

## **Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas terhadap Perilaku Pedagang Pakaian: Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah di Desa Kotabaru Keritang, Indragiri Hilir**

**Arya Arwanda<sup>1</sup>, Murah Syahril<sup>2</sup>, Saharudin<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Email: [aryaarwanda85@gmail.com](mailto:aryaarwanda85@gmail.com), [syahrialsyahdan@gmail.com](mailto:syahrialsyahdan@gmail.com),  
[Saharudin0701@gmail.com](mailto:Saharudin0701@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir dalam perspektif ekonomi syariah. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan total sampling sebanyak 34 pedagang dan pengumpulan data melalui kuesioner, dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari pengetahuan etika bisnis Islam (X1) dan religiusitas (X2) terhadap perilaku pedagang (Y). Uji F menunjukkan  $F_{hitung}=43,691 > F_{tabel}=2,92$  dengan tingkat signifikan  $p < 0,05$ . Secara parsial,  $t_{hitung}$  untuk X1 adalah 6,323 dan untuk X2 adalah 3,380, keduanya lebih besar dari  $t_{tabel}=2,039$ . Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 72,1% menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 memberikan kontribusi besar terhadap Y. Dari perspektif ekonomi syariah, pedagang di desa ini telah menjalankan prinsip jujur dan amanah, mencerminkan kesesuaian dengan nilai-nilai etika bisnis Islam dan religiusitas.

**Kata Kunci:** *Pengaruh Etika Bisnis Islam, Religiusitas, Perilaku Pedagang Pakaian.*

### **Abstract**

*This research aims to analyze the influence of knowledge of Islamic business ethics and religiosity on the behavior of clothing traders in Kotabaru Keritang Indragiri Hilir Village from a sharia economic perspective. The research used quantitative methods with a total sampling of 34 traders and data collection via questionnaires, analyzed using multiple linear regression with SPSS. The research results show a positive and significant influence of knowledge of Islamic business ethics (X1) and religiosity (X2) on trader behavior (Y). The F test shows  $F_{count}=43.691 > F_{table}=2.92$  with a significant level of  $p < 0.05$ . Partially,  $t_{count}$  for X1 is 6.323 and for X2 is 3.380, both larger than  $t_{table}=2.039$ . The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 72.1%, indicating that variables X1 and X2 provide a large contribution to Y. From a sharia economic perspective, traders in the village have practiced the principles of honesty and trustworthiness, reflecting the suitability with Islamic business ethics and religiosity values.*

**Arya Arwanda, Murah Syahrial, Saharudin**

Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas terhadap Perilaku Pedagang Pakaian: Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah di Desa Kotabaru Keritang, Indragiri Hilir

3.380, both of which are greater than  $t_{table=2.039}$   $t_{table} = 2.039$ . The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 72.1% indicates that variables  $X_1$  and religiosity.

**Keywords:** *Influence of Islamic Business Ethics, Religiosity, Clothing Trader Behavior.*

## **Pendahuluan**

Bisnis merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia yang melekat pada aktivitas sehari-hari, mulai dari bangun tidur hingga kembali tidur. Menurut Ika Yunia Fauzia Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat (Fauzia, 2018). Setiap individu memiliki bisnis atau aktivitas ekonomi yang berbeda-beda, yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik secara pribadi, keluarga, maupun kelompok. Dalam Islam, aktivitas bisnis dikenal dengan istilah *tijarah*, yang memiliki dua makna utama: perniagaan antara manusia dengan Allah, seperti beribadah, membaca kitab suci, dan berjuang di jalan-Nya; serta perniagaan antar manusia dalam bentuk perdagangan dan jual beli (Fauzia, 2018).

Prinsip-prinsip bisnis dalam Islam didasarkan pada kejujuran, keadilan, dan keridhaan kedua belah pihak, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an pada surah An-Nisa' ayat 29. Etika bisnis islam menurut Abdul Aziz adalah tentang dimana seseorang baik individu maupun kelompok melakukan usaha atau bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan prinsip nilai-nilai ajaran Islam (Abdul Aziz, 2019). sehingga seluruh aktivitas seorang pedagang muslim harus berlandaskan pada etika bisnis islam, Etika bisnis tidak hanya di pandang dari segi aspek etoka secara parsial, tetapi juga di pandang dengan secara keseluruhan yang mempunyai kaidahkaidah umum dalam agama islam (Abdul Aziz, 2019).

Pada praktiknya, etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam sering kali diabaikan. Di Desa Kotabaru Keritang, Indragiri Hilir, terdapat 35 pedagang pakaian dengan berbagai jenis usaha, seperti pedagang pakaian laki-laki, pakaian perempuan, alat sholat, alat sekolah, dan pakaian anak-anak. Tingginya jumlah pedagang menciptakan persaingan yang ketat, yang tidak jarang memicu perilaku menyimpang, seperti kecurangan dalam harga, penipuan kualitas barang, dan

pelanggaran terhadap aturan pemerintah. Perilaku seperti ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga bertentangan dengan prinsip etika bisnis Islam.

Islam sebagai agama yang komprehensif menempatkan etika sebagai landasan utama dalam setiap aktivitas, termasuk bisnis. Etika bisnis Islam menekankan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Pedagang muslim sejati tidak hanya mencari keuntungan semata, tetapi juga menjadikan aktivitas bisnis sebagai sarana mendekatkan diri kepada Allah (*taqarrub ilallah*). Keuntungan yang diperoleh bukan tujuan akhir, melainkan sarana untuk melaksanakan kewajiban agama dan membantu sesama.

Selain etika, faktor religiusitas juga berperan penting dalam membentuk perilaku pedagang. Religiusitas mencakup sejauh mana seseorang memahami, mengamalkan, dan menghayati ajaran agama dalam kehidupannya. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk mempraktikkan etika bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Sebaliknya, rendahnya tingkat religiusitas sering kali menjadi penyebab munculnya perilaku tidak etis dalam bisnis.

Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih mendalam, mengingat pentingnya pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas dalam membentuk perilaku pedagang yang jujur dan adil. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang, Indragiri Hilir, dalam perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan konsep bisnis berbasis syariah yang lebih baik, khususnya di kalangan pedagang kecil.

## **Kajian Literatur**

### **1. Pengertian Prilaku Pedagang**

Perilaku manusia menurut Soekodjo Notoatmodjo adalah suatu aktivitas dari manusia itu sendiri. Perilaku pedagang adalah segala aktivitas yang dilakukan oleh pedagang dalam kegiatan perdagangan. Pada hakekatnya perilaku mencerminkan akhlak (etika) seseorang. Atau dengan kata lain, perilaku berelasi dengan etika. Prilaku taat pada etika, cenderung akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakannya. Tanpa kecuali dalam aktivitas bisnis (perdagangan) (Notoatmodjo, 1993). Perilaku adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme yang bersangkutan (Notoatmodjo, 1993).

### **2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Prilaku**

Menurut Rafiq Issa Beekun yang dikutip oleh Faisal Badroen dkk dalam buku Etika Bisnis dalam Islam bahwa perilaku etika individu dapat dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu interpretasi terhadap hukum, faktor lingkungan, dan faktor individu dan situasi (Badroen dkk., 2015).

### **3. Perilaku Pedagang dalam Islam**

Dalam dunia bisnis, agar diperolehnya suatu ketentraman dalam melakukan suatu perdagangan, diperlukannya suatu perdagangan yang bermoral. Rasulullah saw. secara jelas telah banyak memberikan contoh tentang perdagangan yang bermoral, yaitu suatu perdagangan yang jujur dan adil serta tidak merugikan kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Rasulullah telah memerintahkan untuk lebih mengutamakan kejujuran dan memegang teguh kepercayaan yang diberikan orang lain. Selain itu, dalam melakukan setiap transaksi perdagangan juga dituntut untuk berperilaku sopan dan bertingkah laku baik (Badroen dkk., 2015).

### **4. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam**

Untuk membangun bisnis yang sehat maka hal yang paling di mulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma prilaku sebelum aturan (hukum) prilaku dibuat dan dilaksanakan, atau aturan norma etika tersebut

diwujudkan dalam bentuk aturan hukum. Sebagai control terhadap individu dalam bisnisnya itu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayataan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa deskriminasi. Etika bisnis membawa perilaku bisnis untuk masuk dalam bisnis internasional, karenanya harus: 1) Pengelolaan bisnis secara professional 2) Berdasarkan keahlian dan keterampilan khusus 3) Mempunyai komitmen moral yang tinggi 4) Menjalankan usahanya berdasarkan profesi/keahlian.

Karna dari itu bisnis secara umum menurut suarny Amran, harus berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut: 1) Prinsip otonomi: yaitu kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keselarasan tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas keputusan yang di ambil. 2) Prinsip kejujuran: dalam hal ini kejujuran adalah merupakan kunci keberhasilan sebuah bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan control terhadap konsumen, dalam hubungan kerja, dan sebagainya. 3) Prinsip keadilan setiap orang dalam berbisnis disesuaikan dengan haknya masing-masing dan tidak ada yang boleh di rugikan. 4) Prinsip saling menguntungkan, juga bisnis yang kompetitif 5) Prinsip integritas moral, ini merupakan dasar dalam bisnis harus jaga nama baik perusahaan tetap dipercaya dan merupakan Perusahaan terbaik Demikian pula dalam islam, etika bisnis islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang melandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits sehingga dapat diukur dengan aspek dasarnya yang meliputi: 1) Ketakwaan seseorang 2) Mendapatkan derajat para nabi 3) Bebisnis merupakan sarana ibadah kepada Allah 29 Dari empat prinsip etika dasar bisnis islam, ada enam Langkah awal dalam memulai etika bisnis islam, yaitu: 1) Niat Ikhlas mengharap Ridha Allah Swt 2) Professional 3) Jujur dan Amanah 4) Mengedepankan etika sebagai seorang

muslim 5) Tidak melanggar prinsip syariah 6) Ukhuwah Islamiyah (Abdul Aziz, 2019).

## **5. Hubungan Pengetahuan Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Pedagang**

Menurut Rafiq Issa Beekun, pengetahuan etika bisnis Islam yang merupakan faktor interpretasi terhadap hukum yang berpengaruh terhadap pembentukan perilaku. Jika seseorang benar dalam menginterpretasi sumber hukum Islam dengan benar maka pengetahuannya terkait etika bisnis Islam akan mempengaruhi perilakunya dalam berdagang.

## **6. Pengertian Religiusitas**

Religiusitas merupakan kata kerja dari religion (agama). Agama dianggap sebagai kata yang berasal dari kata sansekerta yang artinya “tidak kacau”. Hal ini mengandung pengertian bahwa agama adalah suatu peraturan yang mengatur kehidupan manusia agar tidak kacau. Karna itu agama mengandung arti ikatan yang harus dipegang dan dipatuhi manusia. Ahli psikologi agama yaitu glock dan strak sebagaimana yang telah dikutip oleh Ancok dan Suroso mengemukakan bahwa agama merupakan system symbol, sistem keyakinan, system nilai, dan sistem prilaku yang terlambangkan yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagian paling maknawi (ultimate meaning).

Sedangkan pengertian agama menurut Quraish Shihab adalah ketetapan Ilahi yang di wahyukan kepada Nabinya untuk menjadi pedoman kehidupan manusia. karakteristik agama adalah hubungan makhluk dengan sang pencipta, yang terwujud dalam sikap batinnya, tampak dalam ibadah yang di lakukannya secara tercermin dalam prilaku kesehariannya. Dengan demikian agama meliputi tiga pokok persoalannya itu tata keyakinan, tata pribadatan dan tata kaidah. Pengertian religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan seberapa pelaksanaan ibadah dan keidah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang di anutnya (Nashori dkk., 2002).

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti melalui metode survei (Sugiyono, 2010). Data dikumpulkan dengan teknik dokumentasi dan penyebaran kuesioner kepada pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan yang melibatkan tiga variabel utama, yaitu pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas sebagai variabel independen, serta perilaku pedagang sebagai variabel dependen.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pedagang pakaian beragama Islam di Desa Kotabaru yang berjumlah 34 orang. Dengan menggunakan teknik total sampling, seluruh populasi dijadikan sampel, sehingga data yang diperoleh mencerminkan karakteristik populasi secara keseluruhan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi untuk mengamati langsung perilaku pedagang, kuesioner dengan skala Likert untuk menilai pendapat responden terhadap variabel penelitian, dan dokumentasi untuk mengumpulkan informasi yang relevan (Suliyanto & Si, 2017). Skala Likert digunakan untuk memberikan penilaian terhadap pernyataan dalam kuesioner dengan tingkat kesepakatan mulai dari "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju."

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Uji kualitas data meliputi uji validitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian sesuai dengan variabel yang diukur dan uji reliabilitas untuk menilai konsistensi hasil pengukuran (Iqbal Hasan, 2009). Selanjutnya, uji asumsi klasik dilakukan melalui uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan data memenuhi syarat analisis regresi (Santoso, 2019). Uji hipotesis melibatkan analisis regresi linier berganda untuk

## **Arya Arwanda, Murah Syahrial, Saharudin**

Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas terhadap Perilaku Pedagang Pakaian: Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah di Desa Kotabaru Keritang, Indragiri Hilir

mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, uji t untuk mengukur pengaruh parsial, uji F untuk menguji pengaruh simultan, dan koefisien determinasi untuk mengetahui sejauh mana variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Variabel penelitian ini didefinisikan secara operasional untuk memudahkan pengukuran. Pengetahuan etika bisnis Islam didefinisikan sebagai pemahaman tentang nilai-nilai moral yang mencakup tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan (Badroen dkk., 2015). Religiusitas mencakup keyakinan, praktik ibadah, penghayatan agama, dan pengetahuan agama. Perilaku pedagang mencakup aspek-aspek seperti takaran timbangan, kualitas barang, keramahan, penepatan janji, pelayanan, empati pada pelanggan, dan persaingan yang sehat antar pedagang (Ancok dkk., 2000).

## **Hasil Dan Pembahasan**

### **Deskripsi Karakteristik Responden**

Dalam penelitian ini permasalahan yang diangkat oleh peneliti adalah pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang pakaian pada Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir perspektif ekonomi syariah. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 34 pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir. Pedagang yang sudah mengisi kuisioner diidentifikasi berdasarkan nama, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan lama berdagang.

#### **1. Karakteristik Responden**

##### **a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Tabel IV.1 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel IV.1**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	18	52.9%
2.	Perempuan	16	47.1%
<b>Jumlah</b>		<b>34</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel IV.1 dapat dilihat identifikasi pedagang berdasarkan jenis kelamin. Pedagang yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 18 orang, atau sebesar 52,9% didominasi oleh pedagang berjenis kelamin laki-laki. Pedagang yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 16 orang, atau sebesar 47,1% didominasi oleh pedagang berjenis kelamin perempuan. Maka dapat disimpulkan bahwa pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang sebagian berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.

**b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Tabel IV.2 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan usia.

**Tabel IV.2 Responden Berdasarkan Umur**

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	20-30 Tahun	27	79.4%
2.	31-40 Tahun	5	14.7%
3.	41-50 Tahun	2	5.9%
4.	> 50 Tahun	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>34</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel IV.2 dapat dilihat identifikasi pedagang berdasarkan usia. Pedagang yang berusia 20-30 tahun berjumlah 27 orang atau 79,4%, pedagang

**Arya Arwanda, Murah Syahril, Saharudin**

Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas terhadap Perilaku Pedagang Pakaian: Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah di Desa Kotabaru Keritang, Indragiri Hilir

yang berusia 31-40 tahun berjumlah 5 orang atau 14,7%, pedagang yang berusia 41-50 tahun berjumlah 2 atau 5,9%, dan pedagang yang berusia >50 tahun berjumlah 0 atau 0%. Maka dapat disimpulkan bahwa pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang sebagian besar berusia 20-30 tahun.

**c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Tabel 4.3 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir.

**Tabel IV.3**

**Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1.	SD	0	0%
2.	SMP	3	8.8%
3.	SMA	24	70.6%
4.	Sarjana (S1)	7	20.6%
<b>Jumlah</b>		<b>34</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Bersadarkan tabel IV.3 dapat dilihat identifikasi pedagang berdasarkan pendidikan terakhir. Pedagang yang tamat SD berjumlah 0 orang atau 0%, pedagang yang tamat SMP berjumlah 3 orang atau 8,8%, pedagang yang tamat SMA berjumlah 24 atau 70,6%, dan pedagang yang tamat Sarjana (S1) berjumlah 7 atau 20,6%. Maka dapat disimpulkan bahwa pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang sebagian besar memiliki pendidikan terakhir SMA.

**d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdagang**

Tabel 4.5 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan lama berdagang.

**Tabel IV.4**  
**Responden Berdasarkan Lama Berdagang**

No	Lama Berdagang	Jumlah	Persentase
1.	<2 Tahun	6	8.8%
2.	2-3 Tahun	4	11.8%
3.	4-5 Tahun	16	47.1%
4.	>5 Tahun	8	23.5%
<b>Jumlah</b>		<b>34</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel IV.4 dapat dilihat identifikasi pedagang berdasarkan lama berdagang. Pedagang yang berdagang <2 tahun berjumlah 6 orang atau 8,8%, pedagang yang berdagang 2-3 tahun berjumlah 4 orang atau 11,8%, pedagang yang berdagang 4-5 tahun berjumlah 16 atau 47,1%, dan pedagang yang berdagang >5 tahun berjumlah 8 atau 23,5%. Maka dapat disimpulkan bahwa pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang sebagian besar lama berdagang 4-5 tahun.

## 2. Deskripsi Variabel Penelitian

### a. Variabel Pengetahuan Etika Bisnis Islam

**Tabel IV.5**

**Distribusi Frekuensi Item Variabel Pengetahuan Etika Bisnis Islam (X1)**

No	ITEM	JAWABAN RESPONDEN											
		STS		TS		N		S		SS		JUMLAH	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	X1.1	0	0	0	0	4	11.8%	19	55.9 %	11	32.4%	34	100%
2.	X1.2	0	0	10	29.4%	16	47.1%	5	14.7%	3	8.8%	34	100%
3.	X1.3	0	0	5	14.7%	14	41.2%	12	35.3%	3	8.8%	34	100%
4.	X1.4	1	2.9%	15	44.1%	9	26.5%	4	11.8%	5	14.7%	34	100%

**Arya Arwanda, Murah Syahril, Saharudin**

Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas terhadap Perilaku Pedagang Pakaian: Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah di Desa Kotabaru Keritang, Indragiri Hilir

5.	X1.5	0	0	12	35.3%	9	26.5%	6	17.6%	7	20.6%	34	100%
6.	X1.6	0	0	0	0	7	20.6%	17	50%	10	29.4%	34	100%
<b>TOTAL</b>		1	0.5%	42	20.6%	59	%	63	28.9%	39	19.1%	204	100%

*Sumber: Data Primer, diolah 2024*

Berdasarkan tabel IV.5 diatas dapat dilihat untuk pernyataan pengetahuan etika bisnis islam (X1), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 39, responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 63, responden yang menyatakan Netral (N) sebanyak 59, responden yang menyatakan Tidak Setuju (TS) sebanyak 42 dan responden yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 1 .Setuju (S) terlihat jawaban yang dominan, dan palingbanyak untuk variabel etika bisnis islam pada pertanyaan indikator Tauhid yang memadai (Item 1), pernyataan indikator lainnya yang harus terus ditingkatkan oleh pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang.

**b. Variabel Religiusitas**

**Tabel IV.6**

**Distribusi Frekuensi Item Variabel Religiusitas (X2)**

No	ITEM	JAWABAN RESPONDEN										JUMLAH	
		STS		TS		N		S		SS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	X2.1	0	0	0	0	8	23.5%	13	38.2%	13	38.2%	34	100%
2.	X2.2	0	0	0	0	9	26.5%	18	52.9%	7	20.6%	34	100%
3.	X2.3	0	0	0	0	11	32.4%	16	47.1%	7	20.6%	34	100%
4.	X2.4	0	0	0	0	10	29.4%	17	50%	3	20.6%	34	100%
5.	X2.5	0	0	0	0	10	29.4%	16	47.1%	8	23.5%	34	100%
<b>TOTAL</b>		0	0%	0	0%	48	28.2%	80	47.1%	38	23.4%	170	100%

*Sumber: Data Primer, diolah 2024*

Berdasarkan tabel IV.6 diatas dapat dilihat untuk pernyataan religiusitas (X2), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 38, responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 80, responden yang menyatakan Netral (N) sebanyak 48, responden yang menyatakan Tidak Setuju (TS) sebanyak 0 dan

responden yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 0 .Setuju (S) terlihat jawaban yang dominan, dan paling banyak untuk variabel religiusitas pada pertanyaan indikator *Ritualistic* yang memadai (Item 2), pernyataan indikator lainnya yang harus terus ditingkatkan oleh pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang.

**c. Variabel Perilaku Pedagang**

**Tabel IV.7**

**Distribusi Frekuensi Item Variabel Perilaku Pedagang (Y)**

No	ITEM	JAWABAN RESPONDEN										JUMLAH	
		STS		TS		N		S		SS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	100%
1.	Y.1	0	0	0	0	10	29.4%	16	47.1%	8	23.5%	34	100%
2.	Y.2	0	0	0	0	19	55.9%	13	38.2%	2	5.9%	34	100%
3.	Y.3	0	0	0	0	22	64.7%	11	32.4%	1	2.9%	34	100%
4.	Y.4	0	0	0	0	20	58.8%	12	35.3%	2	5.9%	34	100%
5.	Y.5	0	0	0	0	21	61.8%	10	29.4%	3	8.8%	34	100%
6.	Y.6	0	0	0	0	11	32.4%	20	58.8%	3	8.8%	34	100%
7.	Y.7	0	0	0	0	7	20.6%	22	64.7%	5	14.7%	34	100%
<b>TOTAL</b>		0	0	0%	0	110	46.2%	104	43.7%	24	10.1%	238	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel IV.7 diatas dapat dilihat untuk pernyataan perilaku pedagang (Y), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 24, responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 104, responden yang menyatakan Netral (N) sebanyak 110, responden yang menyatakan Tidak Setuju (TS) sebanyak 0 dan responden yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS)

sebanyak 0. Netral (N) terlihat jawaban yang dominan, dan paling banyak untuk variabel perilaku pada pertanyaan indikator keramahanyang memadai (Item 3), pernyataan indikator lainnya yang harus terus ditingkatkan oleh pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang.

### 3. Analisis Data

#### a. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini, statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data mengenai variabel Pengetahuan Etika Bisnis Islam, Religiusitas, dan Perilaku Pedagang. Berikut disajikan data mengenai hasil statistik deskriptif.

**Tabel IV.8**

**Hasil Uji Analisis Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Etika Bisnis Islam	34	14	29	20.85	3.258
Religiusitas	34	16	25	19.82	2.380
Perilaku Pedagang	34	21	34	25.47	2.733
Valid N (listwise)	34				

Sumber: Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan tabel IV.7 hasil uji statistik deskriptif Variabel- variabel penelitian yang mencakup nilai *Minimum* (terendah), nilai *Maximum* (tertinggi), *Mean* (rata-rata) dengan nilai *Std.Deviation* (standar deviasi). Variabel etika bisnis islam (X1) menunjukkan *mean* (rata-rata) variabel sebesar 20,85%, dengan *Std.Deviation* (standar deviasi) sebesar 3,25%, nilai *minimum* sebesar 14, dan nilai *maximum* sebesar 29. Variabel religiusitas (X2) menunjukkan *mean* (rata-rata) variabel sebesar 19,82% dengan *Std.Deviation* (standar deviasi) sebesar 2,38%, nilai *minimum* sebesar 16, dan nilai *maximum* sebesar 25. Variable prilaku pedagang (Y) menunjukkan *mean* (rata-rata) variabel sebesar 25,47% dengan *Std.Deviation* (standar deviasi) sebesar 2,73%, nilai *minimum* sebesar 21, dan nilai *maximum* sebesar 34.

## b. Hasil Uji Kualitas Data

### 1) Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk memeriksa validitas dari pernyataan pada kuesioner, apakah pernyataan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi bilvariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk dan dengan menggunakan bantuan program SPSS *Ver 22 for windows*. Hasil analisis korelasi bilvariate dengan melihat output Pearson Correlation, Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka instrumen pernyataan dinyatakan valid. Nilai  $r_{tabel}$  dapat diperoleh dengan persamaan degree of freedom ( $df = n - 2$ ), dimana  $n$  disini merupakan jumlah sampel atau responden. Jadi,  $df = 34 - 2$  atau  $df = 32$  dengan alpha 5% (0,05) sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel} = 0,334$ . Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

**Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Etika Bisnis Islam (X1)</b>	X1.1	0.610	0.334	Valid
	X1.2	0.783	0.334	Valid
	X1.3	0.370	0.334	Valid
	X1.4	0.601	0.334	Valid
	X1.5	0.733	0.334	Valid
	X1.6	0.437	0.334	Valid
<b>Religiusitas (X2)</b>	X2.1	0.664	0.334	Valid
	X2.2	0.764	0.334	Valid
	X2.3	0.651	0.334	Valid
	X2.4	0.724	0.334	Valid

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
	X2.5	0.461	0.334	Valid
<b>Perilaku</b>	Y.1	0.571	0.334	Valid
	Y.2	0.667	0.334	Valid
	Y.3	0.722	0.334	Valid

<b>Pedagang(Y)</b>	Y.4	0.694	0.334	Valid
	Y.5	0.611	0.334	Valid
	Y.6	0.673	0.334	Valid
	Y.7	0.442	0.334	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan tabel IV.8 hasil uji validasi bahwa  $R_{hitung}$  pada nilai Correlated item total Correlation untuk masing-masing  $R_{hitung} > R_{tabel}$  untuk  $df = 34-2$  dan  $\alpha 0,05$  dengan uji dua arah didapatkan  $R_{tabel} = 0,334$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator dari setiap variabel pengetahuan etika bisnis islam (X1), religiusitas (X2), dan perilaku pedagang (Y) adalah Valid.

## 2) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian dengan melihat kekonsistenan jawaban responden. Pengujian ini dilakukan dengan metode Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ . Perhitungan dilakukan dengan dibantu program SPSS *Ver 22 for windows*. Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV.10 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Etika Bisnis Islam(X1)	0.624	0.6	Reliabel
Religiusitas (X2)	0.660	0.6	Reliabel
Perilaku Pedagang (Y)	0.734	0.6	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan tabel IV.9 hasil uji reliabilitas menggunakan *Ver 22 for windows* dapat diketahui nilai koefisiensi reliabilitas variabel independen yaitu pengetahuan etika bisnis islam (X1) adalah 0,624. religiusitas (X2) adalah 0,660. Sedangkan variabel dependen yaitu perilaku pedagang (Y) adalah 0,734. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada masing-masing variabel adalah reliable karena hasil nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ .

**c. Hasil Uji Asumsi Klasik**

**1) Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi antara variabel dependen dan independen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dengan melakukan uji statistic Kolmogorof Smirnov (K- S). Distribusi data normal, apabila nilai probabilitas > 0,05. Dalam penelitian ini uji normalitas dibantu program SPSS *Ver 22 for windows*. Hasil dari uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel IV.11 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39850286
Most Extreme Differences	Absolute	.148
	Positive	.148
	Negative	-.130
Test Statistic		.148
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

*Sumber: Data Olahan SPSS, 2024*

Berdasarkan data pada tabel IV.10 diatas, menunjukkan bahwa data yang ditabulasi dalam penelitian ini berdistribusi secara normal dikarenakan skor asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari probabilitas 0.05 ( $0,58 > 0.05$ ). Hal ini dapat disimpulkan bahwa model-model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas berdasarkan dari tabel diatas. Selanjutnya adalah faktor lain yang

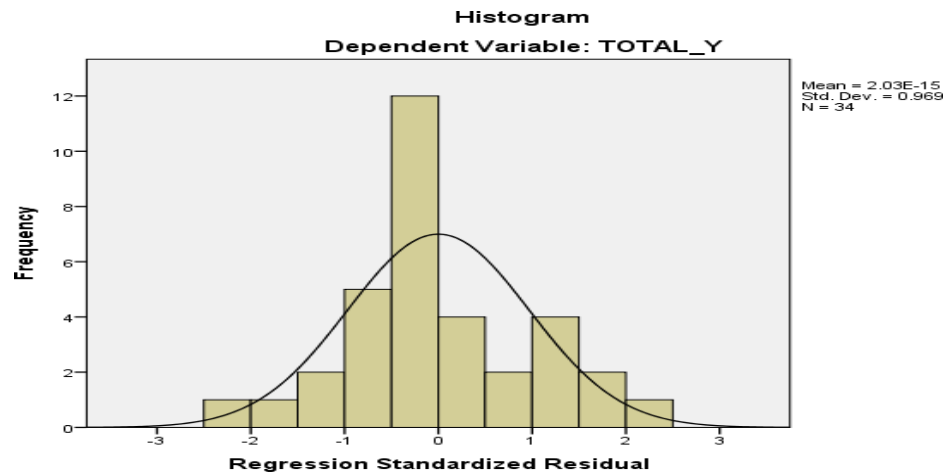
**Arya Arwanda, Murah Syahrial, Saharudin**

Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas terhadap Perilaku Pedagang Pakaian: Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah di Desa Kotabaru Keritang, Indragiri Hilir

digunakan dalam melihat apakah data terdistribusi dengan normal yaitu dengan melihat grafik histogram dan grafik normal plot sebagai berikut:

**Gambar IV.1**

**Hasil Uji Normalitas - Grafik Histogram**



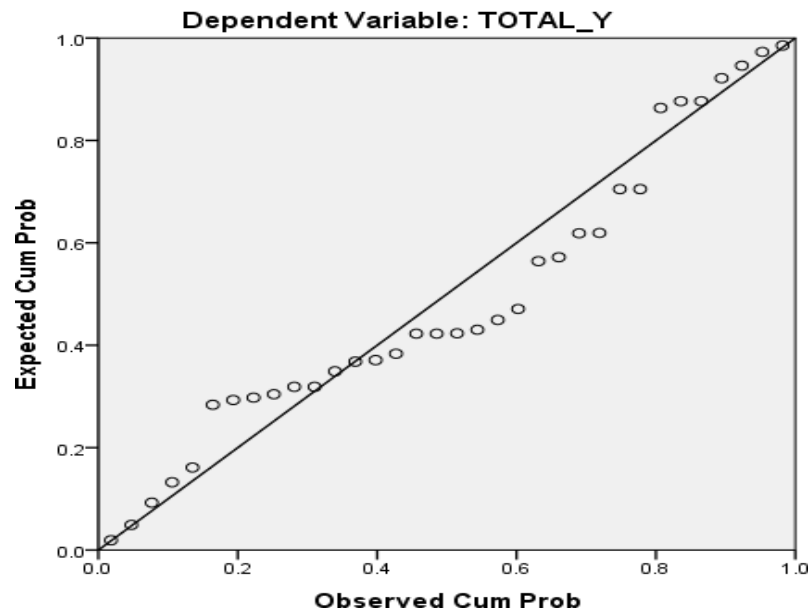
*Sumber: Data Olahan SPSS, 2024*

Berdasarkan gambar IV.1 diatas, dapat dilihat bahwa kurva Y atau kecenderungan *fraud* memiliki kemiringan yang cenderung seimbang dari sisi kanan dan kiri, dan garis juga menyerupai lonceng, artinya kepuasan nasabah memiliki kecenderungan berdistribusi normal.

**Gambar IV.2**

**Hasil Uji Normalitas - Normal Probability Plot**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



*Sumber: Data Olahan SPSS, 2024*

Berdasarkan gambar IV.2 menunjukkan bahwa titik-titik (data) yang tersebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik tersebut mengikuti arah garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model dari regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

**2) Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen. Model regresi dikatakan baik jika hasil dari ujinya tidak terjadi korelasi diantara variable independen. Syarat untuk mendeteksi ada atau tidak adanya multikolinearitas di dalam model regresi yaitu dapat diketahui dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) harus < 10

dan nilai tolerance > 0,1. Dalam penelitian ini uji multikolinearitas menggunakan program SPSSVer 22 for windows. Hasil dari uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada table dibawah ini:

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Etika Bisnis Islam(X1)	.805	1.234	Tidak terjadi Multikorelasi
	Religiusitas (X2)	.805	1.234	Tidak terjadi Multikorelasi

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang

*Sumber: Data Olahan SPSS, 2024*

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada table IV.11 maka dapat diketahui bahwa nilai Tolerance dan nilai VIFdari kedua variabel independen yaitu, variabel pengetahuan etika bisnis islam (X1),dengan nilai  $\alpha$  hitung (0,805) >  $\alpha$  (0,1) dan VIF hitung (1,234) < VIF(10). Variabel religiusitas (X2) dengan nilai  $\alpha$  hitung (0,805) >  $\alpha$  (0,1)dan VIF hitung (1,234) < VIF (10). Dengan demikian,dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian inibebas dari masalah multikolonieritas. Oleh karena itu, hasil pengujian penelitian dianggap dapat diandalkan atau terpercaya.

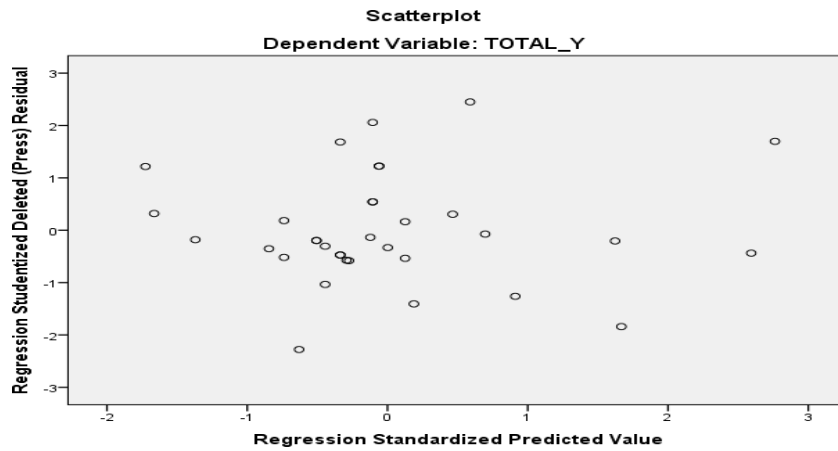
### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka hal ini disebut homoskedastisitas, sedangkan jika variance berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu yang bersifat homoskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *scatter plot*.Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan

program SPSSVer 22 for windows. Hasil dari uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar IV.3**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas- Grafik Scatter Plot**



*Sumber: Data Olahan SPSS, 2024*

Berdasarkan data pada gambar IV.3 menunjukkan bahwa grafik scatter plot antara SRESID dan ZPRED menunjukkan pola penyebaran yang dimana titik-titik menyebar secara acak, penyebaran diatas dan dibawah atau di sekitar sumbu angka 0. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi perilaku pedagang berdasarkan etika bisnis islam dan religiusitas. Untuk menguji heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan melakukan uji glesjer. Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas dan apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada table dibawah ini :

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas -Uji Glesjer.**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Keterangan
		T	Sig	
1	Etika Bisnis Islam(X1)	.000	1.000	Bebas Heteroskedastisitas
	Religiusitas (X2)	.000	1.000	Bebas Heteroskedastisitas

a. Dependent Variable: Kecenderungan Fraud

Sumber: Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada Tabel IV.12 menunjukkan bahwa nilai signifikan residual variabel pengetahuan etika bisnis islam (X1) sebesar 1,000 yang artinya  $> 0,05$  dengan nilai signifikan residual variabel religiusitas (X2) sebesar 1,000 yang artinya  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

**d. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS Ver 22 for windows. Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel indenpenden (integritas dan asimetri informasi) terhadap variabel dependen (kecenderungan fraud). Analisis ini biasanya digunakan untuk memprediksi pengaruh dua variabel independen atau lebih terhadap satu variabel dependen. Berikut ini hasil dari uji analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat di tabel dibawah ini :

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.253	2.240		2.792	.009
	Etika Bisnis Islam(X1)	.543	.086	.648	6.323	.000

Religiusitas (X2)	.398	.118	.346	3.380	.002
a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang					

*Sumber: Data Olahan SPSS, 2024*

Berdasarkan tabel IV.13 persamaan regresi linier berganda pada kolom Unstandardized Coefficients terdapat nilai Constant sebesar 6.253 dan nilai koefisien arah regresi X1 0,543, X2 0,398. Maka dapat dibentuk persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 6,253 + 0,543X_1 + 0,398X_2 + e$$

Y = Kecenderungan *fraud*

a = Konstanta

X1 = Variabel Etika Bisnis Islam X2 = Variabel Religiusitas

b1, - b3 = Koefisien regresi

e = Standard Error

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 6,253 menyatakan bahwa tanpa adanya variabel etika bisnis islam (X1), religiusitas (X2), maka nilai variabel perilaku pedagang (Y) adalah 6,253.
- 2) Besarnya koefisien regresi X1 (pengetahuan etika bisnis islam) sebesar 0,543. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel X1 (pengetahuan etika bisnis islam) sebesar 1% maka nilai variabel Y (perilaku pedagang) akan naik sebesar 0,543 atau 54,3%, yang mengakibatkan meningkatnya perilaku pedagang di Desa Kotabaru Keritang.
- 3) Besarnya koefisien regresi X2 (religiusitas) sebesar 0,398. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel X2 (religiusitas) sebesar 1% maka nilai variabel Y (perilaku pedagang) akan naik sebesar 0,398 atau

39,8%, yang mengakibatkan meningkatnya perilaku pedagang di Desa Kotabaru Keritang.

**e. Uji Hipotesis**

**1) Hasil Uji T (Uji Parsial)**

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen integritas (X1) dan asimetri informasi (X2) secara parsial terhadap variabel dependen kecenderungan *fraud* (Y). Cara untuk menentukan hasil uji t adalah dengan membandingkan nilai statistik  $t_{hitung}$  dengan nilai statistic  $t_{tabel}$  dengan signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan adalah 0,05 atau 5% dalam penelitian ini  $t_{tabel}$  sebesar 2.039. Hasil pengujian untuk uji t menggunakan program SPSS Ver 22 for windows. Berikut ini hasil dari uji t secara parsial dalam penelitian ini dapat dilihat di tabel dibawah ini:

**Tabel IV.15 Hasil Uji T (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Ket
		B	Std. Error	Beta			
1	<b>(Constant)</b>	6.253	2.240		2.792	.009	
	Etika Bisnis Islam (X1)	.543	.086	.648	6.323	.000	Diterima
	Religiusitas (X2)	.398	.118	.346	3.380	.002	Diterima

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Hasil uji parsial dapat diketahui dengan melihat output hasil coefficients pada uji t diatas dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , sebesar 2,039 yang di peroleh dari  $t_{tabel}$  dengan df (*degree offreedom*) = n-k-1 (df= 34-2-1 = 31) dengan alpha 0,05. Dari perhitungan tersebut maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Berdasarkan tabel IV.15 pada variabel pengetahuan etika bisnis islam (X1) diperoleh bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,323 dengan tingkat singnifikansi

sebesar 0,000. Signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima artinya di duga terdapat pengaruh pengetahuan etika bisnis islam terhadap perilaku pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir.

- b) Berdasarkan tabel IV.15 pada variabel religiusitas ( $X_2$ ) diperoleh bahwanilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,380 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_2$  diterima artinya di duga terdapat pengaruh religiusitas terhadap perilaku pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir.

## 2) Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen integritas ( $X_1$ ) dan asimetri informasi ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel dependen kecenderungan *fraud* ( $Y$ ). Cara untuk menentukan hasil uji F adalah dengan membandingkan nilai statistik  $F_{hitung}$  dengan nilai statistik  $F_{tabel}$ .  $K$ ; Dalam penelitian ini  $F_{tabel}$  sebesar 2,92. Hasil pengujian untuk uji f program SPSS Ver 22 for windows. Berikut ini hasil dari uji f secara simultan dalam penelitian ini dapat dilihat di tabel dibawah ini :

**Tabel IV.16 Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181.929	2	90.964	43.691	.000 <sup>b</sup>
	Residual	64.542	31	2.082		
	Total	246.471	33			
a. Dependent Variable: PERILAKU PEDAGANG						
b. Predictors: (Constant): ETIKA BISNIS ISLAM, RELIGIUSITAS						

*Sumber: Data Primer, diolah 2024*

Dengan menggunakan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05; derajat kebebasan  $df = k; n - k$  ( $2; 34 - 2$ ) = ( $2; 32$ ) diperoleh nilai  $F_{tabel} = 3,29$ . Berdasarkan uji F pada tabel 4.15 Dapat disimpulkan bahwa nilai  $f_{hitung} 43,691 > f_{tabel} 3,29$ . Oleh karena itu, hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, artinya di duga terdapat pengaruh pengetahuan etika bisnis islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir.

### 3) Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur besar kontribusi kemampuan model dalam menerangkan variabel bebas, yaitu etika bisnis islam dan religiusitas secara keseluruhan terhadap variabel terikat yaitu perilaku pedagang. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS Ver 22 for windows dalam penelitian ini menunjukkan hasil dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebagai berikut:

**Tabel IV.17**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	.859 <sup>a</sup>	.738	.721	1.443
a. Predictors: (Constant): ETIKA BISNIS ISLAM, RELIGIUSITAS				
b. Dependent Variable: PERILAKU PEDAGANG				

*Sumber: Data , diolah 2024*

Berdasarkan tabel IV.16 di atas, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) memiliki Adjusted R Square sebesar 0,721 artinya besarnya pengaruh pengetahuan etika bisnis islam ( $X_1$ ) dan religiusitas ( $X_2$ ) terhadap perilaku pedagang ( $Y$ ) adalah sebesar 72,1% sedangkan sisanya sebesar 27,9% dipengaruhi dari variabel yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

**Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Pakaian Di Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir**

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara etika bisnis islam terhadap perilaku pedagang yang mana dibuktikan berdasarkan perhitungan yang diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,323 dengan tingkat signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $6,323 > 2.039$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima artinya di duga terdapat pengaruh pengetahuan etika bisnis islam terhadap perilaku pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang Indraagiri Hilir.

Dari hasil penelitian tersebut dapat di artikan bahwa pedagang telah memiliki pengetahuan etika bisnis islam. Yang mana Etika berasal dari bahasa

### **Arya Arwanda, Murah Syahrial, Saharudin**

Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas terhadap Perilaku Pedagang Pakaian: Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah di Desa Kotabaru Keritang, Indragiri Hilir

Yunani “ethos” yang berarti “adat”. Dalam praktik umum, etika selalu dikaitkan dengan kebiasaan hidup yang baik yang ada baik pada diri seseorang itu sendiri maupun dalam masyarakat. Dalam hal ini, dalam pengertian lain, etika adalah suatu kode yang harus dipatuhi atau ditaati. yang sesuai dengan ajaran islam sehingga meminimalisir tindakan kecurangan dalam berdagang.

### **Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Pakaian Di Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir**

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kerjasama tim terhadap kinerja karyawan yang mana dibuktikan berdasarkan perhitungannya yang diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,380 dengan tingkat signifikansinya sebesar 0,002. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,380 > 2,039$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara religiusitas terhadap pedagang pakaian.

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa religiusitas merupakan tingkat keyakinan, kepercayaan, dan kesalehan seseorang dalam menjalani syariat agama. Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Lembaga perbankan tersebut termasuk ke dalam aspek syariat yang berhubungan dengan kegiatan muamalah berkaitan dengan perilaku pedagang karena dengan adanya religiusitas para pedagang akan selalu waspada terhadap perilaku pedagang yang menyimpang.

### **Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Pakaian Di Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dengan uji Uji f diperoleh pengetahuan etika bisnis islam dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap perilaku pedagang dengan nilai  $f_{hitung}$   $43,691 > f_{tabel}$   $2,92$ . Dan koefisien determinasi sebesar Adjusted R Square dengan nilai  $0,721$  artinya bahwa pengetahuan etika bisnis islam dan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku pedagang sebesar  $72,1\%$  sedangkan sisanya sebesar  $27,9\%$  dipengaruhi

oleh variabel lainnya. Hal ini berarti pengetahuan etika bisnis islam dan religiusitas memiliki peran penting dalam meningkatkan perilaku pedagang secara bersama-sama.

## **Analisis Perspektif Ekonomi Islam**

### **Tinjauan Ekonomi Syariah Mengenai Pengetahuan Etika Bisnis Islam**

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, penulis menemukan beberapa temuan yaitu tingkat pengetahuan etika bisnis islam terhadap perilaku pedagang di Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir cukup baik yang dalam artian pedagang memiliki tanggung jawab dan keseimbangan dalam melakukan aktivitas berdagang. Kemudian pelayanan yang dilakukan pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang termasuk dalam pengetahuan etika bisnis yang sesuai, hal ini dapat dilihat dari pelayanan terhadap konsumen yaitu ikhlas yang dibuktikan bahwa pedagang melakukan aktivitas dagangannya dengan penuh kejujuran, kesadaran dan tanggungjawab. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan etika bisnis islam terhadap perilaku pedagang tidak melanggar prinsip ekonomi syariah. Disebutkan Firman Allah swt surat Al-qalam'(68): 4, yaitu: *“dan Sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung”*.

Islam menempatkan nilai etika ditempat yang paling tinggi. Pada dasarnya islam diturunkan untuk menyempurnakan perilaku dan etika bagi kehidupan manusia. Terminologi yang paling dekat dengan pengertian etika dalam islam adalah akhlak. Dengan demikian maka akhlak/etika adalah perilaku seseorang yang berkaitan dengan baik dan buruk. Dan setiap manusia pasti memiliki dua potensi tersebut. Dalam islam potensi baiklah yang terlebih dahulu menghiasi diri manusia dari pada potensi buruk untuk berbuat kejahatan.

### **Tinjauan Ekonomi Syariah Mengenai Religiusitas**

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, penulis menemukan beberapa temuan yaitu religiusitas terhadap perilaku pedagang di Desa Kotabaru Keritang yang sesuai. pedagang memiliki keyakinan dan pengetahuan agama mengenai rezeki yang diterima. Pedagang bersikap memegang teguh kejujuran dan amanah yang di berikan sehingga tidak meragukan para konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas terhadap perilaku pedagang tidak melanggar ekonomi syariah. Seorang pedagang akan berperilaku sesuai dengan tingkat religiusitasnya. Semakin tinggi atau dalam religiusitas maka suatu pemahaman dan pengamalan tentang suatu kaidah-kaidah dalam islam itu lebih baik dalam penerapan di kehidupannya.

### **Tinjauan Ekonomi Syariah Mengenai Perilaku Pedagang**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap perilaku pedagang di Desa Kotabaru Keritang Indragiri Hilir yang sesuai dengan etika bisnis islam dan religiusitas. Pedagang juga jujur dan amanah sesuai dengan dimensi nilai-nilai berdagang sesuai dengan ajaran islam. Hal ini dibuktikan bahwa sebagian pedagang sudah berdagang dengan tanggung jawab dan keyakinan masing-masing mengenai keuntungan yang akan di terima. Jujur dalam takaran atau timbangan sangat penting untuk diperhatikan dalam berdagang. Sebagaimana firman Allah surat Al-Isra (17): 35. *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”*. Seorang pengusaha dalam pandangan Islam bukan hanya sekedar mencari keuntungan, melainkan juga mencari keberkahan usaha yang dijalankan dan diridhai oleh Allah. Adapun syarat untuk mendapatkan keberkahan dalam usaha bagi seorang pelaku bisnis (pedagang) ialah harus memperhatikan perilaku yang telah diajarkan Rasulullah.

## Simpulan

Hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang pakaian di Desa Kotabaru Keritang, Indragiri Hilir, memberikan beberapa kesimpulan penting. Secara parsial, uji t menunjukkan bahwa pengetahuan etika bisnis Islam memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang, dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,323 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,037. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengetahuan etika bisnis Islam, semakin baik perilaku pedagang dalam berinteraksi dan menjalankan usahanya.

Selain itu, religiusitas juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang, dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,380 yang juga melebihi  $t_{tabel}$  sebesar 2,037. Artinya, pedagang yang memiliki tingkat religiusitas yang baik cenderung menunjukkan perilaku yang lebih positif dalam kegiatan perdagangan.

Secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pedagang, dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 43,691 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2,92. Koefisien determinasi yang dihasilkan sebesar 72,1% (Adjusted  $R^2$ ), mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut memberikan kontribusi signifikan dalam menjelaskan perilaku pedagang. Sisanya sebesar 27,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas memainkan peran penting dalam membentuk perilaku pedagang yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Pedagang yang jujur, amanah, dan memiliki keyakinan bahwa rezeki telah diatur oleh Allah SWT menunjukkan perilaku yang lebih baik dan etis dalam perdagangan mereka. Hal ini

## **Arya Arwanda, Murah Syahrial, Saharudin**

Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas terhadap Perilaku Pedagang Pakaian: Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah di Desa Kotabaru Keritang, Indragiri Hilir

sejalan dengan tujuan ekonomi syariah untuk menciptakan kegiatan ekonomi yang adil dan berkah.

## **Daftar Pustaka**

Abdul Aziz, A. Z. (2019). *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*.

Ancok, D., Suroso, F. N., & Ardani, M. S. (2000). *Psikologi islami: Solusi islam atas problem-problem psikologi*. Pustaka Pelajar.

Badroen, F., Mufraeni, M. A., & BASHORI, A. D. (2015). *Etika bisnis dalam Islam*. [https://senayan.iain-palangkaraya.ac.id/akasia/index.php?p=show\\_detail&id=10325&keywords =](https://senayan.iain-palangkaraya.ac.id/akasia/index.php?p=show_detail&id=10325&keywords=)

Fauzia, I. Y. (2018). *Etika bisnis dalam Islam*. Prenada Media. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=hF4CEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=1+lka+Yunia+Fauzia,+Etika+Bisnis+dalam+Islam&ots=Mw9SfWgz0y&sig=BwFIygp109h8ONp0pN4uNkJEDVs>

Iqbal Hasan, M. (2009). Pokok-pokok materi statistik 1. *Bumi Aksara, Jakarta*.

Nashori, F., Mucharam, R. D., & Ru'iyah, S. (2002). Mengembangkan kreativitas dalam perspektif psikologi Islami. (*No Title*). <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130000797199377536>

Notoatmodjo, S. (1993). *Pengantar pendidikan kesehatan dan ilmu perilaku kesehatan*. Andi Offset.

Santoso, S. (2019). *Mahir statistik parametrik*. Elex Media Komputindo. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=CTOyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Singgih+Santoso,+Mahir+Statistik+Parame+trik&ots=rHMc1u uCpE&sig=wjbxoC4reDz9PyfozyQtcu92HvI>

Sugiyono, S. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D. *Alfabeta Bandung*, 170–182.

Suliyanto, S. E., & Si, M. (2017). Metode Riset Bisnis Edisi II. *Yogyakarta: Andi Publisher*.