi tentang aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis. Etika ini dapat dipraktikkan dalam tiga taraf, *pertama*, taraf makro, etika bisnis akan berbicara tentang aspek-aspek bisnis secara keseluruhan, seperti persoalan keadilan. *Kedua*, taraf meso (madya), etika bisnis menyelidiki masalah-masalah etis di bidang organisasi seperti serikat buruh, lembaga, perhimpunan, profesi, dan lain-lain. *Ketiga*, taraf mikro, yang menfokuskan pada individu dalam hubungannya dalam kegiatan bisnis seperti tanggung jawab etis karyawan dan majikan, manajer, produsen dan konsumen.

Abdul Mannan menjelaskan dalam buku Teori dan Praktek Ekonomi Islam, bahwa ilmu ekonomi Islam adalah ilmu tentang manusia, bukan sebagai individu yang terisolasi, tetapi mengenai individu sosial yang menyakini nilai-nilai hidup Islam.¹¹ Hal ini menjelaskan bahwa nilai-nilai hidup (etika) berperan penting dalam dunia bisnis.

a. Etika Bisnis Islam

Pemikiran etika bisnis Islam muncul ke permukaan dengan landasan bahwa Islam adalah agama yang sempurna. Ia

¹⁰ A. riawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah, Teori dan Praktek The CELESTIAL Management*, (Jakarta: Salemba Empat. 2010), h. 32

¹¹ M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam, Terj M. Nastagin* (Jakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995) h. 19.

merupakan kumpulan aturan-aturan ajaran dan nilai-nilai yang dapat menghantarkan manusia dalam kehidupannya menuju tujuan kebahagiaan hidup baik di dunia maupun di akhirat. Etika bisnis Islam tak jauh berbeda dengan pengejawantahan hukum dalam fiqih muamalah. Dengan kondisi demikian maka pengembangan etika bisnis Islam yang mengedepankan etika sebagai landasan filosofisnya merupakan agenda yang signifikan untuk di kembangkan. Secara normatif menurut Quraish Shihab, al-Qur'an relatif lebih banyak memberikan prinsip-prinsip mengenai bisnis yang bertumpu pada kerangka penanganan bisnis sebagai pelaku ekonomi dengan tanpa membedakan kelas.¹²

Allah berfirman, pada QS. Ash-Shaff ayat 10 – 13 yang berbunyi sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ (10) تُوْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ
وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (11) يَغْفِرْ لَكُمْ
ذُنُوبَكُمْ وَيُدْخِلْكُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ وَمَسَاكِنَ طَيِّبَةً فِي جَنَّاتٍ عَدْنٍ ذَلِكَ الْفَوْزُ
الْعَظِيمُ (12) وَأُخْرَىٰ تُحِبُّونَهَا نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ وَبَشِيرٌ الْمُؤْمِنِينَ (13)

¹² M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 31

Terjemahnya:

10) Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? (11) (Yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagi kamu jika kamu mengetahuinya, (12) niscaya Allah akan mengampuni dosa-dosamu dan memasukkan kamu ke dalam syurga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, dan (memasukkan kamu) ke tempat tinggal yang baik di dalam syurga Adn. Itulah keberuntungan yang besar.(13) Dan (ada lagi) karunia yang lain yang kamu sukai (yaitu) pertolongan dari Allah dan kemenangan yang dekat (waktunya). Dan sampaikanlah berita gembira kepada orang-orang yang beriman.¹³.

2. Prinsip-prinsip Etika dan Perilaku Bisnis Islam

Adapun prinsip-prinsip etika yang mengarahkan perilaku bisnis yaitu:

- 1) Kejujuran, yaitu penuh kepercayaan, bersifat jujur, sungguh-sungguh, terus terang, tidak curang, tidak mencuri, tidak menggelapkan tidak berbohong. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-ahzab:70.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

¹³ Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadist Ekonomi Syariah* 2011 Jakarta : rajawali.

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar”.

Sebagian dari makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa membuka dan transparan dalam jual belinya. “Tetapkanlah kejujuran karena sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan mengantarkan kepada surga”(Hadist).

- 2) Integritas, yaitu memegang prinsip, melakukan kegiatan dengan hormat, tulus hati, berani dan penuh pendirian atau keyakinan, tidak bermuka dua tidak berbuat jahat dan saling percaya.
- 3) Memelihara janji, yaitu selalu menepati janji, patut dipercaya, penuh komitmen, jangan menginterpretasikan persetujuan dalam bentuk teknis atau legalistik dengan dalih ketidakrelaan
- 4) Kesetiaan, yaitu hormat dan loyal kepada keluarga, teman, karyawan, dan Negara, jangan menggunakan atau memperlihatkan informasi yang di peroleh dalam kerahasiaan, begitu juga dalam konteks profesional, jaga atau melindungi kemampuan untuk melakukan keputusan profesional yang bebas dan teliti, hindari hal yang tidak pantas dan konflik kepentingan.
- 5) Kewajaran atau keadilan, yaitu berlaku adil dan berbudi luhur, bersedia untuk mengakui kesalahan, dan perlihatkan komitmen

keadilan, persamaan perlakuan individual dan toleran terhadap perbedaan, jangan bertindak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kesalahan atau kemalangan orang lain.

- 6) Suka membantu orang lain, yaitu saling membantu, berbak hati, belas kasihan, tolong menolong, kebersamaan, dan menghindari segala sesuatu yang membahayakan orang lain.
- 7) Warga Negara yang bertanggung jawab, yaitu selalu menaati hukum/aturan, penuh kesedaran sosial, menghormati proses demokrasi dalam mengambil keputusan.
- 8) Mengejar keunggulan, yaitu mengejar keunggulan dalam segala hal, baik dalam pertemuan personal maupun pertanggungjawaban professional, tekun, dapat dipercaya atau diandalkan, rajin penuh komitmen, melakukan semua tugas dengan kemampuan terbaik, mengembangkan dan mempertahankan tingkat kompetensi yang tinggi.
- 9) Dapat di pertanggung jawabkan, yaitu memiliki tanggung jawab atas keputusan dan konsekuensi, dan selalu memberi contoh.

3. Hukum Jual Beli dalam Islam

a. Pengertian jual beli

Jual beli adalah proses pemindahan hak milik/barang atau harta kepada pihak lain dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya. Sedangkan, Menurut etimologi, jual beli adalah

pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain). Kata lain dari jual beli adalah al-ba'i, asy-syira' al-mubadah, dan at-tijarah. Menurut terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya, antara lain:

- 1) Menurut ulama hanafiyah : jual beli adalah "pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang diperbolehkan)."
- 2) Menurut Imam Nawawi dalam *Al-Majmu'*: Jual beli adalah "pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan."
- 3) Menurut Ibnu Qudamah dalam kitab *Al-mugni* : Jual beli adalah "pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan milik. "Pengertian lainnya jual beli ialah persetujuan saling mengikat antara penjual (yakni pihak yang menyerahkan atau menjual barang) dan pembeli (sebagai pihak yang membayar atau membeli barang yang dijual). Pada masa Rasullallah SAW harga barang itu dibayar dengan mata uang yang terbuat dari emas (dinar) dan mata uang yang terbuat dari perak (dirham).¹⁴

¹⁴ <http://www.lahiya.com>, Diakses 11 November 2017

b. Landasan atau Dasar Hukum Jual Beli

Landasan atau dasar hukum mengenai jual beli ini di syariatkan berdasarkan Al-Qur'an, Hadist Nabi, dan Ijma' Yakni :

1. Al Qur'an

Yang mana Allah SWT berfirman dalam surat An-Nisa : 29 dan al-baqarah: 275.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu makan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu” (QS. An-Nisa : 29).

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ 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.”

2. Sunnah

Hadis yang telah diriwayatkan oleh 'Aisyah radliyallaahu 'anhaa :

عن عائشة رضى الله تعالى عنها أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَاماً مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعاً مِنْ حَدِيدٍ

Dari 'Aisyah radliyallaahu 'anhaa : “Bahwasannya Nabi shallallaahu ‘alaihi wasallam pernah membeli makanan dari seorang Yahudi dengan pembayaran tertunda dan menggadaikan baju besinya sebagai boroh atau gadai” [HR. Bukhari no. 2068, 2096, 2200, 2251, 2252, 2386, 2509, 2513, 2916, 4467; Muslim no. 1603; An-Nasa’i no. 4609, 4650; Ibnu Majah no. 2436; dan Ahmad no. 23626, 24746, 25403, 25467].

Nabi yang mengatakan “suatu ketika Nabi SAW, ditanya tentang mata pencarian yang paling baik Beliau menjawab, seseorang bekerja dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur. “(HR. Bajjar, hakim yang menyahihkannya dari Rifa’ah Ibn Rafi’). Maksud mabrur dalam hadis adalah jual beli yang terhindar dari usaha tipu menipu dan merugikan orang lain.¹⁵

3. Ijma'

Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai. Mengacuh

¹⁵ Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadist Ekonomi Syariah* 2011 Jakarta : rajawali.

pada ayat-ayat Al Quran dan Hadist, hukum jual beli adalah *mubah* (boleh). Namun pada situasi tertentu, hukum jual beli itu biasa berubah menjadi *sunnah wajib, haram* dan *makruh*.

Berikut ini adalah contoh bagaimana hukum jual beli bisa berubah menjadi *sunnah*, misalnya dalam jual beli yang hukum menggunakan barang-barang yang di perjual belikan itu *sunnah* seperti minyak wangi. Jual beli hukumnya wajib, misalnya jika ada suatu ketika para pedangan menimbun beras, sehingga stok beras sedikit, dan mengakibatkan harganya melambung tinggi, maka pemerintah boleh memeriksa para pedagang beras untuk menjual yang ditimbun dengan harga sebelum terjadi pelonjakan harga.¹⁶

Menurut Islam, para pedagang beras tersebut wajib menjual beras yang di timbun sesuai dengan ketentuan pemerintah. Jual beli hukumnya haram, misalnya jual beli yang tidak memenuhi rukun dan syarat yang di perbolehkan dalam islam, juga juga mengandung unsur penipuan. Jual beli hukumnya makruh, apabila barang yang dijual-belikan itu hukumnya makruh seperti rokok.¹⁷.

¹⁶ Muhammad Abduh Tuasikal. *Bermodalkan Ilmu Sebelum Dagang*, 2003, Yogyakarta.

¹⁷ www.altundo.com, Diakses tanggal 11 bulan November 2017

c. Rukun dan syarat jual beli

Rukun dan syarat jual beli adalah ketentuan-ketentuan dalam jual beli yang harus di penuhi agar jual belinya sah menurut syara'(hukum Islam). Rukun jual beli ada 3 yaitu:

- a) Dua pihak membuat akad penjual dan pembeli
- b) Objek akad (barang dan harga)
- c) Ijab qabul (perjanjian/persetujuan).

Syarat-syarat yang harus di miliki oleh penjual dan pembeli adalah:

1. Berakal, jual belinya orang gila atau rusak akalnya dianggap tidak sah.
2. Baliqh, jual belinya anak kecil yang belum baliqh dihukum tidak sah. Akan tetapi,jika anak itu sudah mumayyiz (mampu membedakan baik dan buruk), di bolehkan melakukan jual beli terhadap barang-barang yang harganya murah seperti: permen, kue, krupuk, dll
3. Atas dasar kemauan sendiri. Menjual atau membeli sesuatu atas paksaan orang lain tidak sah hukumnya. Dalam sebuah hadist di jelaskan. " jual beli itu hanya sah dengan suka sama suka."¹⁸.

¹⁸ www.lankarani.com,tgl Diakses 11 November 2017

4. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat pembeli dan penjual melakukan transaksi secara langsung dan di sertai dengan proses tawar. Barang yang diperjualbeilkan merupakan barang kebutuhan sehari-hari masyarakat, seperti makanan, kue, buah-buahan, pakaian, barang elektronik, dan jasa. Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisika pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakuka transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar merupakan area tempat jual beli barang demgan jumlah penjual lebih dari satu baik yang di sebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokohan,mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.¹⁹ Dalam pengertian sederhana, pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar merupakan tempat berkumpul para penjual yang menawarkan barang ataupun jasa kepada pembeli yang mempunyai keinginan dan kemampuan untuk memliki barang dan jasa tersebut hingga terjadi kesepakatan transaksi atau transfer atas kepemilikan barang atau kenikmatan jasa.

¹⁹ Peraturan presiden RI.122, penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern.2007.

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kualitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi atau pasar, pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya di gunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.²⁰

pasar sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar juga dapat di artikan sebagai mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan anatar kekuatan permintaan dan penawaran. Secara sederhana, drfinisi pasar selalu di batasi oleh anggapan yang menyatakan anantara pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung untuk mengadakan interaksi jual beli. Namun, pengertian tersebut tidaklah sepenuhnya benar karena seiring kemajuan teknologi, internet, atau malah hanya dengan surat. Pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung mereka dapat saja berada di tempat yang berbeda atau berjauhan. Artinya dalam proses

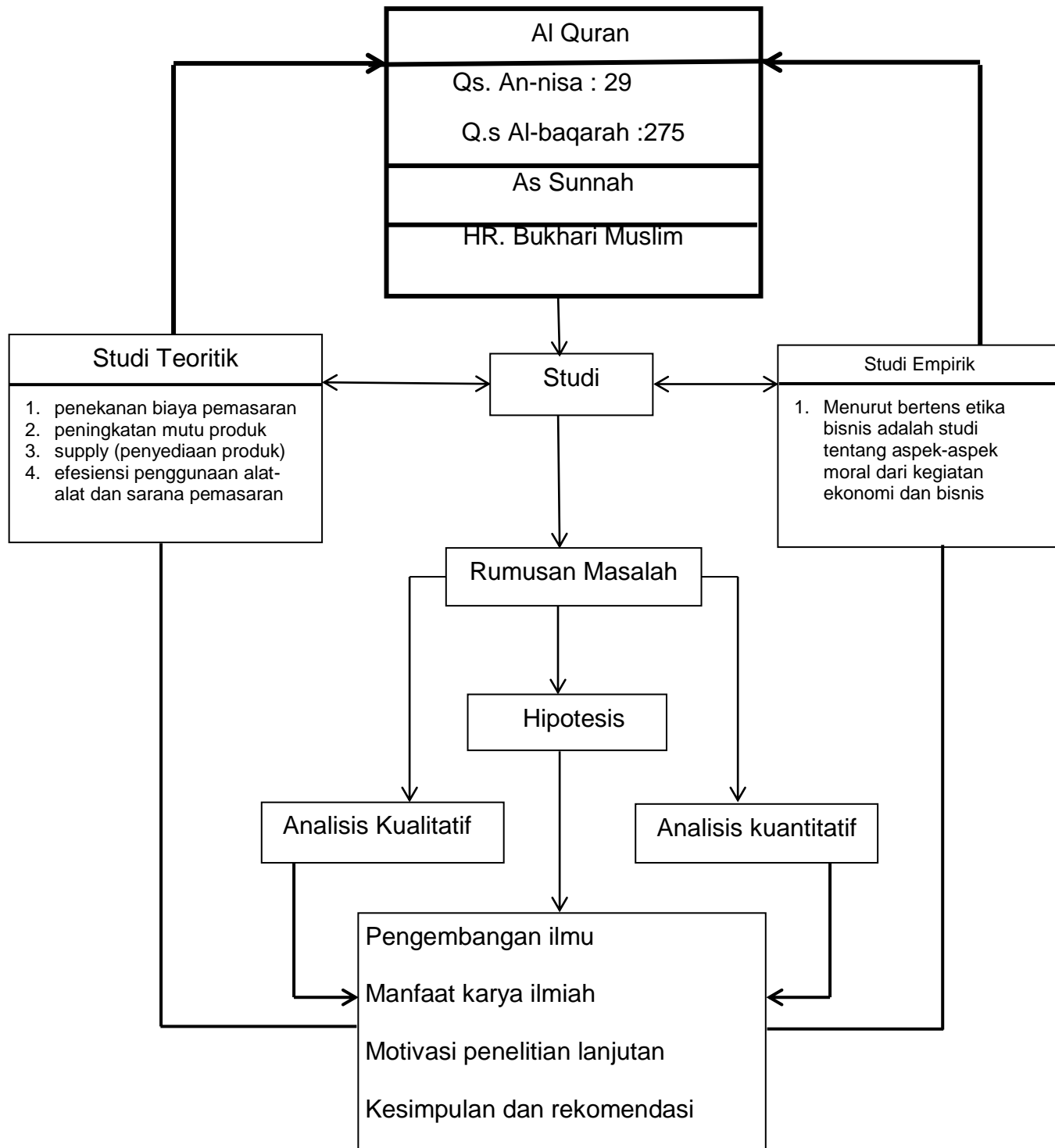
²⁰ Akhmad, Ekonoomi islam, Jakarta: Rajagrafindo Persada, h.143. 59

pembentukan pasar, hanya di butuhkan adanya penjual, pembeli dan barang yang di perjualbelikan serta adanya kesepakatan anatar penjual dan pembeli. Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan untuk membelanjakannya, dari defenisi tersebut dapatlah di ketahui adanya tiga unsur penting yang terdapat dalam pasar, yakni

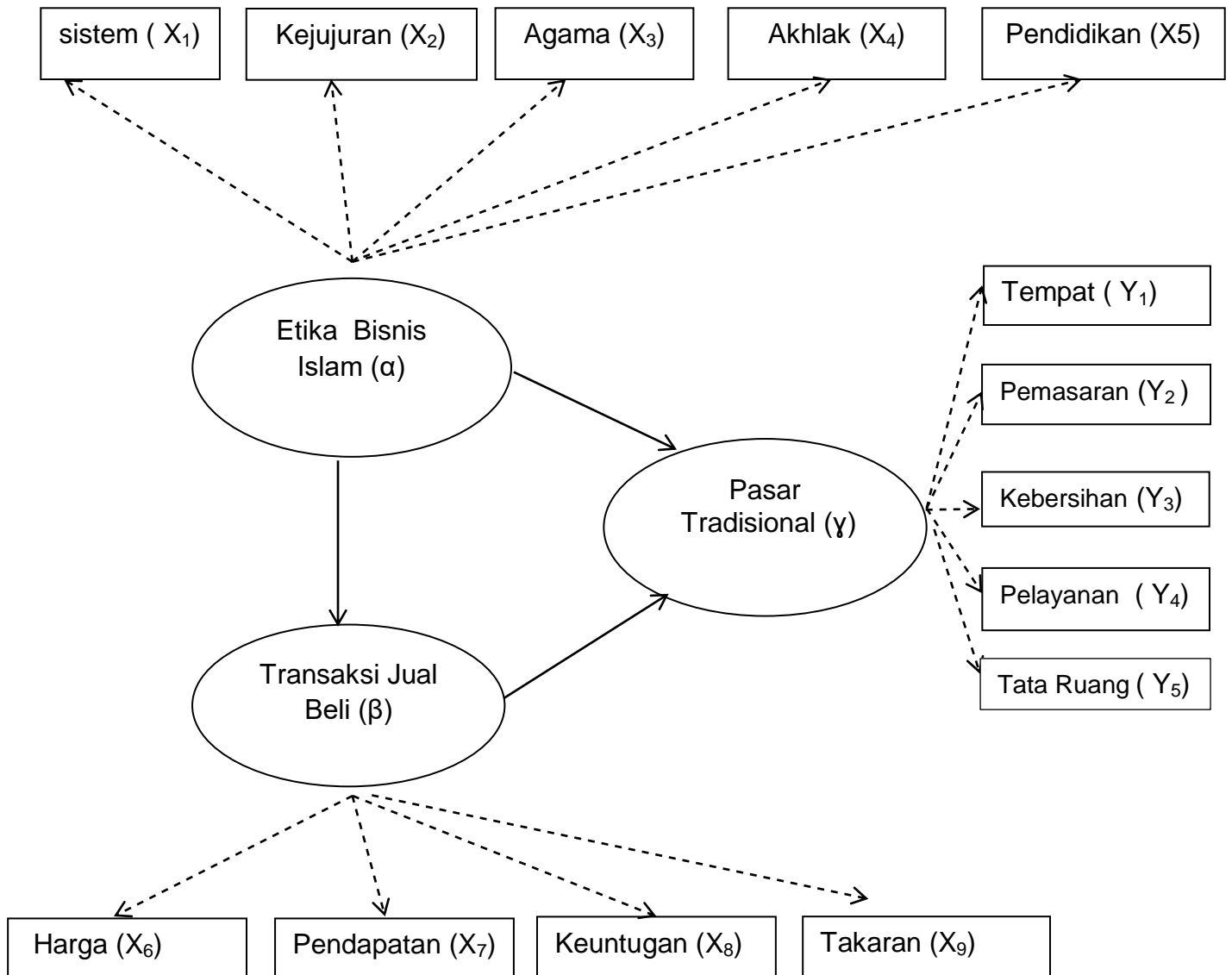
- a. Orang dengan segala keinginannya
- b. Daya beli mereka
- c. Kemauan untuk membelanjakan uangnya.

Menurut Peraturan menteri Perdagangan Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Nomor 70 tahun 2013 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

B. KERANGKA PIKIR



C. KERANGKA KONSEPTUAL



Keterangan :

○ = Variabel

□ = Indikator

D. Hipotesis Penelitian

Dari permasalahan sebelumnya, penulis mengemukakan hipotesis dari hipotesis dari penelitian ini, yaitu :

1. Diduga, variabel Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap Variabel transaksi jual Beli
2. Diduga, variabel Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap Variabel Pasar Tradisional
3. Diduga, variabel Transaksi jual Beli berpengaruh terhadap Variabel Pasar Tradisional

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, karena data di peroleh dari hasil pengamatan langsung pada pasar Kalimporo dengan menggunakan skala liker 5 point. Maka dapat di simpulkan bahwa penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dan hubungan-hubungan kuantitatif.²¹

B. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Pasar Kalimporo yang beralamat di desa Tambangan kec. Kajang kab. Bulukumba

²¹ Iqbal Hasan, Pokok-Pokok Materi Statistik 1, 2002. Jakarta, PT. Bumi Aksara.

C. Variabel Penelitian

1. Variabel bebas (independen)

Variabel bebas (independen) adalah variabel yang dapat mempengaruhi secara relative variabel dependen. Dapat di sebut juga sebagai variabel bebas, variabel tidak terikat, dan lain-lain. Umumnya di simbolkan dengan variabel X. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebasnya adalah daya Etika Bisnis Islam (X1) dan Transaksi jual Beli (X2).

2. Variabel terikat (dependen) Variabel terikat (dependen) adalah variabel yang tergantung atau dipengaruhi oleh variabel lainnya dari sebuah penelitian . variabel ini dapat disebut juga variabel terikat/ variabel yang dipengaruhi/ variabel tidak bebas. Umumnya dinotasikan sebagai variabel Y. dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikatnya adalah Pasar Tradisional (Y).

D. Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator
1	Etika Bisnis Islam	Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dan tututan perusahaan	a) System b) Kejujuran c) Agama d) Akhlak e) Pendidikan
2	Transaksi jual Beli	Transaksi jual beli adalah transaksi yang di lakukan oleh penjual yang menawarkan barang dagangan kepada pembeli yang disepakati dengan harga tertentu.	a) Harga b) Pendapatan c) Keuntungan d) Takaran
3	Pasar Tradisional	Pasar tradisional adalah tempat pembeli dan penjual melakukan transaksi secara langsung dan di sertai dengan proses tawar. Barang yang diperjualbeilkan merupakan barang kebutuhan sehari-hari masyarakat, seperti makanan, kue, buah-buahan, pakaian, barang elektronik, dan jasa. ²²	a) Tempat b) Pemasaran c) Kebersihan d) Pelayanan e) Tata Ruang

E. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Popiulasi adalah keseluruhan individu yang menjadi objek atau sumber data penelitian. populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang dan pembeli pada pasar Kalimporo di desa

²² <https://brainly.co.id/tuqas/944177> Diakses 28 november 2017

Tambangan Kec. Kajang Kab. Bulukumba yang berjumlah 85 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, maka dari itu sampel dari penelitian ini adalah para pedagang yang menjual dagangan kepada pembeli di pasar Kalimporo Kab. Bulukumba sebanyak 70 orang. Pada saat penelitian berlangsung menggunakan rumus slovin. Sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } n = \frac{N}{(1 + e^2 N)}$$

$$= \frac{85}{1 + 0,005^2 (85)}$$

$$= \frac{85}{1 + 0,0025 (85)}$$

$$= \frac{85}{1 + 0,2125}$$

$$= \frac{85}{1,2125}$$

$$= \frac{85}{1,2125}$$

$$= 70$$

$$= 70$$

$$= 70$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat *error* (0,05 %)

F. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah sebuah alat yang di gunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang bermanfaat untuk menjawab permasalahan penelitian. Instrument sebagai alat pada waktu penelitian yang menggunakan suatu metode. Bentuk angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup dimana pertanyaan yang di cantumkan telah disesuaikan oleh peneliti. Alternatife jawaban yang disediakan bergantung pada pemilihan peneliti sehingga responden hanya bisa memilih jawaban yang mendekati pilihan paling tepat dengan yang dialaminya. Angket penelitian tertutup memiliki prinsip yang efektif jika dilihat dengan sudut pandang peneliti sehingga jawaban responden dapat disesuaikan denagan kebutuhan.

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Metode pengumpulan datan merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang penulis gunakan untuk melakukan penelitian, yaitu angket dan dokumentasi.

1. Observasi,

Observasi yaitu pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung di lokasi untuk memperoleh data yang lebih akurat.

2. Angket

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.²³ Teknik pengumpulan data dengan menyusun daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diajukan kepada responden sampel yang akan diteliti. Jumlah pertanyaan yang ada, diambil dari masing-masing item yang diperoleh dari masing-masing indikator variabel, baik variabel independen maupun variabel dependen. Angket diberikan langsung kepada responden dengan tujuan agar lebih efektif dan efisien menjangkau jumlah sampel dan mudah memberi penjelasan berkenaan dengan pengisian angket tersebut. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini menggunakan skala likert 5 poin. Jawaban responden berupa pilihan lima alternatif yang ada, yaitu:

²³ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*, 2002. Jakarta, PT Bumi Aksara.

Tabel 3.1 Skala Likert

ALTERNATIF JAWABAN	
JAWABAN	SKOR
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa, catatan atau transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya.²⁴

Dalam hal ini penulis mencari dan mengumpulkan data yang berasal dari buku, catatan atau transkrip tersimpan yang terkait dalam penelitian ini. Dengan tujuan untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan data dan informasi.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara analisis kuantitatif dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) adalah suatu metode

²⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 236

yang berbasis keluarga regresi yang dikenalkan oleh Herman O.A Word untuk menciptakan dan pembagunan model dan metode untuk ilmu-ilmu sosial dengan pendekatan yang berorientasi pada prediksi.²⁵ PLS memiliki asumsi data penelitian bebas distribusi (*Distriburion- Free*), artinya data penelitian tidak mengacuh pada salah satu distribusi tertentu (misalnya distribusi normal). PLS merupakan metode alternatif dari *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan hubungan diantara variabel yang kompleks namun ukuran sampel datanya yang kompleks datanya kecil (30 sampai 100), mengingat SEM memiliki ukuran sampel data minimal 100 (Hair et.al., 2010). PLS digunakan untuk mengetahui kompleksitas hubungan suatu konstruk dan konstruk yang lain, serta hubungan suatu konstruk dan indikator-indikatornya.²⁶

PLS didefinisikan oleh dua persamaan, yaitu *inner model* dan *outer model*. *Inner model* menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk dan konstruk yang lain, sedangkan *outer model* menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk dan indikator- indikatornya. Konstruk terbagi menjadi dua yaitu konstruk eksogen dan konstruk endogen. Konstruk endogen merupakan konstruk penyebab, konstruk yang tidak dipengaruhi oleh konstruk lainnya. Konstruk eksogen memberikan efek kepada konstruk lainnya, sedangkan konstruk endogen merupakan konstruk yang

²⁵ Imam Ghozali, Hengky Latan, Partial Least Squares, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart Pls 3.0 untuk penelitian empiris, (Semarang:2015)h.,17-18

²⁶ Ibid, h.32

dijelaskan oleh konstruk eksogen. Konstruk endogen adalah efek dari konstruk eksogen.²⁷ PLS dapat bekerja untuk model hubungan konstruk dan indikator-indikatornya yang bersifat reflektif dan formatif, sedangkan SEM hanya bekerja pada model hubungan yang bersifat reflektif saja.

²⁷ Ibid,h.75

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Kabupaten Bulukumba

Mitologi penamaan "Bulukumba", konon bersumber dari dua kata dalam bahasa Bugis yaitu "Bulu'ku" dan "Mupa" yang dalam bahasa Indonesia berarti "masih gunung milik saya atau tetap gunung milik saya". Mitos ini pertama kali muncul pada abad ke-17 Masehi ketika terjadi perang saudara antara dua kerajaan besar di Sulawesi yaitu Kerajaan Gowa dan Kerajaan Bone. Di pesisir pantai yang bernama "Tana Kongkong", di situlah utusan Raja Gowa dan Raja Bone bertemu, mereka berunding secara damai dan menetapkan batas wilayah pengaruh kerajaan masing-masing.

Bangkeng Buki' (secara harfiah berarti kaki bukit) yang merupakan barisan lereng bukit dari Gunung Lompobattang diklaim oleh pihak Kerajaan Gowa sebagai batas wilayah kekuasaannya mulai dari Kindang sampai ke wilayah bagian timur. Namun pihak Kerajaan Bone berkeras memertahankan Bangkeng Buki' sebagai wilayah kekuasaannya mulai dari barat sampai ke selatan.

Berawal dari peristiwa tersebut kemudian tercetuslah kalimat dalam bahasa Bugis "Bulu'kumupa" yang kemudian pada

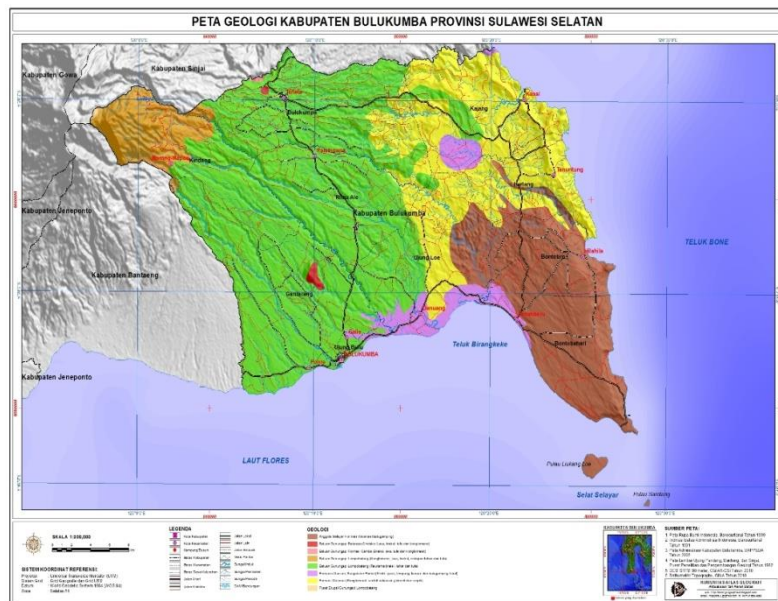
tingkatan dialek tertentu mengalami perubahan proses bunyi menjadi "Bulukumba". Konon sejak itulah nama Bulukumba mulai ada dan hingga saat ini resmi menjadi sebuah kabupaten.

Peresmian Bulukumba menjadi sebuah nama kabupaten dimulai dari terbitnya Undang–Undang Nomor 29 Tahun 1959, tentang Pembentukan Daerah–daerah Tingkat II di Sulawesi yang ditindak lanjuti dengan Peraturan Daerah Kabupaten Bulukumba Nomor 5 Tahun 1978, tentang Lambang Daerah.

Akhirnya setelah dilakukan seminar sehari pada tanggal 28 Maret 1994 dengan narasumber Prof. Dr. H. Ahmad Mattulada (ahli sejarah dan budaya), maka ditetapkanlah hari jadi Kabupaten Bulukumba, yaitu tanggal 4 Februari 1960 melalui Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 1994.

Secara yuridis formal Kabupaten Bulukumba resmi menjadi daerah tingkat II setelah ditetapkan Lambang Daerah Kabupaten Bulukumba oleh DPRD Kabupaten Bulukumba pada tanggal 4 Februari 1960 dan selanjutnya dilakukan pelantikan bupati pertama, yaitu Andi Patarai pada tanggal 12 Februari 1960.

2. Peta dan Kondisi Desa



Gambar 4.1. Peta Kabupaten Bulukumba

a. Letak Geografis

Secara geografis Kabupaten Bulukumba terletak pada koordinat antara 5°20" sampai 5°40" Lintang Selatan dan 119°50" sampai 120°28" Bujur Timur.

Batas-batas wilayahnya adalah:

- Sebelah Utara: Kabupaten Sinjai
- Sebelah Selatan: Laut Flores
- Sebelah Timur: Teluk Bone
- Sebelah Barat: Kabupaten Bantaeng.

b. Administrasi Desa

Awal terbentuknya, Kabupaten Bulukumba hanya terdiri atas tujuh kecamatan (Ujungbulu, Gangking, Bulukumpa, Bontobahari, Bontotiro, Kajang, Herlang), tetapi beberapa kecamatan kemudian dimekarkan dan kini “butta panrita lopi” sudah terdiri atas 10 kecamatan.

Ke-10 kecamatan tersebut adalah:

1. Kecamatan Ujungbulu (Ibukota Kabupaten)
2. Kecamatan Gantarang
3. Kecamatan Kindang
4. Kecamatan Rilau Ale
5. Kecamatan Bulukumpa
6. Kecamatan Ujungloe
7. Kecamatan Bontobahari
8. Kecamatan Bontotiro
9. Kecamatan Kajang
10. Kecamatan Herlang

Dari 10 kecamatan tersebut, tujuh di antaranya merupakan daerah pesisir sebagai sentra pengembangan pariwisata dan

perikanan yaitu Kecamatan Gantarang, Kecamatan Ujungbulu, Kecamatan Ujung Loe, Kecamatan Bontobahari, Kecamatan Bontotiro, Kecamatan Kajang dan Kecamatan Herlang.

Tiga kecamatan lainnya tergolong sentra pengembangan pertanian dan perkebunan, yaitu Kecamatan Kindang, Kecamatan Rilau Ale dan Kecamatan Bulukumpa.

c. Topografi Desa

Daerah dataran rendah dengan ketinggian antara 0 s/d 25 meter di atas permukaan laut meliputi tujuh kecamatan pesisir, yaitu: Kecamatan Gantarang, Kecamatan Ujungbulu, Kecamatan Ujung Loe, Kecamatan Bontobahari, Kecamatan Bontotiro, Kecamatan Kajang dan Kecamatan Herlang.

Daerah bergelombang dengan ketinggian antara 25 s/d 100 meter dari permukaan laut, meliputi bagian dari Kecamatan Gantarang, Kecamatan Kindang, Kecamatan Bontobahari, Kecamatan Bontotiro, Kecamatan Kajang, Kecamatan Herlang, Kecamatan Bulukumpa dan Kecamatan Rilau Ale.

Daerah perbukitan di Kabupaten Bulukumba terbentang mulai dari Barat ke utara dengan ketinggian 100 s/d di atas 500 meter dari permukaan laut meliputi bagian dari Kecamatan Kindang, Kecamatan Bulukumpa dan Kecamatan Rilau Ale.

Wilayah Kabupaten Bulukumba lebih didominasi dengan keadaan topografi dataran rendah sampai bergelombang. Luas dataran rendah sampai bergelombang dan dataran tinggi hampir berimbang, yaitu jika dataran rendah sampai bergelombang mencapai sekitar 50,28% maka dataran tinggi mencapai 49,72%.

3. Sumber Daya Alam Dalam Sektor Pertanian di Kabupaten Bulukumba

Berdasarkan hasil sensus penduduk 2010, Kabupaten Bulukumba memiliki jumlah penduduk sebanyak 394.757 orang yang terdiri atas 186.649 orang laki-laki dan 208.108 orang perempuan. Kabupaten Bulukumba memiliki laju pertumbuhan penduduk pertahun sebesar 0,8% selama kurun waktu 10 tahun terakhir (2000-2010). Persebaran penduduk di Kabupaten Bulukumba masih bertumpu pada Kecamatan Gantarang dan Kecamatan Bulukumpa dimana kedua kecamatan tersebut masing-masing memberi kontribusi sebesar 18% dan 12,86% bagi distribusi penduduk di Kabupaten Bulukumba.

Berdasarkan RPJM 2010-2015 Kabupaten Bulukumba, pemerintah daerah berupaya dalam mengembangkan perekonomian wilayah dan pembangunan melalui pengembangan sektor basis pertanian, pariwisata, dan jasa-jasa. Langkah lainnya

adalah dengan meningkatkan sumber daya manusia, infrastruktur, menciptakan iklim investasi yang kondusif, dan kemudahan penyediaan lahan. Dalam hal ini, pemerintah daerah dan masyarakat setempat mengolah sumber daya yang ada dalam bentuk hubungan kerjasama antara pemerintah daerah dan swasta sehingga akan tercipta lapangan pekerjaan baru yang berguna bagi perkembangan ekonomi wilayah.

Sebanyak 66% penduduk di Kabupaten Bulukumba bekerja disektor pertanian. Berdasarkan data PDRB Kabupaten Bulukumba tahun 2000-2009, sektor pertanian merupakan sektor basis yang paling banyak memberi kontribusi bagi perkembangan perekonomian lokal, yaitu sebesar 52,9%. Adapun sub sektor dari sektor pertanian yang paling banyak dikembangkan di Kabupaten Bulukumba adalah tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, kehutanan, peternakan, perikanan. Namun dari beberapa sub sektor tersebut, yang paling banyak berkontribusi adalah jenis pertanian tanaman pangan, dan jenis tanaman yang menjadi komoditas andalan adalah tanaman padi.

Potensi sumberdaya lahan pertanian di Kabupaten Bulukumba juga cukup besar yakni seluas 22.458 Ha dan tersebar di 10 kecamatan yang ada, namun kecamatan yang paling banyak memiliki lahan persawahan adalah Kecamatan Gantarang, yaitu

sebesar 35,67% dari total luas lahan pertanian yang ada di Kabupaten Bulukumba. Berdasarkan hasil analisis LQ yang berpedoman pada PDRB Kabupaten Bulukumba tahun 2000-2009, sektor pertanian merupakan sektor yang memiliki nilai LQ (*Location Quotient*) tertinggi dan memiliki kecenderungan untuk terus naik dalam kurun waktu 10 tahun dengan tingkat kenaikan mencapai 1,78. Dalam teori LQ, jika nilai $LQ > 1$ maka sektor tersebut merupakan sektor basis di wilayah tersebut dan berpotensi untuk dijadikan sebagai komoditas ekspor. Hal tersebut nampak pada sektor pertanian yang ada di Kabupaten Bulukumba yang menjadi sektor basis dan unggulan serta berorientasi ekspor karena selain telah dapat mencukupi kebutuhan beras lokal, juga dapat dijadikan sebagai komoditas ekspor (baik ke wilayah atau provinsi lain maupun internasional) yang berperan dalam upaya pengembangan ekonomi lokal.

Kabupaten Bulukumba memiliki kontribusi yang cukup besar dalam upaya menjadikan Provinsi Sulawesi Selatan sebagai daerah lumbung padi nasional. Hal ini tampak dari upaya pemerintah Kabupaten Bulukumba yang berusaha keras dalam upaya membangun sistem perkonomian dengan mengandalkan potensi lokal daerah, dan ini tercermin dalam pembangunan Sentra Kawasan Industri (SKI) Bulukumba yang akan di pusatkan di Kelurahan Mariorenmu, Kecamatan Gantarang. Salah satu

pabrik yang kini telah beroperasi adalah Pabrik pengolahan padi atau *Rice Processing Complex* (RPC) yang dibangun pada tahun 2011 lalu ini. Pabrik ini merupakan ikon bagi masyarakat Kabupaten Bulukumba. RPC ini juga telah dilengkapi dengan teknologi pengolahan yang canggih dan berteknologi modern, sehingga beras yang dihasilkan adalah berasi dengan kualitas terbaik dan siap di distribusikan. Dengan keberadaan pabrik tersebut, kualitas produksi beras petani dapat dipertahankan 6-12 bulan. Selain itu, dengan keberadaan pabrik tersebut, hasil produksi beras di Bulukumba juga mengalami peningkatan mencapai 100-350 ton per hari. Hal tersebut pada akhirnya dapat memberi pengaruh bagi stabilitas harga yang dapat terjamin.

Langkah lain yang sedang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bulukumba dalam upaya mendorong pertanian padi sebagai ekonomi lokal yang berpotensi ekspor adalah melalui penciptaan bibit padi varietas unggul agar padi yang dihasilkan dapat memiliki kualitas terbaik di antara beras lainnya. Dalam upaya mengembangkan padi agar dapat dijadikan sebagai beras ekspor, Kementerian Pertanian Indonesia juga telah memberi ijin ekspor beras dengan persyaratan bahwa beras yang dihasilkan adalah jenis beras super dengan menggunakan pupuk organik untuk akhirnya diekspor ke pasar internasional.

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Bulukumba memiliki sektor basis ekonomi di bidang pertanian terutama tanaman padi. Sektor pertanian menjadi sektor basis karena selain telah dapat untuk memenuhi kebutuhan pangan penduduk lokal, komoditi padi dari sektor tersebut juga dapat di ekspor baik ke berbagai wilayah lainnya dalam lingkup nasional, maupun ke pasar internasional. Pengembangan sektor basis tersebut diupayakan pemerintah daerah dengan tetap melihat kondisi sumber daya alam dan manusia lokal yang ada. Adanya sistem kelembagaan yang baik serta dorongan dari pemerintah daerah pusat memberi implikasi bagi semakin berkembangnya pertanian padi di Kabupaten Bulukumba yang kini telah menjadi komoditas ekspor serta dijadikannya daerah tersebut sebagai salah satu lumbung padi nasional.

Usaha yang telah dilakukan oleh pemerintah daerah untuk mendukung upaya tersebut adalah dengan membangun pabrik pengolahan padi (RPC) di Kecamatan Gantarang yang berteknologi canggih yang mampu menghasilkan beras dengan jumlah lebih banyak dengan tetap menggunakan padi lokal serta kualitas terbaik. Keberadaan pabrik tersebut secara langsung juga berdampak bagi penciptaan lapangan usaha baru bagi penduduk setempat. Usaha lainnya yang kini sedang diupayakan adalah dengan menciptakan bibit padi bervariasi unggul sehingga beras

yang dihasilkan berkualitas super dan dapat ekspor ke internasional. Sedangkan upaya dari pemerintah pusat adalah telah diberikannya ijin ekspor dari Kementerian Pertanian Indonesia namun dengan persyaratan beras yang diekspor adalah beras kualitas super dengan pupuk organik.

Sektor pertanian merupakan salah satu potensi unggulan yang memberikan kontribusi paling besar terhadap perekonomian Kabupaten Bulukumba. Hal ini didukung dengan sumberdaya lahan yang luas, iklim yang sesuai dan keanekaragaman genetika sumber daya hayati yang besar. Luas potensi pertanian yang terdiri dari lahan sawah dan bukan sawah Tahun 2014 yakni 104.321 Ha.

1. Potensi Lahan Sawah

Potensi lahan sawah yang diusahakan sampai tahun 2014 seluas 22.458 Ha. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1 berikut

ini :

Tabel 4.1
Luas Lahan Sawah (Ha) Tahun 2010 – 2014

NO	KECAMATAN	DIUSAHAKAN UNTUK PERTANIAN	SEMENTARA TIDAK DIUSAHAKAN	JUMLAH
1	2	3	4	5
1	GANTARANG	8.011	-	8.011
2	UJUNGBULU	337	-	337
3	UJUNG LOE	2.953	-	2.953
4	BONTOBAHARI	63	-	63
5	BONTOTIRO	168	-	168
6	HERLANG	338	-	338
7	KAJANG	2.300	-	2.249
8	BULUKUMPA	3.119	-	3.169
9	RILAU ALE	3.211	-	3.211
10	KINDANG	1.958	-	1.958
BULUKUMBA	2014	22.458	-	22.458
	2013	22.458	-	22.458
	2012	22.458	-	22.458
	2011	22.458	-	22.458
	2010	22.458	-	22.458

Sumber : Dinas Pertanian, Tanaman Pangan, dan Hortikultura Tahun 2014

Dari luas lahan sawah tersebut di atas menurut jenis irigasi atau pengairannya, terdiri dari : lahan sawah Irigasi seluas 20.423 Hektar atau sekitar 90,93 % dari total lahan sawah menurut irigasi, dan jenis lahan sawah tadah hujan sebesar 2.035 Hektar, atau 9,07%. Mayoritas lahan sawah di Kabupaten Bulukumba mampu memproduksi 2 kali dalam setahun. Selanjutnya dapat dilihat pada tabel 2, berikut ini :

Tabel 4.2
Luas Lahan Sawah Menurut Irigasi Tahun 2010 – 2014

NO	KECAMATAN	IRIGASI	TADAH HUJAN	RAWA PASANG SURUT	RAWA LEBAK	JML
1	2	3	4	5	6	7
1.	GANTARANG	8.005,00	6	-	-	8.011,00
2.	UJUNGBULU	310	27	-	-	337
3.	UJUNG LOE	2.771,00	182	-	-	2.953,00
4.	BONTOBAHARI	53	10	-	-	63
5.	BONTOTIRO	25	143	-	-	168
6.	HERLANG	0	338	-	-	338
7.	KAJANG	1.517,00	783	-	-	2.300,00
8.	BULUKUMPA	3.073,00	46	-	-	3.119,00
9.	RILAU ALE	2.814,00	397	-	-	3.211,00
10.	KINDANG	1.855,00	103	-	-	1.958,00
BULUKUMBA	2014	20.423,00	2.035,00	-	-	22.458,00
	2013	20.423,00	2.035,00	-	-	22.458,00
	2012	20.423,00	2.035,00	-	-	22.458,00
	2011	11.208,00	7.281,00	1.800,00	2.169,00	24.523,00
	2010	24.042,00	8.077,00	2.643,00	2.643,00	18.129,00

Sumber : Dinas Pertanian, Tanaman Pangan dan Hortikultura Tahun 2014

Potensi lahan bukan sawah Tahun 2014 di Kabupaten Bulukumba yang terdiri dari Tegal/ Kebun, Ladang/ Huma, Perkebunan, Hutan Rakyat, Padang/ Pengembalaan/ Padang Rumput dan Tambak/ Kolam/ Empang, seluas 81.863 Ha. Selanjutnya dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini :

Tabel 4.3
Luas Lahan Bukan Sawah Tahun 2010 - 2014

NO	KECAMATAN	LAHAN BUKAN SAWAH							TOTAL
		TEGAL/KEBUN	LADANG/HUMA	PERKEBUNAN	HUTAN RAKYAT	PADANG/PENGEMBALAN/PADANG RUMPUT	SEMENTARA TDK DIUSAHAKAN	TAMBAK,KOLAM,EMPANG	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	GANTARANG	3.177	-	4.327	62	12	20	704	8.302
2.	UJUNGBULU	134	-	-	-	-	-	173	307
3.	UJUNG LOE	5.295	-	2.348	535	-	-	1.921	10.099
4.	BONTOBAHARI	3.992	-	1.180	1.200	-	20	577	6.969
5.	BONTOTIRO	3.944	-	2.080	479	10	144	570	7.227

6.	HERLANG	3.608	-	2.214	-	-		256	6.078	
7.	KAJANG	4.877	-	2.008	579	-		2.313	9.777	
8.	BULUKUM PA	853	-	12.107	165	-		545	13.670	
9.	RILAU ALE	3.150	4.271	420	16	-		445	8.302	
10.	KINDANG	1918	7.279	-	-	-		1.935	11.132	
BULUKU MBA	2014	30.948	11.550	26.684	3.036	22		184	9.439	81.863
	2013	30.948	11.550	26.684	3.036	22		184	9.439	81.863
	2012	30.948	33.457	1.942	3.020	-		-	-	76.297
	2011	37.878	33.457	1.942	3.020	-		-	-	76.297
	2011	37.573	31.989	3.585	3.831	-		-	-	76.978

Sumber : Dinas Pertanian, Tanaman Pangan, dan Hortikultura Tahun 2014

2. Potensi Tanaman Pangan

Tanaman pangan yang sangat potensial yakni tanaman padi dan merupakan bahan pangan utama masyarakat, disamping padi, terdapat pula tanaman bahan pangan lainnya seperti Jagung, Ubi Kayu, Ubi Jalar, Kacang Tanah, Kacang Ijo dan Kedelai, yang merupakan tanaman sela atau tanaman antara yang ditanam oleh petani setelah sekali/dua kali panen tanaman padi, khususnya di lokasi lahan persawahan sedangkan pada lokasi lahan non persawahan tanaman tersebut diantaranya merupakan tanaman utama.

a. Padi

Produksi Padi di Kabupaten Bulukumba Tahun 2014 sebesar 263.592,00 Ton dengan rata-rata produksi 61,33 Kw/Ha. Produksi tersebut cenderung meningkat dibandingkan tahun 2013 yang hanya mampu menghasilkan 250.297,73 Ton dengan rata-rata produksi 58,41 Kw/Ha. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4, berikut ini :

Tabel 4.4
Luas Panen dan Produksi Padi Sawah (GKG) Tahun 2010 – 2014

NO	KECAMATAN	LUAS TANAM (Ha)	LUAS PANEN (Ha)	PRODUKSI (Ton)	RATA-RATA PRODUKSI
1	2	3	4	5	6
1	GANTARANG	14.446,00	15.474,00	99.187,32	64,1
2	UJUNGBULU	545	665	4.243,38	63,81
3	UJUNG LOE	5.288,00	5.172,00	31.285,78	60,49
4	BONTOBAHARI	126	118	654,57	55,47
5	BONTOTIRO	253	253	1.150,91	45,49
6	HERLANG	828	633	3.108,18	49,1
7	KAJANG	4.598,00	4.598,00	27.909,30	60,7
8	BULUKUMPA	5.710,00	5.555,00	33.316,20	59,98
9	RILAU ALE	4.897,00	6.627,00	41.062,68	61,96
10	KINDANG	3.798,00	3.885,00	21.674,28	55,79
BULUKUMBA	2014	40.489,00	42.980,00	263.592,00	61,33
	2013	44.423,00	42.853,00	250.297,73	58,41
	2012	42.374,00	43.669,00	242.634,00	55,52
	2011	40.736,00	47.208,00	269.247,00	57,03
	2010	53.441,00	42.946,00	244.020,00	56,82

Sumber : Dinas Pertanian, Tanaman Pangan dan Hortikultura Tahun 2014

b. Jagung

Produksi Jagung tahun 2014 mengalami peningkatan yang pesat dibandingkan tahun 2013 yakni sebesar 33.450,91 ton Peningkatan juga dapat dilihat dari

rata-rata produksi sebesar 1,02 Kw/Ha. Hal ini menunjukkan bahwa produksi jagung tahun 2014 dapat dimaksimalkan dengan upaya insentif dan adanya penambahan lahan dibandingkan dengan tahun 2013. Selanjutnya dapat dilihat pada tabel 5, berikut ini :

Tabel 4.5
Luas Panen dan Produksi Jagung (Pipilan Kering) Tahun 2010 – 2014

NO	KECAMATAN	LUAS LAHAN (Ha)	LUAS PANEN (Ha)	PRODUKSI (Ton)	RATA-RATA PRODUKSI (Kw/Ha)
1	2	3	4	5	6
1	Gantarang	577	764	2.966,15	38,82
2	Ujungbulu	22	22	89,96	40,89
3	Ujung loe	1.950	3.641	13.656,24	37,51
4	Bontobahari	6.401	4.891	16.945,43	34,65
5	Bontotiro	4.280	4.637	20.831,85	44,93
6	Herlang	5.327	5.522	33.071,26	59,89
7	Kajang	8.075	9.061	33.832,31	37,34
8	Bulukumpa	55	393	1.697,38	43,19
9	Rilau Ale	46	38	227,58	59,89
10	Kindang	394	718	2.387,23	33,25
Bulukumba	2014	27,127	29,687	125,705,4	42,34
	2013	26.826	22.328	92.254,49	41,32
	2012	30.274	27.555	109,605	39,78
	2011	36.293	29.587	113,75	38,45
	2010	31.447	27.769	127,026	45,74

Sumber : Dinas Pertanian, Tanaman Pangan dan Hortikultura Tahun 2014

A. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis yang diperoleh dari Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Kalimporo Kabupaten Bulukumba) dan diolah dengan menggunakan model SmartPLS 2.0.

a. Deskripsi Hasil Penelitian

1). Etika Bisnis Islam (ξ)

Tabel 1.1 Etika Bisnis Islam

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	X ₁ (Sistem)	27	43	–	–	–
2	X ₂ (Kejujuran)	35	34	1	–	–
3	X ₃ (Agama)	43	27	–	–	–
4	X ₄ (Akhlak)	42	28	–	–	–
5	X ₅ (Pendidikan)	31	38	–	–	–

Kesimpulan: 5t

X₁= untuk Indikator (Sistem) yang memiliki kategori sangat setuju sebanyak 27. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Etika Bisnis Islam.

X₂= untuk Indikator (Kejujuran) yang memiliki kategori sangat setuju sebanyak 35. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Etika Bisnis Islam.

X₃= untuk Indikator (Agama) yang memiliki kategori sangat setuju sebanyak 43. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Etika Bisnis Islam..

X_4 = untuk Indikator (Akhlak) yang memiliki kategori setuju sebanyak 42. Indikator ini mampu mempengaruhi variabel Etika Bisnis Islam.

X_5 = untuk Indikator (Pendidikan) yang memiliki kategori setuju sebanyak 31. Indikator ini mampu mempengaruhi variabel Etika Bisnis Islam.

2. Transaksi Jual Beli (n)

Tabel 1.2 Transaksi Jual Beli

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	X_5 (Harga)	30	40	1	–	–
2	X_6 (Pendapatan)	41	29	–	–	–
3	X_7 (Keuntungan)	38	32	–	–	–
4	X_8 (Takaran)	31	39	–	–	–

Kesimpulan:

X_5 = untuk Indikator (Harga) yang memiliki kategori setuju sebanyak 30. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Transaksi Jual Beli.

X_6 = untuk Indikator (Pendapatan) yang memiliki kategori setuju sebanyak 41. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Transaksi Jual Beli.

X_7 = untuk Indikator (Keuntungan) yang memiliki kategori setuju sebanyak 38. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Transaksi Jual Beli.

X_8 = untuk Indikator (Takaran) yang memiliki kategori setuju sebanyak 31. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Transaksi Jual Beli.

3. Pasar Tradisional

Tabel 1.3 Pasar Tradisional

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	X_1 (Tempat)	34	36	–	–	–
2	X_2 (Pemasaran)	36	35	1	–	–
3	X_3 (Kebersihan)	38	32	–	–	–
4	X_4 (Pelayanan)	33	37	–	–	–
5	X_5 (Tata Ruang)	32	38	–	–	–

Kesimpulan:

Y_1 = untuk Indikator (Tempat) yang memiliki kategori sangat setuju sebanyak 34. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Pasar Tradisional.

Y_2 = untuk Indikator (Pemasaran) yang memiliki kategori setuju sebanyak 36. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Pasar Tradisional.

Y_3 = untuk Indikator (Kebersihan) yang memiliki kategori setuju sebanyak 38. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Pasar Tradisional.

Y_4 = untuk Indikator (Pelayanan) yang memiliki kategori setuju sebanyak 33. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Pasar Tradisional.

Y_5 = untuk Indikator (Tata Ruang) yang memiliki kategori setuju sebanyak 32. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Pasar Tradisional.

b. Uji Validasi Dan Reliability

Diperoleh nilai validasi dan reliability digunakan *composite reliability* dengan nilai diatas 0,70 ($>0,70$) Etika Bisnis Islam $0,763 < 0,70$ jadi data tersebut tidak reliability. Untuk nilai validasi digunakan *Cronback Alpha* dengan nilai (0,05) digunakan $0,581 > 0,05$ sangat valid. Transaksi Jual Beli $0,819 < 0,70$ jadi data tersebut tidak reliability. Untuk nilai validasi digunakan *Cronback Alpha* dengan nilai (0,05) digunakan $0,712 > 0,05$ sangat valid. Pasar Tradisional nilai $0,714 < 0,70$ jadi data tersebut tidak reliability. Untuk nilai validasi digunakan *Cronback Alpha* dengan (0,05) digunakan $0,473 > 0,05$ sangat valid.

1). Model Specification Sebagai Berikut :

- Measurement Model Specification

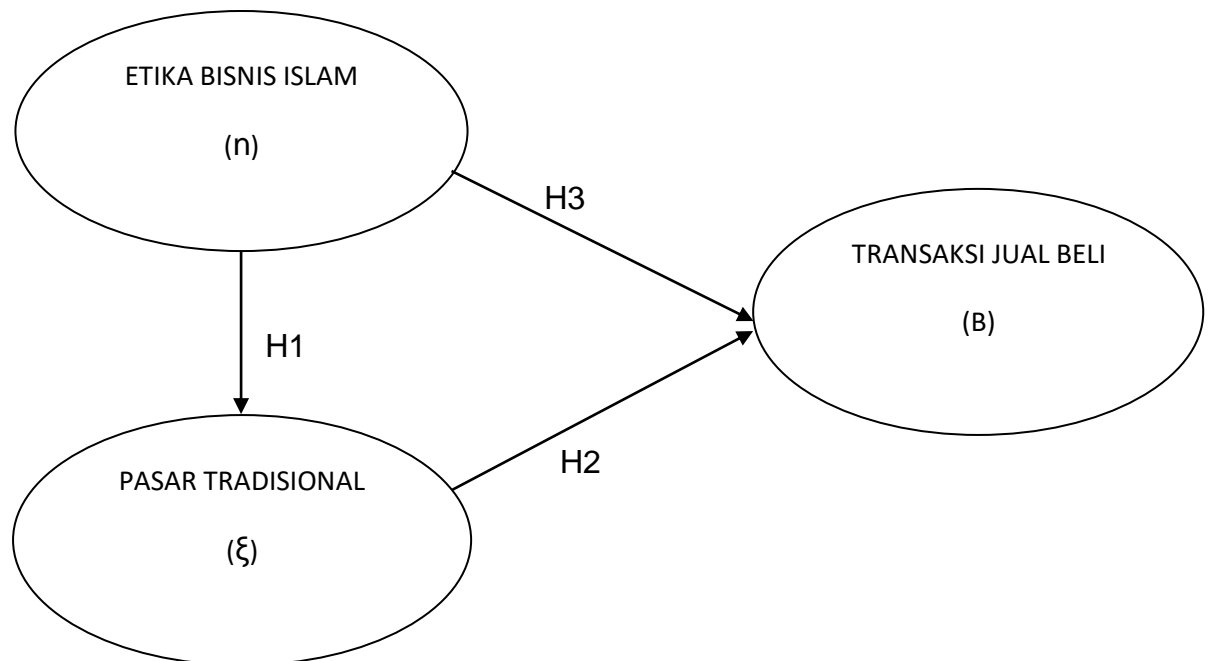
- Manifest Variabel Scores (Original)
- Structural Model Specification

Measurement Model Specification adalah pengukuran :

1. Mean (rata^2) hasil indification yang terdiri dari X_1 sampai dengan X_5 untuk Variabel Kebijakan, X_6 sampai dengan X_9 untuk Variabel Kebijakan adalah terlihat dari olah data menunjukkan pada variabel Etika Bisnis Islam adalah $X_1 \text{ rata}^2 > 4$, $X_2 \text{ rata}^2 > 5$, $X_3 \text{ rata}^2 > 5$, $X_4 \text{ rata}^2 > 5$, $X_5 \text{ rata}^2 > 4$. Pada variabel Transaksi Jual Beli adalah $X_6 \text{ rata}^2 > 5$, $X_7 \text{ rata}^2 > 5$, $X_8 \text{ rata}^2 > 5$, $X_9 \text{ rata}^2 > 4$. Sedangkan pada variabel Pasar Tradisional adalah $Y_1 \text{ rata}^2 > 4$, $Y_2 \text{ rata}^2 > 5$, $Y_3 \text{ rata}^2 > 5$, $Y_4 \text{ rata}^2 > 4$, $Y_5 \text{ rata}^2 > 4$.
2. Score Manifest dari variabel masing-masing
 - Variabel Etika Bisnis Islam (ξ)
 - Variabel Transaksi Jual Beli (η)
 - Variabel Pasar Tradisional (β)

Manifest di variabel etika bisnis islam telah diukur dari (X_1 sampai dengan X_5) dan variabel transaksi jual beli telah diukur dari (X_6 sampai dengan X_9) dan variabel pasar tradisional telah diukur dari (Y_1 sampai dengan Y_5).

3. Model Specification adalah sebagai berikut :



Ini adalah struktur (path model) model jalur dengan pengertian bahwa Variabel (ξ) berpengaruh terhadap Variabel (n) sedangkan Variabel (n) berpengaruh terhadap Variabel (B).

Partial Lear Square, untuk diketahui

Kriteria quality, Dapat dilihat dari :

- ✓ Overview
- ✓ Redudancy
- ✓ Cronbachs Alpha
- ✓ Latent Variable Correlations
- ✓ R Square

- ✓ AVE
- ✓ Communality
- ✓ Total Effects
- ✓ Composite Reliability

Struktur Model Specification

Hasil olah data diperoleh sebagai berikut :

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
ETIKA BISNIS ISLAM	0,266681	0,581277		0,272639	0,266681	
PASAR TRADISIONAL	0,310552	0,649435	0,233954	0,457764	0,310552	0,059389
TRANSAKSI JUAL BELI	0,326313	0,628989	0,359623	0,306635	0,326313	0,077215

1. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran adalah evaluasi hubungan antara konstruk dengan indikatornya. Evaluasi ini meliputi dua tahap, yaitu evaluasi terhadap *convergent validity* dan *discriminant validity*. Convergent validity dapat dievaluasi dalam tiga tahap, yaitu indikator validitas, reliabilitas konstruk, dan nilai average variance extracted (AVE). Indikator validitas dapat dilihat dari nilai factor loading. Bila nilai factor loading suatu indikator lebih dari 0,5 dan

nilai t statistic lebih dari 2,0 maka dapat dikatakan valid. Sebaliknya, bila nilai loading factor kurang dari 0,5 dan memiliki nilai t statistik kurang dari 2,0 maka dikeluarkan dari model.

Semua loading factor memiliki nilai t statistic lebih dari 2,0 sehingga jelas memiliki validitas yang signifikan. Nilai t statistic untuk loading variabel pendayagunaan potensi zakat X_1 s/d X_5 dan untuk variabel unit pengumpul zakat X_6 s/d X_9 , berikut variabel efektivitas pengumpulan zakat Y_1 s/d Y_5 adalah valid.

Syarat jika factor loading $> 0,5$ dan nilai $+ \text{stal} < 2,0$ maka dikeluarkan dari model. Dan untuk model penelitian tersebut yang dimana :

1. Variabel Etika Bisnis Islam (ξ) yang dimana

$$X_1(3,262) > 0,5$$

$$X_2(0,455) > 0,5$$

$$X_3(2,021) > 0,5$$

$$X_4(0,373) > 0,5$$

$$X_5(2,088) > 0,5$$

Artinya nilai factor loading $> 0,5$. Ini menunjukkan bahwa data ini benar-benar valid.

2. Variabel Transaksi Jual Beli (n) yang dimana

$$X_6(0,506) > 0,5$$

$$X_7(3,460) > 0,5$$

$$X_8(0,638) > 0,5$$

$$X_9(1,718) > 0,5$$

Artinya nilai factor loading $> 0,5$. Ini menunjukkan bahwa data ini benar-benar valid.

3. Variabel Pasar Tradisional(B) dimana

$$Y_1(1,190) > 0,5$$

$$Y_2(2,311) > 0,5$$

$$Y_3(0,474) > 0,5$$

$$Y_4(2,702) > 0,5$$

$$Y_5(3,011) > 0,5$$

Olah data tersebut menunjukkan factor loading $> 0,5$ yang diartikan data sangat akurat (valid).

Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
X1 <- ETIKA BISNIS ISLAM	0,734129	0,659858	0,224987	0,224987	3,26299
X10 <- PASAR TRADISIONAL	0,730878	0,607398	0,242663	0,242663	3,011904
X2 <- ETIKA BISNIS ISLAM	0,146183	0,03102	0,320884	0,320884	0,455565
X3 <- ETIKA BISNIS ISLAM	0,60175	0,552812	0,297668	0,297668	2,021546
X4 <- ETIKA BISNIS ISLAM	0,150996	0,056384	0,404762	0,404762	0,373049
X5 <- ETIKA BISNIS ISLAM	0,623047	0,45914	0,298389	0,298389	2,088036
X6 <- PASAR TRADISIONAL	0,246337	0,138269	0,486256	0,486256	0,5066
X7 <- PASAR TRADISIONAL	0,793272	0,679444	0,22923	0,22923	3,4606
X8 <- PASAR TRADISIONAL	0,232695	0,190361	0,364541	0,364541	0,638321
X9 <- PASAR TRADISIONAL	0,523898	0,455279	0,30488	0,30488	1,718374
Y1 <- TRANSAKSI JUAL BELI	0,478701	0,317859	0,402199	0,402199	1,190211
Y2 <- TRANSAKSI JUAL BELI	0,781838	0,62705	0,338254	0,338254	2,311396
Y3 <- TRANSAKSI JUAL BELI	0,237959	0,151376	0,501055	0,501055	0,474916
Y4 <- TRANSAKSI JUAL BELI	0,638907	0,581455	0,236419	0,236419	2,702429

memiliki validasi yang signifikan. Nilai t statistik untuk loading faktor indikator adalah 3,26299 ($>2,0$).

Pemeriksaan selanjutnya dari convergent validity adalah reliabilitas konstruk dengan melihat *output composite reliability* atau *cronbach's alpha*. Kriteria dikatakan *reliable* adalah nilai composite reliability atau cronbach's alpha lebih dari 0,70. Dari output berikut menunjukkan konstruk NORM memiliki nilai cronbach's alpha 0,581019 kurang dari 0,70. Tetapi, bila dilihat dari nilai composite reliability, nilainya 0,763113 ($>0,70$), sehingga tetap dikatakan *reliable*. Konstruk lainnya memiliki nilai composite reliability dan cronbach's alpha diatas 0,70. Pemeriksaan terakhir dari convergent validity yang baik adalah apabila nilai AVE lebih dari 0,50. Berdasarkan tabel berikut, semua nilai AVE Konstruk Attitude, Enjoyment, Intention, Norm, dan Trust memiliki nilai AVE diatas 0,50.

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbach's Alpha	Communality	Redundancy
ETIKA BISNIS ISLAM	0,26668 1	0,581277		0,272639	0,266681	
PASAR TRADISIONAL	0,31055 2	0,649435	0,23395 4	0,457764	0,310552	0,059389
TRANSAKSI JUAL BELI	0,32631 3	0,628989	0,35962 3	0,306635	0,326313	0,077215

Evaluasi discriminant validity dilakukan dalam dua tahap, yaitu melihat nilai *cross loading* dan membandingkan antara nilai kuadrat korelasi antara konstruk dengan nilai AVE atau korelasi antara konstruk dengan akar AVE. Kriteria dalam cross loading adalah bahwa setiap indikator yang mengukur konstraknya haruslah berkorelasi lebih tinggi dengan konstraknya dibandingkan dengan konstruk lainnya.

Hasil output cross loading adalah sebagai berikut :

	ETIKA BISNIS ISLAM	PASAR TRADISIONAL	TRANSAKSI JUAL BELI
X1	0,734129	0,316662	0,486276
X10	0,186514	0,730878	0,221263
X2	0,146183	0,110355	0,081148
X3	0,60175	0,240093	0,245117
X4	0,150996	0,042142	0,092755
X5	0,623047	0,386376	0,236722
X6	0,112442	0,246337	0,171354
X7	0,479909	0,793272	0,449673
X8	0,072653	0,232695	0,109287
X9	0,230696	0,523898	0,290351
Y1	0,168511	0,218822	0,478701

Y2	0,501692	0,359878	0,781838
Y3	0,077751	0,263962	0,237959
Y4	0,273481	0,32319	0,638907

Korelasi X_1, X_2, X_3 dan X_4 konstruk attitude adalah $0,734129 > 0,7$ dan $0,186514, 0,146183$. Nilai korelasi indikator tersebut lebih rendah dengan konstruk attitude dibandingkan dengan konstruk lainnya. Sama halnya dengan indikator $X_4, X_5, X_6,$ dan X_8 yang berkorelasi lebih rendah dengan konstruk Enjoyment.

Berdasarkan tabel cross loading di atas, setiap indikator berkorelasi lebih tinggi dengan konstraknya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lainnya, Sehingga dikatakan memiliki discriminant validity yang baik. Pemeriksaan selanjutnya adalah membandingkan antara korelasi dengan konstruk akar AVE konstruk. Hasilnya adalah sebagai berikut :

Latent Variabel Correlations

	ETIKA BISNIS ISLAM	PASAR TRADISIONAL	TRANSAKSI JUAL BELI
ETIKA BISNIS ISLAM	1		
PASAR TRADISIONAL	0,483687	1	
TRANSAKSI JUAL BELI	0,520534	0,512397	1

1. Evaluasi Model Struktural

Setelah pemeriksaan model pengukuran terpenuhi, maka selanjutnya adalah pemeriksaan terhadap model struktural. Pemeriksaan ini meliputi signifikan hubungan jalur dan nilai RSquare.

Path coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
ETIKA BISNIS ISLAM -> PASAR TRADISIONAL	0,483687	0,526379	0,088126	0,088126	5,488579
ETIKA BISNIS ISLAM -> TRANSAKSI JUAL BELI	0,355977	0,350461	0,177501	0,177501	2,005494
PASAR TRADISIONAL -> TRANSAKSI JUAL BELI	0,340215	0,383812	0,15903	0,15903	2,139317

Berdasarkan tabel Path Coefficient di atas, Hubungan jalur yang signifikan adalah Attitude terhadap Intention (Hipotesis 1), Enjoyment terhadap Attitude (Hipotesis 2), dan Trust terhadap Attitude (Hipotesis 3), karena memiliki nilai t statistic lebih besar dari 2,0.

Nilai akhir RSquare adalah sebagai berikut :

	R Square
ETIKA BISNIS ISLAM	
PASAR TRADISIONAL	0,233954
TRANSAKSI JUAL BELI	0,359623

Nilai RSquarekonstrak attitude adalah 0,233954. Artinya, konstrak Trust dan Enjoyment secara simultan mampu menjelaskan *variability* konstrak Attitude sebesar 37%.

Nilai RSquare konstrak Intention adalah 0,359623. Artinya, konstrak Trust, Enjoyment, Norm, dan attitude secara simultan mampu menjelaskan *variability* konstrak Intention sebesar 4%.

4. Jawaban Hasil Penelitian

a. Hipotesis1: Variabel Etika Bisnis Islam Berpengaruh Terhadap Transaksi Jual Beli

Hasil pengujian *outer* model yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Etika bisnis Islam memiliki pengaruh antara variabel Transaksi jual beli sebesar 5,488. Sedangkan berdasarkan tabel distribusi *t* menunjukkan bahwa $t_{hitung}=5,488$ lebih besar dari $t_{tabel}= 1,64$ dengan taraf signifikan 0,05 yang menunjukkan bahwa pada hipotesis 1 diterima

karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli.

b. Hipotesis 2: Variabel Etika Bisnis Islam Berpengaruh Terhadap Variabel Pasar Tradisional.

Hasil pengujian *outer* model yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hubungan antara *variable* transaksi jual beli berpengaruh terhadap variabel pasar tradisional sebesar 2,005. Sedangkan berdasarkan tabel distribusi *t* menunjukkan bahwa $t_{hitung}=2,005$ lebih besar dari $t_{tabel}= 1,64$ dengan taraf signifikan 0,05 yang menunjukkan bahwa pada hipotesis 2 diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Etika bisnis Islam berpengaruh terhadap variabel pasar tradisional

c. Hipotesis 3: Variabel Transaksi Jual Beli Berpengaruh Terhadap Variabel Pasar Tradisional

Hasil pengujian *outer* model yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel transaksi jual beli berpengaruh terhadap variabel pasar tradisional sebesar 2,14. Sedangkan berdasarkan tabel distribusi *t* menunjukkan bahwa $t_{hitung}= 2,14$ lebih besar dari $t_{tabel}= 1,64$ dengan taraf signifikan 0,05 yang menunjukkan bahwa pada hipotesis 3 ditolak karena terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara transaksi jual beli berpengaruh terhadap variabel pasar tradisional

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Variabel etika bisnis Islam berpengaruh terhadap variabel transaksi jual beli. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel etika bisnis Islam dapat memengaruhi variabel transaksi jual beli yang signifikan.
2. Variabel transaksi jual beli berpengaruh terhadap variabel pasar tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel transaksi jual beli dapat memengaruhi variabel pasar tradisional yang signifikan.
3. Variabel transaksi jual beli berpengaruh terhadap variabel pasar tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel transaksi jual beli dapat memengaruhi variabel pasar tradisional yang signifikan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka disarankan

1. Melalui penelitian ini, paradigma berfikir kita mampu mempelajari dan mengetahui bagaimana berdagang dalam pandangan Islam
2. Belajar dan mengetahui tentang ilmu berdagang bukan hanya diperuntukkan untuk bidang ekonomi, tapi semua kaum terpelajar harus mampu dan mengetahui pentingnya mengetahui jual beli yang baik dan benar

3. Melalui karya ilmiah ini, wawasan tentang Etika Bisnis Islam yang baik dan benar, sedikit banyak membuka cakrawala berfikir kita, bagaimana mengembangkan atau menumbuhkan ekonomi umat yang maju dan bagaimana interaksi dalam proses jual beli dalam pandangan islam
4. Dalam mengembangkan ilmu ekonomi harus sejalan dengan syariat, mulai dari cara transaksi jual beli dan mengetahui nilai-nilai agar mampu mensejahterkan umat.
5. Untuk peneliti lanjutan menjadi bahan referensi atau acuan dalam melakukan penelitian mengenai Transaksi jual beli terhadap agen serta nilai Etika Bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, *Ekonomi islam*,tth Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- A.riawan Amin. 2010.*Menggagas Manajemen Syariah,Teori dan Praktek The CELESTIAL Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Assauri, Sofyan. 2004. *Manajemen Pemasaran ; Dasar. Konsep dan Strategi* .Grafindo Persada. Jakarta.
- Aziz, Abdul. 2013.*Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung : Alfabeta.
- Buchari, Alma. 1997.*Dasar-Dasar Bisnis dan Pemasaran*.Bandung: Alfabeta.
- Bayu Krisna Murti. 2003. *Fakta dan Kebijakan Perberasan, Makalah diskusi pada milis WTO Forum*
- Budiono. 1992.*Teori pertumbuhan ekonomi*. BPFE UGM; Yogyakarta.
- Chrisanti, Hasibuan dan Rizal Hutauruk.1982. *Marketing Management Analysis Planning Implementation and control*.Jakarta:Erlangga.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2001. "Kamus Besar Bahasa Indonesia". Jakarta: Balai Pustaka.
- Iqbal, Hasan.2002. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*.Jakarta:PT. Bumi Aksara.
- Imam Ghozali,dan Hengky Latan. 2015.*Partial Least Squares, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart Pls 3.0 untuk penelitian empiris*.Semarang:2015)
- Kasmisnawati, Rahmawati 2015 "*Sistem Perdagangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Pusat Niaga Desa Belawa Baru Kec. Malangke,*" :Jurnal Muamalah Vol V No.2 ,iain Palopo:Desember 2015 (10 November 2017).
- Mardani. 2011.*Ayat-Ayat Dan Hadist Ekonomi Syariah*. Jakarta:rajawali.
- M. Abdul, Mannan. 1995.*Teori dan Praktek Ekonomi Islam*.Jakarta:Dana Bhakti Wakaf.
- M. Quraish, Shihab. 2002.*Tafsir al-Mishbah*. Jakarta:Lentera Hati.
- Marius P. Angipora.1982. *Kamus Ekonomi*.Bandung:Alumni.

Muhammad. 2008. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Nur, Ahmad Fadhil dan Azhari Akmal. 2001. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Hljri pustaka Utama.

Peraturan presiden RI.122. "penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern". 2007

Imam Ghozali, dan Hengky Latan. 2015. *Partial Least Squares, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: 2015)

Rihcard A. 1992. *Bilas, Ekonomi Mikro*. Jakarta: Rineka Cipta.

———, <http://www.lahiya.com>, Diakses 11 November 2017

———, www.altundo.com, Diakses tanggal 11 bulan November 2017

———, www.lankarani.com, Diakses 11 November 2017

———, <https://brainly.co.id/tugas/944177> Diakses 28 november 2017



RIWAYAT HIDUP

Ayu Andira Jumrani, Makassar, 17 Desember 1996, putri ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Juma' dan Rampe.

Adapun riwayat pendidikan penulis :

1. SD : SD 252 Sapiri Kajang, Tahun Lulus 2008
2. SMP : SMPN 2 Kajang Tahun Lulus 2011
3. SMA : Man 2 Tenete Bulukumba, Tahun lulus 2014

Atas ridho Allah SWT dan do'a restu kedua orangtua sehingga pada tahun 2014 penulis lulus dan terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

Tabelof Contents (Complete)

