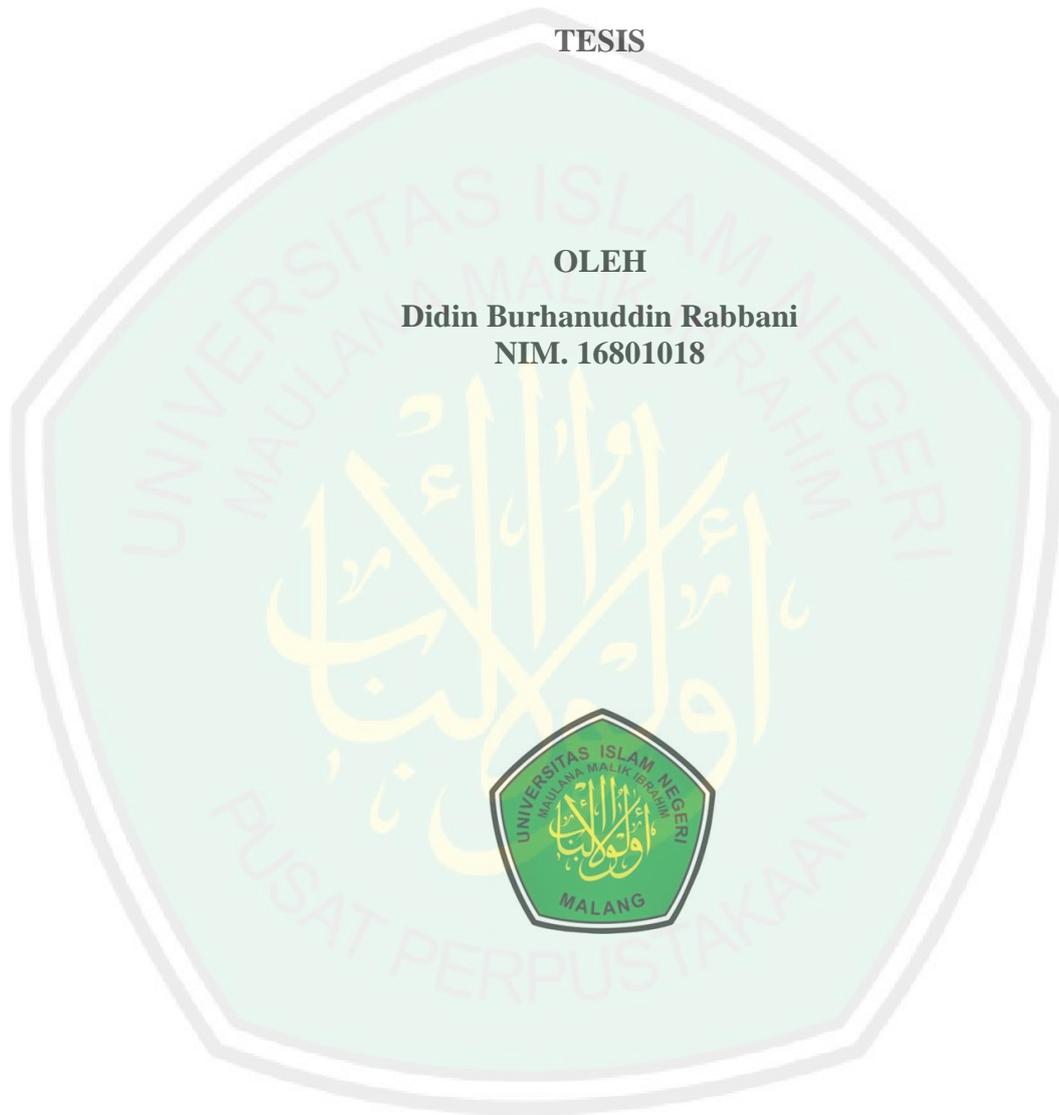


**ANALISIS PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAMI, LOKASI USAHA, DAN  
PENDIDIKAN TERHADAP PENDAPATAN  
(STUDI PADA PELAKU WIRUSAHA BARANG BEKAS  
DI PASAR COMBORAN TIMUR KOTA MALANG)**

**TESIS**

**OLEH**

**Didin Burhanuddin Rabbani  
NIM. 16801018**



**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2018**



**ANALISIS PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAMI, LOKASI USAHA, DAN  
PENDIDIKAN TERHADAP PENDAPATAN  
(STUDI PADA PELAKU WIRUSAHA BARANG BEKAS  
DI PASAR COMBORAN TIMUR KOTA MALANG)**

**Tesis Diajukan Kepada:**

**Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan  
Program Studi Magister Ekonomi Syariah**

**Oleh**

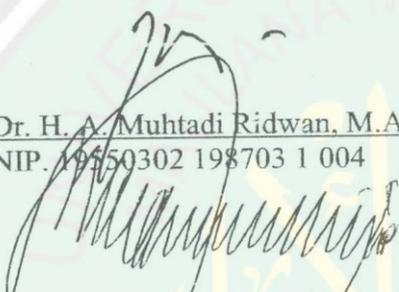
**DIDIN BURHANUDDIN RABBANI  
NIM. 16801018**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2018**

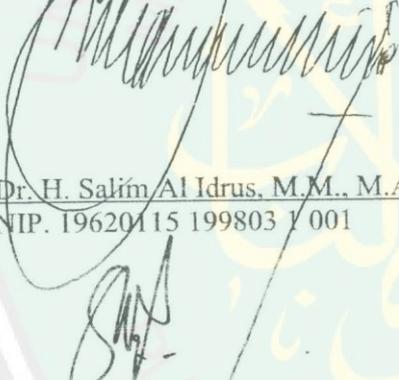
## LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul “Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan (Studi Pada Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang)” ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji pada tanggal 02 November 2018.

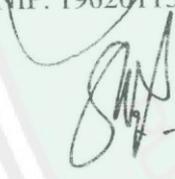
Dewan Penguji,

  
Dr. H. A. Muhtadi Ridwan, M.Ag  
NIP. 19550302 198703 1 004

Penguji Utama

  
Dr. H. Salim Al Idrus, M.M., M.Ag  
NIP. 19620115 199803 1 001

Anggota

  
Dr. Siswanto, M.Si  
NIP. 19750906 200604 1 001

Anggota

Mengetahui,  
Direktur Pascasarjana



  
Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I  
NIP. 19550717 198203 1 005

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Didin Burhanuddin Rabbani

NIM : 16801018

Prodi : Magister Ekonomi Syariah

Judul Tesis : Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan (Studi Pada Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 19 Oktober 2018

Hormat saya,



Didin Burhanuddin Rabbani  
16801018

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Syukur Alhamdulillah, penulis ucapkan atas limpah rahmat dan bimbingan Allah SWT, tesis yang berjudul Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan (Studi Pada Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang) dapat terselesaikan dengan baik, serta semoga bermanfaat bagi berbagai pihak. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing manusia kearah jalan kebenaran dan kebaikan.

Pada kesempatan ini penulis ingin menghaturkan rasa hormat serta ucapan *Jazakumullahu Khairaan Katsiiraa* kepada berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusinya baik secara moril maupun materil dalam penyusunan tesis ini, diantaranya:

1. Kedua orang tua yaitu Alm. H. Abd. Shomad Nur, BA dan Hj. Kutsiyah, serta kakak-kakakku (Miftahurrahman, M.Pd., Wasilaturrahmah, S.Ag., dan Nurus Sakinah, S.Pd.) atas do'a dan dukungannya, serta keluarga besar atas do'a yang tulus selama ini.
2. Rektor UIN Malang, Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag. beserta jajaran, dan Direktur Pascasarjana UIN Malang, Bapak Prof. Dr. Mulyadi, M.Pd.I beserta jajaran dan civitas akademika atas segala layanan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.

3. Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Bapak Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A dan Sekretarisnya Bapak Ainur Rofiq, Lc., M.Ag., Ph.d atas segala motivasi, koreksi, dan kenyamanan pelayanan selama studi.
4. Dosen pembimbing I, Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, M.M., M.Ag., atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.
5. Dosen pembimbing II, Bapak Dr. Siswanto, M.Si., atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.
6. Segenap Kepala Pasar dan jajaran staffnya, serta para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang yang telah bersedia berpartisipasi dalam proses penelitian ini.
7. Teman-teman seperjuangan Magister Ekonomi Syariah Kelas B semester genap 2016, serta teman-teman seangkatan yang telah berjuang bersama dalam melalui suka maupun duka dalam menempuh jenjang pendidikan ini.

Semoga kebaikan dan keikhlasan semua pihak yang telah membantu mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata, dengan mengharap ampunan dan ridha Allah SWT semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan tentang Ekonomi Islam. Amin. Akhirnya dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa untuk mencapai kesempurnaan membutuhkan semangat dan proses. Satu harapan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Amin Ya Rabbal Alamin.

Malang, 19 Oktober 2018  
Hormat saya,

Didin Burhanuddin Rabbani  
16801018

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Logo.....	ii
Halaman Judul.....	iii
Halaman Persetujuan.....	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Lampiran .....	xii
Motto.....	xiii
Abstrak Berbahasa Indonesia.....	xiv
Abstrak Berbahasa Inggris .....	xv
Abstrak Berbahasa Arab .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Ruang Lingkup Penelitian .....	12
F. Orisinalitas Penelitian .....	13
G. Definisi Variabel .....	18
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>20</b>
A. Kajian Teori .....	20
1. Etika Bisnis Islam.....	20
a. Definisi Etika Bisnis Islami .....	20
b. Urgensi Etika Bisnis dalam Islam .....	22
c. Aksioma Etika dalam Bisnis Islam .....	23
2. Lokasi Usaha .....	34
a. Definisi Lokasi Usaha.....	34
b. Faktor-Faktor dalam Memilih Lokas Usaha .....	35
c. Konsep Lokasi Usaha dalam Persepktif Ekonomi Islam .....	37
3. Pendidikan .....	40
a. Definisi Pendidikan .....	40
b. Jenis-Jenis Pendidikan.....	41
c. Dimensi Pendidikan .....	42
d. Pendidikan dalam Perspektif Islam .....	43
4. Pendapatan .....	45
a. Definisi Pendapatan .....	45
b. Unsur-Unsur Pendapatan .....	47
c. Sumber-Sumber Pendapatan .....	47

d. Pendapatan dalam Perspektif Islam .....	50
5. Hubungan Etika Bisnis Islami dengan Pendapatan .....	51
6. Hubungan Lokasi Usaha dengan Pendapatan .....	55
7. Hubungan Pendidikan dengan Pendapatan .....	58
B. Kerangka Konseptual .....	60
C. Kerangka Berfikir .....	61
D. Hipotesis Penelitian .....	62
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>63</b>
A. Rancangan Penelitian .....	63
B. Jenis dan Sumber Data .....	63
C. Definisi Operasional Variabel .....	64
D. Skala Pengukuran .....	67
E. Populasi dan Sampel .....	68
F. Teknik Pengumpulan Data .....	70
G. Uji Kualitas Data .....	71
H. Asumsi Klasik .....	74
I. Teknik Analisis Data .....	77
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PAPARAN DATA .....</b>	<b>82</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	82
B. Uji Instrumen Penelitian .....	87
C. Deskripsi Data Responden .....	90
D. Uji Asumsi Klasik .....	111
E. Pembuktian Hipotesis .....	115
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>125</b>
A. Sistem Pengukuran Etika Bisnis Islami .....	125
B. Sistem Pengukuran Lokasi Usaha .....	127
C. Sistem Pengukuran Pendidikan .....	130
D. Sistem Pengukuran Pendapatan .....	131
E. Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islam, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Secara Simultan Terhadap Pendapatan .....	131
F. Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islam, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Secara Parsial Terhadap Pendapatan .....	133
G. Analisis Pengaruh Variabel Dominan Antara Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan .....	139
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>142</b>
A. Kesimpulan .....	142
B. Implikasi .....	143
C. Saran .....	145
D. Rekomendasi .....	146
Daftar Pustaka .....	147
Lampiran .....	153

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Angka Partisipasi Sekolah .....	8
Tabel 1.2	: Orisinalitas Penelitian .....	14
Tabel 3.1	: Definisi Operasional variabel .....	64
Tabel 4.1	: Hasil Uji Validitas .....	87
Tabel 4.2	: Hasil Uji Reliabilitas .....	89
Tabel 4.3	: Frekuensi Jenis Kelamin Responden .....	90
Tabel 4.4	: Frekuensi Usia Responden .....	90
Tabel 4.5	: Frekuensi Agama Responden .....	91
Tabel 4.6	: Frekuensi Jenis Usaha Responden .....	91
Tabel 4.7	: Frekuensi Lama Bekerja Responden .....	92
Tabel 4.8	: Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden .....	93
Tabel 4.9	: Frekuensi Pendapatan Responden .....	94
Tabel 4.10	: Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Etika Bisnis Islami .....	94
Tabel 4.11	: Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Lokasi Usaha.....	94
Tabel 4.12	: Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	112
Tabel 4.13	: Hasil Uji Multikolinieritas .....	113
Tabel 4.14	: Hasil Uji Park .....	114
Tabel 4.15	: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	116
Tabel 4.16	: Hasil Uji F (Simultan).....	118
Tabel 4.17	: Hasil Uji T (Parsial).....	119
Tabel 4.18	: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	121
Tabel 4.19	: Hasil Uji Variabel Dominan .....	122
Tabel 4.19	: Hasil Uji Sumbangan Efektif .....	123
Tabel 4.19	: Hasil Uji Sumbangan Relatif .....	124

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Hubungan Etika Bisnis, Strategi Bisnis, dan Tujuan Bisnis ....	55
Gambar 2.2	: Kerangka Konseptual .....	60
Gambar 2.3	: Kerangka Berfikir .....	61
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi Pasar Comboran Timur Kota Malang .....	83
Gambar 4.2	: Hasil Uji Normal P-Plot .....	111
Gambar 4.2	: Hasil Uji Scattle Plot .....	114



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuisisioner Penelitian .....	153
Lampiran 2	: Hasil Uji Statistik dengan SPSS Versi 23 .....	157
Lampiran 3	: Data Identitas Responden .....	180
Lampiran 4	: Tabulasi Jawaban Responden.....	184
Lampiran 5	: Surat Permohonan Ijin Penelitian.....	191
Lampiran 6	: Surat Rekomendasi Pelaksanakan Penelitian .....	192
Lampiran 7	: Foto-Foto Penelitian.....	193



## MOTTO

**“Menjadi biasa itu luar biasa”**

**Lalu,**

**“Menjadi sedikit di antara yang banyak itu gak mudah”**



## ABSTRAK

Rabbani, Didin Burhanuddin. 2018. *Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan (Studi Pada Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang)*. Tesis, Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: (1) Dr. H. Salim Al Idrus, M.M., M.Ag. (2) Dr. Siswanto, M.Si.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, Pendidikan, Pendapatan*

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pengaruh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. (2) menganalisis pengaruh etika bisnis Islami terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. (3) menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. (4) menganalisis pengaruh pendidikan terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. (5) menganalisis variabel dominan antara etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Pasar Comboran Timur Kota Malang dengan menggunakan data *cross section* yakni melalui penyebaran kuisioner dengan metode *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. (2) terdapat pengaruh etika bisnis Islami terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. (3) terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. (4) tidak terdapat pengaruh yang signifikan pendidikan terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. (5) variabel etika bisnis Islami merupakan variabel dominan yang berpengaruh terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang pada penelitian ini.

Dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, dan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa hanya variabel pendidikan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, hal ini dikarenakan wirausaha merupakan pekerjaan di sektor informal, dimana negara-negara berkembang seperti Indonesia untuk bekerja pada sektor informal tidak memerlukan kualifikasi pendidikan yang tinggi.

## ABSTRACT

Rabbani, Didin Burhanuddin. 2018. *Analisis The Influence of Islamic Business Ethics, Business Location, and Education Toward Income (Study of Second Hand Goods Entrepreneurs In East Comboran Market Malang)*. Thesis, Magistee of Islamic Economics Department Postgraduate of State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang. Adviser: (1) Dr. H. Salim Al Idrus, M.M., M.Ag. (2) Dr. Siswanto, M.Si.

Keyword: *Islamic Business Ethics, Business Location, Education, Income.*

The goals of this research are (1) analyse the influence Islamic business ethics, business location, and education toward income of second hand goods entrepreneurs in East Comboran Market Malang (2) analyse the influence Islamic business ethics toward income of second hand goods entrepreneurs in East Comboran Market Malang (3) analyse the influence business location toward income of second hand goods entrepreneurs in East Comboran Market Malang (4) analyse the influence education toward income of second hand goods entrepreneurs in East Comboran Market Malang (5) analyse the dominant variable between Islamic business ethics, business location, and education toward income of second hand goods entrepreneurs in East Comboran Market Malang.

This research uses quantitative approach. This research was done in East Comboran Market Malang and uses cross section data which was done by disseminating questionnair by purposive sampling method.

According the result of this research which has been done shows thats (1) it has found the influence Islamic business ethics, business location, and education toward income of second hand goods entrepreneurs in East Comboran Market Malang (2) it has found the influence Islamic business ethics toward income of second hand goods entrepreneurs in East Comboran Market Malang (3) it has found the influence business location toward income of second hand goods entrepreneurs in East Comboran Market Malang (4) it has not found the influence education toward income of second hand goods entrepreneurs in East Comboran Market Malang (5) the variable of Islamis business ethics is the dominant variable which influence toward income of second hand goods entrepreneurs in East Comboran Market Malang.

It's concluded that simultaneously has found the influence Islamic business ethics, business location, and education toward income of second hand goods entrepreneurs in East Comboran Market Malang, and the result of experiment partially show that just the variable of education which doesn't influence significantly toward the income of second hand goods entrepreneurs in East Comboran Market Malang, it cause ofthe entrepreneurs is a job in informal sector, which is in growing up country as like Indonesia to work in informal sector doesn't need qualification of high education.

## مستخلص البحث

رباني، ديدين برهان الدين. 2018. تحليل تأثير آداب السلوك التجاري الإسلامي، محل العناء والتربية على الإيراد ( الدراسة على رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج). رسالة الماجستير. كلية الدراسات العليا في قسم الإقتصادية الشرعية بجامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج. المشرف الأول: الدكتور سالم الإدروس، والمشرف الثاني: الدكتور سسونتو.

الكلمات الأساسية: آداب السلوك التجاري الإسلامي، محل العناء، التربية، إيراد.

هدف هذا البحث (1) لتحليل تأثير آداب السلوك التجاري الإسلامي، محل العناء والتربية على إيراد رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج. (2) لتحليل تأثير آداب السلوك التجاري على إيراد رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج. (3) لتحليل تأثير محل العناء على إيراد رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج. (4) لتحليل تأثير التربية على إيراد رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج. (5) لتحليل المتغيرات الغالبة بين آداب السلوك الإسلامي، محل العناء والتربية على إيراد رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج.

أما منهج هذا البحث فهي المدخل الكمي. مكان هذا البحث في السوق جومبوران الشرقي مالانج باستخدام البيانات كروش شكشيون بواسطة تعميم الاستبانة بالطريقة فرفسف سمفليخ.

أما نتائج البحث فهي (1) كان تأثير آداب السلوك التجاري، محل العناء والتربية على إيراد رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج. (2) كان تأثير آداب السلوك التجاري على إيراد رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج. (3) كان تأثير محل العناء على إيراد رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج. (4) ليس للتربية تأثير على إيراد رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج. (5) المتغيرات آداب السلوك الإسلامي هي المتغيرات الغالبة التي تؤثر على إيراد رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج.

نأخذ التلخيص متزامنا كان تأثير آداب السلوك الإسلامي، محل العناء والتربية على إيراد رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج، ونتيجة تجريبية جزئيا تدل على أن المتغيرات التربية ليس لها تأثير على إيراد رجل أعمال نفاية في السوق جومبوران الشرقي مالانج، لأن رجل أعمال وظيفة غير رسمية، أن بلاد متقدم مثل إندونيسيا لا يحتاج رجل أعمال باستحقاق التربية العليا.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada tahun 1997-1998 merupakan awal membuminya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di bumi pertiwi dan mulai eksis di kalangan industri masyarakat, bahkan menjadi sebuah alternatif bagi ekonomi bangsa karena memberikan suntikan pemulihan ekonomi Indonesia kala itu, terlebih dalam mendukung laju pertumbuhan ekonomi yang tentunya berimplikasi pada kesejahteraan masyarakat. Pertumbuhan UMKM semakin hari semakin mengalami transformasi pertumbuhan ke arah yang semakin positif, terbukti pada krisis pada tahun 1998 UMKM tetap berdiri kokoh dan tidak goyah. Selain itu pada tahun yang sama jumlah UMKM di Indonesia tidak malah berkurang, justru mengalami peningkatan bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012.<sup>1</sup>

Persoalan klasik selalu menghantui UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yakni seputar pembiayaan dan pengembangannya, namun hal ini tak kunjung usai jua. Pemerintah Indonesia mencatat bahwa pada 2014, hanya 30% yang mampu mengakses pembiayaan dari 56,4 juta UMKM. Kebijakan terkait UMKM kian didukung Bank Indonesia yang telah mewajibkan bagi perbankan untuk mengalokasikan pembiayaan kepada UMKM sebesar 5%

---

<sup>1</sup> Kerjasama Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dengan Bank Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, hlm. 1.

pada tahun 2015, 10% pada tahun 2016, 15% pada tahun 2017, dan 20% pada akhir tahun 2018 ini.<sup>2</sup>

Malang kota merupakan kota dengan segala prestasi, terbukti 12 penghargaan diterima oleh Kota Malang sepanjang tahun 2017 dari berbagai aspek, namun penghargaan yang bersinggungan dengan penelitian ini adalah sebagaimana berikut:

1. Dua penghargaan sekaligus diterima Kota Malang yakni Swasti Saba Wistara dari Kementerian Kesehatan dan Nata Mukti dari Kementerian Koperasi dan UMKM.
2. Penghargaan Tata Kota dari Sindo Weekly Government Award 2017.
3. Pengelola Pendidikan Terbaik dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI.<sup>3</sup>

Tak ayal seharusnya jika melihat prestasi yang dikoleksi Kota Malang memiliki cerita ironi terkait beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan para wirausahanya. Pada bidang UMKM secara khusus Kota Malang meraih penghargaan Nata Mukti atas keberhasilan pembinaan dan pengembangan koperasi di kota Malang dari Kementerian Koperasi dan UKM. Namun disisi lain jumlah UMKM sampai pada bulan Agustus 2017 hanya berjumlah 3.000 pelaku UMKM yang eksis di Kota Malang, hal ini tidak senada bila dibandingkan dengan jumlah penduduk Kota Malang yang berjumlah mencapai lebih 800.000 jiwa.<sup>4</sup> Maka dapat diketahui bahwa dengan perbandingan tersebut tingkat persentase UMKM hanya sebesar 0,3% dari

---

<sup>2</sup> Ibid., hlm. iv.

<sup>3</sup> <https://malang.merdeka.com/kabar-malang/12-prestasi-nasional-kota-malang-sepanjang-tahun-2017-171227x/kota-peduli-ham.html>. Diakses pada Hari Senin, 21 Mei 2018, Pukul 20.30 WIB.

<sup>4</sup> <http://surabaya.bisnis.com/read/20170808/11/97760/dinkop-umkm-kota-malang-mendorong-pertumbuhan-usaha-mikro>. Diakses pada Hari Senin, 21 Mei 2018, Pukul 21.00 WIB.

keseluruhan warga Malang yang terlibat dalam kegiatan perekonomian tersebut. Jumlah pelaku UMKM idealnya 2% dari populasi penduduk,<sup>5</sup> maka Kota Malang masih membutuhkan 13.000 lagi pelaku UMKM.

Persoalan meningkatnya UMKM, sudah seharusnya selaras dengan meningkatnya pendapatan. Diharapkan dengan tumbuhnya UMKM juga dapat meningkatkan pendapatan usaha para pelaku wirausaha, dimana pada penelitian kali ini berfokus kepada para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.

Berkenaan dengan beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah etika dalam berbisnis, hubungan etika dan bisnis sangatlah erat. Sejak abad ke-18 hingga saat ini, hubungan antara etika dan suatu bisnis telah banyak diperdebatkan. Di Amerika Serikat, kasus yang berhubungan dengan etika bisnis bahkan telah terjadi sebelum kemerdekaan negara ini, yakni pada 1876. Berawal dari tahun 1870, John D Rockefeller seorang pemilik *Standard Oil Company Ohio*, melakukan terobosan berkenaan dengan kesepakatan rahasia potongan harga dengan perusahaan Kereta Api yang akan mengangkut minyaknya. Akibatnya kompetitor kalah bersaing sehingga memutuskan keluar dari dunia bisnis perminyakan.<sup>6</sup>

Bisnis yang melibatkan praktik-praktik yang tidak beretika, seperti melakukan kecurangan-kecurangan, penipuan, dan tindakan bisnis lain yang tidak beretika menjadi perhatian yang sangat intensif hingga menjadi bagian

---

<sup>5</sup> <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/10/14/oxtinj440-jumlah-pengusaha-indonesia-naik>. Diakses pada Hari Senin, 21 Mei 2018, Pukul 22.00 WIB.

<sup>6</sup> H. Zinn, *A People's History of The United States* (New York: HarperCollins Publishers Inc, 2003) dalam R. W. Clement, *Just How Unethical is American Business?* (Business Horizons, No. 49, 2006), hlm. 313-327.

pembahasan tersendiri dewasa ini.<sup>7</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا  
مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.” (QS. Al-Baqarah: 188).

Fenomena yang terjadi pada pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Malang menurut Bapak Ali Muksin seorang wirausaha pada bidang onderdil bekas ini menyatakan bahwa para wirausaha lebih senang menjual barang bekas dikarenakan ingin menghindari menjual barang imitasi, karena apabila dengan barang imitasi rentan dengan praktik penipuan, terlebih bagi para pembeli baru yang belum menguasai barang yang ingin dibeli. Namun dengan adanya barang bekas justru lebih terlihat keorisinilan barangnya, tentunya dengan harga yang pantas. Sebagaimana ungkapan, “*lebih baik murah tapi pantas, dari pada mahal namun tidak beridentitas.*” Bapak berumur 52 tahun tersebut juga menambahkan bahwa pembeli barang-barang bekas disana tidak hanya dari kalangan menengah, tetapi juga dari kalangan atas terlebih untuk onderdil motor atau mobil terutama bagi para penggiat motor atau mobil antik.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> R. T. De George, *Business Ethics Edisi ke-5* (Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 2002 ), hlm. 43.

<sup>8</sup> Informasi didapat dari wawancara dengan Bapak Ali Muksin, seorang pelaku wirausaha onderdil sejak 1995, pada Hari Ahad, 20 Mei 2018 Jam 10.00 WIB.

Selain beberapa peristiwa gap di atas, Pasar Comboran ini memiliki stigma negatif dengan sebutan lain “Pasar Maling”, sebutan ini berindikasi dari barang dagangan yang dijual disana yakni barang bekas, mulai dari alat elektronik, onderdil motor dan mobil, hingga alat pelindung kepala saat mengendarai motor yakni helm. Namun sebenarnya kami sebagai penjual yang juga menerima jual- beli barang bekas tersebut tidak tahu menahu asal-usul barang tersebut, sebagai pedagang kami hanya berusaha menjual dengan sebaik-baiknya dan memberikan kepuasan kepada pembeli. Begitu keterangan dari seorang Bapak yang berdagang helm bekas tersebut.<sup>9</sup>

Selain etika dalam berbisnis, faktor yang mempengaruhi pendapatan dalam berbisnis adalah letak lokasi usaha. Penentuan lokasi merupakan suatu kegiatan strategis yang tujuannya untuk memaksimalkan pendapatan bisnis, sehingga suatu usaha dapat beroperasi dengan lancar. Lokasi juga berpengaruh terkait beban atau biaya yang akan mengurangi pendapatan.<sup>10</sup>

Lokasi Pasar Comboran memiliki keunikan tersendiri, selain sudah lamanya pasar ini beroperasi, juga sebenarnya Pasar Comboran ini berlokasi di 4 nama jalan karena memang letaknya sampai saat ini masih di pinggiran jalan, namun tetap dikenalnya dengan nama Pasar Comboran, keempat nama jalan tersebut adalah Jl. Prof. Moh. Yamin, Jl. Irian Jaya, Jl. Halmahera, Jl. Sartono SH, sehingga tidak seperti pasar pada umumnya yang menyatu di satu tempat saja. Selain itu pula tidak jarang para wisatawan baik dalam negeri maupun

---

<sup>9</sup> Informasi didapat dari wawancara dengan Bapak seorang pedagang helm bekas, pada Hari Rabu, 01 Agustus 2018 Jam 13.30 WIB.

<sup>10</sup> Eddy Herjanto, *Manajemen Operasi* (Jakarta: Grasindo, 2008), hlm. 126.

luar negeri berkunjung ke tempat ini karena memang memiliki daya tarik tersendiri, selain lokasinya juga harga yang ditawarkan dengan harga miring.<sup>11</sup>

Pasar Comboran sebenarnya sudah memiliki lokasi baru, yang akan ditampung dalam satu bangunan besar. Gedung Pasar Baru Timur Comboran ini disiapkan Pemerintah Kota Malang dengan jumlah lapak untuk 332 pedagang atau wirausaha barang bekas yang tersebar di gedung dengan dua lantai dan halaman belakang pasar. Diketahui besaran anggaran pada pembangunan gedung pasar ini telah menghabiskan dana sekitar Rp 8,144 miliar.<sup>12</sup> Selain itu pula, berkenaan dengan tata kota yang juga termasuk tata letak pasar, Kota Malang mendapatkan Penghargaan Tata Kota dari *Sindo Weekly Government Award 2017*, namun berkenaan dengan perpindahan Pasar Comboran Timur Kota Malang sampai saat ini juga belum terlaksana, padahal gedung tersebut sudah rampung sejak Januari 2018.

Mc. Grone mengatakan bahwa teori lokasi bertujuan untuk memaksimalkan pendapatan sulit ditangani dalam keadaan ketidakpastian yang tinggi dan dalam analisis dinamik. Ketidaktepatan pengetahuan, ketidakpastian biaya, pendapatan dimasa depan pada tiap lokasi, biaya relokasi yang tinggi, preferensi personal, dan pertimbangan lain membuat model maksimisasi keuntungan lokasi sulit dioperasikan. Selain itu, pelaku wirausaha mungkin saja lebih memberikan perhatiannya pada maksimisasi pendapatan untuk pertumbuhan jangka panjang dari pertumbuhan jangka pendek dan hal

---

<sup>11</sup> <https://www.kemalangaja.com/2017/04/keunikan-pasar-comboran-kota-malang.html>. Diakses pada Hari Selasa, 22 Mei 2018, Pukul 11.35 WIB.

<sup>12</sup> <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/01/17/p2p11e438-pedagang-barang-bekas-siap-dipindahkan-ke-pasar-baru-timur>. Diakses pada Hari Selasa, 22 Mei 2018, Pukul 12.32 WIB.

ini menyebabkan diterapkannya suatu keputusan tentang lokasi yang berlainan.<sup>13</sup>

Penentuan lokasi tersebut harus diperhatikan oleh para pelaku wirausaha karena tidak akan pernah lepas dari tanggungjawab lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek di muka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak merusaknya. Hal ini merupakan salah satu ajaran Islam, yakni melarang melakukan kerusakan lingkungan, seperti tertulis dalam Al-Qur'an:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.” (QS. Al-A'raf: 56)

Kota Malang juga memiliki sebutan sebagai Kota Pendidikan, hal itu juga dibenarkan dengan diperolehnya penghargaan sebagaimana dijelaskan di atas bahwa Kota Malang meraih penghargaan sebagai Pengelola Pendidikan Terbaik dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI pada 2017. Berikut angka partisipasi sekolah sebagaimana tabel di bawah ini:

<sup>13</sup> Robinsin Tarigan, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hlm. 147.

**Tabel 1.1: Angka Partisipasi Sekolah (APS) Kota Malang (%)**

<b>Rincian</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
SD/MI (7-12 Thn)	98,62	99,40	98,79	99,46	99,55	98,76
SMP/MTs (13-15 Thn)	94,34	92,69	90,17	93,89	92,52	96,32
SMA/MA (16-18 Thn)	68,80	68,96	72,18	76,81	74,15	69,16

Sumber: BPS Kota Malang 2016.

Angka Partisipasi Sekolah (APS) digunakan untuk melihat capaian Kota Malang di bidang pendidikan, hal ini jelas bahwa Angka Partisipasi Sekolah (APS) merupakan ukuran daya serap lembaga pendidikan terhadap penduduk dalam usia sekolah. Semakin meningkatnya suatu Angka Partisipasi Sekolah (APS), maka semakin jumlah penduduk yang menempuh bangku sekolah.<sup>14</sup> Setelah melihat seksama dari tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa Angka Partisipasi Sekolah (APS) di Kota Malang terlihat ada ketimpangan, yakni pada masa SMA/MA cenderung berkurang drastis, padahal kita ketahui bersama bahwa Malang adalah salah satu kota pendidikan di Indonesia, khususnya Provinsi Jawa Timur.

Padahal dalam Islam pendidikan atau belajar tidak terbatas usia dan tempat dan lebih dari itu adalah merupakan suatu kewajiban, baik melalui pendidikan formal ataupun informal.<sup>15</sup> Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

أَطْلُبُوا الْعِلْمَ مِنَ الْمَهْدِ إِلَى اللَّحْدِ.

Artinya: “Tuntutlah ilmu sejak dari buaian sampai liang lahat” (H.R. Muslim)

Hadits tersebut menjadi dasar dari ungkapan “*long life education*” atau pendidikan seumur hidup. Kehidupan didunia ini rupanya tidak sepi dari kegiatan belajar, sejak mulai lahir sampai hidup ini berakhir.

<sup>14</sup> Ibid., hlm. 25.

<sup>15</sup> Ramayulis, *Metodologi Pendidikan Agama Islam* (Jakarta: Kalam Mulia, 2005), hlm. 101.

Berkenaan dengan tingkat pendidikan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Malang tersebut tidak hanya dihuni oleh mereka yang berpendidikan rendah saja, namun juga bervariasi. Mulai dari yang tidak sekolah hingga mereka yang bergelar sarjana, demikian yang dikatakan oleh Abdur Rochman yang berwirausaha sejak lulus SMA tersebut.<sup>16</sup> Maka dari itu, ternyata berwirausaha barang bekas mendapat banyak perhatian dari berbagai level pendidikan.

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan. Orang yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi akan memperoleh pendapatan yang lebih baik. Pendidikan menjadi wahana yang menjembatani kesenjangan antara tingkat pendidikan yang telah dicapai dengan tingkat pendidikan yang diinginkan atau dipersyaratkan untuk mencapai suatu tujuan.<sup>17</sup> Disamping itu juga, hubungan antara tingkat pendapatan terhadap tingkat pendidikan berasumsikan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan maka akan semakin tinggi pula tingkat produktivitas pekerja dan pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat pendapatan mereka.<sup>18</sup>

Dari uraian di atas tersebut, maka peneliti tertarik ingin meneliti dengan judul “*Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan (Studi Pada Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang)*”

---

<sup>16</sup> Informasi didapat dari wawancara dengan Saudara Abdur Rochman, seorang pelaku wirausaha sejak lulus SMA, pada Hari Ahad, 20 Mei 2018 Jam 11.30 WIB.

<sup>17</sup> Nyoman Djinar Setiawina dan Arya Dwiandana Putri, *Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pekerjaan Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Miskin di Desa Bebandem Karangasem* (E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, Vol. 2, No. 4, April 2013), hlm. 173-180.

<sup>18</sup> Payaman J. Simanjuntak, *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia Edisi Kedua* (Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, 2001), hlm. 70.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah variabel etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang?
2. Apakah variabel etika bisnis Islami mempunyai pengaruh secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang?
3. Apakah variabel lokasi usaha mempunyai pengaruh secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang?
4. Apakah variabel pendidikan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang?
5. Variabel bebas manakah yang berpengaruh dominan (etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan) terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang?

## C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan apakah variabel etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap

pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.

2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan apakah variabel etika bisnis Islami mempunyai pengaruh secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan apakah variabel lokasi usaha mempunyai pengaruh secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.
4. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan apakah variabel pendidikan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.
5. Untuk mengetahui variabel bebas manakah yang berpengaruh dominan antara etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat atau kegunaan daripada hasil penelitian berjudul Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan (Studi Pada Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang) antara lain:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan bacaan, yang dapat memperluas cakrawala pemikiran dan wawasan pengetahuan, serta memberikan bukti empiris tentang analisis pengaruh

etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, selain itu pula sebagai rekomendasi bagi pelaksana kegiatan penelitian di bidang yang sama di masa yang akan datang.

## 2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memperkaya kajian praktis tentang analisis pengaruh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Timur Malang, disamping sebagai bahan pertimbangan serta sumbangan pemikiran bagi manajemen atau pengelola di Pasar Comboran Timur Kota Malang.

## E. Ruang Lingkup Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>19</sup> Terdapat dua jenis variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu, variabel independen (variabel X) yang terdiri dari etika bisnis Islami ( $X_1$ ), lokasi usaha ( $X_2$ ), dan Pendidikan ( $X_3$ ) serta variabel dependen (variabel Y) yaitu pendapatan pelaku wirausaha barang bekas.

### 1. Variabel Independen (variabel X)

Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 38.

ataupun yang negatif bagi variabel dependen nantinya.<sup>20</sup> Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu:

- a. Etika Bisnis Islami ( $X_1$ )
- b. Lokasi Usaha ( $X_2$ )
- c. Pendidikan ( $X_3$ )

## 2. Variabel Dependen (variabel Y)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan.<sup>21</sup> Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah pendapatan peraku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. Indikator pengukuran variabel pendapatan adalah hasil rupiah yang diperoleh oleh para responden.

Adapun ruang lingkup lokasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah kawasan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.

## F. Orisinalitas Penelitian

Agar memberikan gambaran secara komprehensif berkenaan dengan penelitian ini, maka peneliti memaparkan kajian-kajian penelitian terdahulu yang berkaitan dengan model hubungan antara etika bisnis Islami, lokasi usaha, pendidikan, dan pendapatan. Adapun penelitian terdahulu antara lain:

**Tabel 1.2 Orisinilitas Penelitian**

No	Nama, Judul, Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Desy Astrid Anindya, 2017, Pengaruh Etika	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada	Menggunakan variabel etika bisnis Islam,	Penambahan variabel yang diteliti, model

<sup>20</sup> Fatati Nuryana, *Statistik Bisnis Jilid I* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), hlm. 27.

<sup>21</sup> Ibid., hlm. 27.

	Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua, Kecamatan Delitua.	pengaruh etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha pada wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua	variabel keuntungan (laba) yang merupakan bagian dari pendapatan, metode penelitiannya kuantitatif.	analisisnya berbeda yakni dengan regresi sederhana, dan objek penelitiannya.
2	Wahyu Mijil Sampurno, 2016, Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga Penghasil Bandeng di Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah	Hasilnya menunjukkan bahwa secara umum perusahaan telah melaksanakan etika bisnis Islam sesuai dengan lima aksioma etik yang diacu (tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan, dan tanggung jawab). Selain itu, penerapan etika bisnis Islam pada perusahaan juga berdampak pada enam aspek kemajuan bisnis perusahaan (pemasaran, manajemen, dan SDM, hukum, sosial, lingkungan, dan finansial).	Menggunakan fokus tentang etika bisnis Islam dengan indikator yang digunakan oleh peneliti terdapat didalamnya.	Penambahan variabel lainnya yang mempengaruhi pendapatan, metodenya dengan kualitatif, dan objek penelitiannya yang berbeda.
3	Nuril Iksyaniyah dan Yoyok Soesatyo, 2015, Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima di Pasar Baru Krian Sidoarjo.	Berdasarkan uji-t yang dilakukan dan hasil analisis regresi linier sederhana, dapat diketahui bahwa variable lokasi usaha (X) mempunyai pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap	Menggunakan variabel independent lokasi usaha, juga menggunakan metode kuantitatif.	Penambahan variabel independent, menggunakan model analisis regresi linier sederhana, dan objek penelitian yang berbeda.

		keberhasilan usaha (Y) Pedagang Kaki Lima di Pasar Baru Krian Sidoarjo.		
4	Ayu Nyoman Paramita dan I Gede Sujana Budhiasa, 2014, Pengaruh Akumulasi Modal, Pendidikan, Kreativitas, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Perempuan di Pasar Seni Sukawati Gianyar Bali.	Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel akumulasi modal, kreativitas tenaga kerja dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Selanjutnya variabel Kreativitas Tenaga kerja dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel akumulasi modal. Dan untuk variabel tingkat pendidikan memiliki pengaruh negatif terhadap pendapatan dan akumulasi modal.	Menggunakan variabel independent pendidikan dan lokasi usaha, metode kuantitatif.	Penambahan variabel independent etika bisnis Islami, model analisisnya dengan menggunakan teknik analisis jalur ( <i>path analysis</i> ), objek penelitian yang berbeda.
5	Ribut Nurul Tri Wahyuni dan Anugerah Karta Moninka, 2016, The Impact of Education on Income Inequality Among Indonesian Workers.	Hasil pengolahan data Sakernas tahun 2013 di Indonesia menunjukkan bukti kuat bahwa pengaruh pendidikan terhadap pendapatan lebih tinggi untuk tenaga kerja yang lebih terampil (tenaga kerja dengan pendidikan tinggi).	Menggunakan variabel independent pendidikan dan metode penelitian kuantitatif.	Penambahan variabel independent yakni etika bisnis Islami dan lokasi usaha, data yang digunakan sekunder, dan model analisisnya <i>Ordinary Least Square (OLS)</i> , dan objek penelitian yang berbeda.
6	Desi Astuti, 2015, Analisis Faktor-Faktor	Berdasarkan uji t-statistik (uji secara parsial), maka	Menggunakan pendapatan sebagai	Perbedaan variabel pada variabel

	yang Mempengaruhi Pendapatan Nelayan di Kabupaten Langkat	dapat diketahui bahwa variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan nelayan di Kabupaten Langkat adalah modal kerja dan tenaga kerja pada tingkat $\alpha = 5$ persen, sedangkan variabel bebas yaitu pengalaman dan jarak tempuh melaut tidak berpengaruh signifikan secara statistik terhadap pendapatan nelayan di Kabupaten Langkat.	variabel dependent dan menggunakan metode kuantitatif.	bebasnya, model analisisnya <i>Ordinary Least Square (OLS)</i> , dan objek penelitian yang berbeda.
7	Made Dwi Vijayanti dan I Gusti Wayan Murjana Yasa, 2016, Pengaruh Lama Usaha dan Modal terhadap Pendapatan dan Efisiensi Usaha Pedagang Sembako di Pasar Kumbasari	Hasil analisis menunjukkan bahwa lama usaha dan modal berpengaruh langsung terhadap pendapatan pedagang sembako di Pasar Kumbasari. Uji selanjutnya, menemukan bahwa lama usaha, modal dan pendapatan memiliki pengaruh langsung terhadap efisiensi pedagang sembako di Pasar Kumbasari.	Menggunakan pendapatan sebagai variabel dependent dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Perbedaan pada variabel bebasnya, model analisisnya dengan menggunakan teknik analisis jalur ( <i>path analysis</i> ), dan objek penelitian yang berbeda.

Sumber: Diambil dari beberapa karya ilmiah tahun 2014-2017.

Berdasarkan penelitian terdahulu sebagaimana di atas, dapat ditemukan orisinilitas penelitian ini. Adapun posisi orisinilitas penelitian ini

yaitu pada model analisis yang digunakan yakni dengan regresi linier berganda dengan sebelumnya dilakukan uji validitas data, uji prasyarat analisis, dan setelah dianalisis dengan regresi linier berganda dilakukan uji determinasi, kemudian dilakukan uji sumbangan efektif dan sumbangan relatif. Selain itu, hal yang menjadi orisinalitas dengan penelitian sebelumnya juga yaitu pada objek penelitiannya yang berangkat dari realitas yang ada serta menguji variabel etika bisnis Islami dimana berkaitan langsung dengan stigma negatif terkait pasar barang bekas yang dikenal dengan sebutan pasar maling, lokasi usaha yang berkenaan dengan relokasi ke gedung baru yang sejak selesai dibangunnya gedung baru pada Januari 2018 hingga November 2018 ini juga belum dilakukan, dan pendidikan terkait level pendidikan para pelaku wirausaha barang bekas yang sangat variatif, uji yang dilakuaka baik secara parsial dan simultan terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.

#### **G. Definisi Variabel**

Demi mencapai pemahaman dan persepsi yang seragam mengenai penelitian ini terdapat beberapa istilah yang perlu untuk di definisikan, yaitu:

1. Etika Bisnis Islami merupakan nilai-nilai etika Islam yang dilaksanakan dalam setiap aktivitas bisnis sebagaimana pedoman dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Etika bisnis Islami dianggap penting untuk mengembalikan

moralitas dan spiritualitas dalam dunia bisnis.<sup>22</sup> Sedangkan etika bisnis Islami dalam penelitian ini adalah Serangkaian aktivitas bisnis dimana para pelaku wirausaha barang bekas lebih memilih barang bekas dikarenakan untuk menghindari barang imitasi yang terindikasi menghadirkan praktik penipuan.

2. Lokasi Usaha adalah suatu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya. Konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau yang dijual baik dari segi jenis, jumlah, maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.<sup>23</sup> Lokasi usaha yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas bisnis dilakukan, dimana sampai saat ini relokasi belum juga dilaksanakan oleh pemerintah setempat, mengingat gedung baru yang lebih layak sudah selesai di awal 2018.
3. Pendidikan adalah usaha manusia untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi-potensi pembawaan baik jasmani maupun rohani sesuai dengan nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat dan kebudayaan.<sup>24</sup> Pendidikan dalam penelitian ini adalah tingkat pendidikan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur ini terdiri dari berbagai level pendidikan, dari yang tidak menempuh pendidikan hingga mereka yang pernah mengenyam pendidikan di level perguruan tinggi.

---

<sup>22</sup> A. Riawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 26.

<sup>23</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hlm. 140.

<sup>24</sup> Fuad Ihsan, *Dasar-Dasar Kependidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 1-2.

4. Pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).<sup>25</sup> Pendapatan juga diartikan sebagai total *revenue* yang diperoleh pada periode tertentu.<sup>26</sup> Maksud dari pendapatan dalam penelitian ini adalah Sejumlah nilai mata uang dalam sebulan berjalan yang diperoleh dari usaha atau bisnis barang bekas dilihat dari etika bisnisnya, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.



---

<sup>25</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), hlm. 185.

<sup>26</sup> Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi* (Jakarta: Bina Grafika, 2004), hlm. 79.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### H. Kajian Teori

##### 1. Etika Bisnis Islami

###### a. Definisi Etika Bisnis Islami

Definisi etika bisnis Islami berangkat dari istilah “etika” dan “moral” dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama. Etika berasal dari bahasa latin “*etos*” yang berarti “kebiasaan”. sinonimnya adalah “moral”, yang juga berasal dari bahasa yang sama “*mores*”, yang berarti juga “kebiasaan”. Sedangkan bahasa arabnya adalah “akhlak”, bentuk jamak dari mufradnya yakni “*khuluq*” artinya “budi pekerti”. Keduanya bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat (*custom* atau *mores*), yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar dan baik.<sup>27</sup>

Kata akhlak diartikan sebagai ilmu yang menentukan batas antara baik dan buruk, antara yang terpuji dan tercela, tentang perkataan atau perbuatan manusia lahir dan batin.<sup>28</sup> Di samping itu, moral diterjemahkan dengan susila, yaitu perilaku yang sesuai dengan pandangan umum, yang baik dan wajar, yang meliputi kesatuan sosial dan lingkungan tertentu. Dengan demikian, moral berarti tindakan manusia yang sesuai dengan ukuran yang diterima oleh umum, sehingga tolak ukurnya adalah kebiasaan yang berlaku. Seseorang dikatakan

<sup>27</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 172.

<sup>28</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Bumi* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hlm. 13.

amoral jika berperilaku berseberangan dengan kebiasaan perilaku di sebuah tempat. Ukuran moral bisa bersifat lokal sehingga tidak sama antara satu tempat dengan yang lain.<sup>29</sup>

Setiap manusia memerlukan harta untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, maka dari itu manusia selalu berusaha memperoleh harta tersebut yakni dengan cara bekerja, salah satunya yang dianjurkan oleh Baginda Rasulullah SAW adalah berbisnis. Berkenaan dengan bisnis Islami yakni memiliki arti suatu rangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya termasuk profit, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya dalam aturan halal dan haram.<sup>30</sup> Berbisnis atau berdagang disini bukan laba material sebagai tujuan utama, namun untuk mewujudkan hal itu harus bertindak sesuai etika bisnis Islam yang menjadi tuntunan berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا  
 اللَّهُ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (QS. Al-Jumu'ah: 10)

Jadi, kesimpulan mengenai definisi etika bisnis Islam adalah merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah, kemudian tentu akan melakukan hal benar berkenaan dengan

<sup>29</sup> Ibid., hlm. 14.

<sup>30</sup> M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 17.

produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengertian etika bisnis islami tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi.<sup>31</sup>

b. Urgensi Etika Bisnis dalam Islam

Urgensi utama etika bisnis dalam Islam dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntutan moralitas. Selain itu, etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandang baru, bahwa bisnis tidak terpisah dari etika.<sup>32</sup>

Muhammad Djakfar mendeskripsikan urgensi etika dalam aktivitas bisnis dapat ditinjau dari berbagai aspek. *Pertama*, aspek teologis, bahwasannya etika dalam Islam (akhlak) merupakan ajaran Allah SWT yang diwahyukan kepada Rasulullah SAW, baik dalam bentuk Al-Qur'an maupun Sunnah. *Kedua*, aspek watak manusia, (*character*) yang cenderung mendahulukan keinginan (*will*) daripada kebutuhan (*need*). Bukankah watak dasar manusia itu secara universal adalah bersifat serakah (tamak) dan cenderung mendahulukan keinginannya dan tidak terbatas dan tidak terukur daripada sekedar memenuhi kebutuhan yang terbatas dan terukur. Dengan watak semacam ini tentu saja manusia membutuhkan pencerahan agar mereka sadar

<sup>31</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 35-36.

<sup>32</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), hlm. 60-61.

bahwasannya dalam hidup ini yang paling pokok adalah memenuhi kebutuhan yang mendasar.<sup>33</sup>

*Ketiga*, aspek sosiologis, sudah layaknya perlu adanya ajaran etika dalam dunia bisnis agar para pelaku bisnis memahami dan menyadari mana wilayah yang sah dilakukan, dan mana pula yang tidak boleh dilanggar dalam melakukan usaha. *Keempat*, perkembangan teknologi yang semakin pesat, disatu sisi banyak mendatangkan nilai positif yang semakin mempermudah dan mempercepat pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Namun, disisi lain dampak negatifnya pasti akan terjadi. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi terjadinya praktik penyimpangan etika tersebut di era kecanggihan teknologi kehadiran etika bisnis sangatlah signifikan sekali. *Kelima*, aspek akademis (*science-academic*), perlunya kajian akademik tentang etika dalam bisnis agar selalu dihasilkan teori-teori baru yang dapat diaplikasikan dalam dunia bisnis yang aktual dan kontekstual.<sup>34</sup>

#### c. Aksioma Etika dalam Bisnis Islam

Sistem etika bisnis Islam secara umum memiliki perbedaan mendasar dibanding sistem etika bisnis konvensional. Pemaparan pemikiran yang melahirkan sistem etika bisnis konvensional cenderung memperlihatkan perjalanan yang dinamis dengan cirinya yang berubah-ubah dan bersifat sementara sesuai dinamika peradaban yang dominan. Sedangkan dalam Islam mengajarkan kesatuan hubungan antar manusia

---

<sup>33</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, hlm. 31-32.

<sup>34</sup> *Ibid.*, hlm. 32-34.

dengan penciptanya. Kehidupan totalitas duniawi dan ukhrawi dengan berdasarkan sumber utama yang jelas yaitu Al Qur'an dan Hadist.

Etika bisnis dalam Islam memiliki aksioma-aksioma dasar yang dirumuskan dan dikembangkan oleh para ilmuwan muslim. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral islami. *unity* (kesatuan), keadilan (keseimbangan), kehendak bebas (*free will/ikhtiyar*), *responsibility* (tanggung jawab), dan *benevolence* (kebenaran).<sup>35</sup> Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Muhammad dan R. Lukman Faurori dalam bukunya berjudul Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis.

A. Riawan Amin juga menyampaikan terkait aksioma etika dalam bisnis Islam juga terdiri dari 5 hal, yakni: *unity* (kesatuan), keadilan (keseimbangan), kehendak bebas (*free will/ikhtiyar*), *responsibility* (tanggung jawab), dan *benevolence* (kebenaran).<sup>36</sup> Sedangkan Muhammad Djakfar dalam teorinya tidak memasukkan indikator *benevolence* (kebenaran), namun hanya terdiri dari 4 hal saja, yakni *unity* (kesatuan), keadilan (keseimbangan), kehendakbebas (*free will/ikhtiyar*), dan *responsibility* (tanggung jawab).<sup>37</sup>

Berdasarkan pemaparan dari ketiga pakar tersebut, peneliti menggunakan aksioma etika dalam bisnis Islam ini sebagai indikator dari variabel etika bisnis Islam yang dikombinasikan sebagaimana uraian dari pengertian indikator tersebut dibawah ini:

<sup>35</sup> Muhammad dan R. Lukman Faurori, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hlm. 11-21.

<sup>36</sup> A. Riawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 34-37.

<sup>37</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Bumi*, hlm. 22-29.

### 1) Kesatuan (*Unity*)

Makna Kesatuan (*unity*) atau dalam bahasa arabnya adalah tauhid dalam etika bisnis Islami merupakan sebuah kepercayaan secara menyeluruh terhadap keesaan Tuhan. Hal ini merupakan dimensi vertikal Islam yang menghubungkan dimensi sosial yang terbatas dan tak sempurna dengan Dzat yang Maha Sempurna dan tak terbatas. Hubungan vertikal ini merupakan manifestasi penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dengan menjadikan keinginan, ambisi, dan perbuatannya tunduk pada titah keagungan-Nya:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

Artinya: “Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan Semesta Alam.” (QS. Al-An’am: 162)

Kesatuan disini adalah kesatuan yang terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan dalam aspek-aspek kehidupan muslim, baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, dan pendidikan, menjadi “*homogeneous whole*” atau keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang juga menyeluruh.<sup>38</sup>

Tauhid merupakan konsep yang serba eksklusif dan inklusif. Pada tingkat absolut konsep ini membedakan Khalik dengan makhluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat oleh semua makhluk kepada

<sup>38</sup> Syed Nawab Haider Naqvi, *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis*, telah diterjemahkan oleh Husin Anis: *Etika dan Ilmi Ekonomi Suatu Sintesis Islami* (Bandung: Mizan, 1985), hlm. 50-51.

kehendak-Nya. Mengenai eksistensi manusia, konsep ini juga memberikan suatu prinsip perpaduan yang kuat sebab seluruh umat manusia dipersatukan dalam ketaatan kepada-Nya. Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam, juga sekaligus horizontal yang memadukan berbagai aspek, baik politik, ekonomi, dan sosial dalam kehidupan manusia yang menjadi kebulatan yang homogen sekaligus konsisten dengan terpadu dengan alam luas.<sup>39</sup>

Bentuk praktik kesatuan etika bisnis dalam Islam,<sup>40</sup> misalnya:

- a) Terpaksa atau dipaksa menaati perintah Allah SWT. Sebagaimana dalam Al-Qur'an surat Al-An'am ayat 163.

لَا شَرِيكَ لَهُ ۚ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ﴿١٦٣﴾

Artinya: “Tiada sekutu bagiNya; dan demikian Itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah).” (QS. Al-An'am: 163)

- b) Tidak adanya diskriminasi terhadap kru, penjual, pembeli, serta mitra kerja lainnya berdasarkan suku, ras, warna kulit, jenis kelamin, bahkan agama. Sebagaimana tertuang dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 13.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ

لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَىٰ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya: “Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang

<sup>39</sup> Ibid., hlm. 78.

<sup>40</sup> A. Riawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah*, hlm. 34-35.

yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.” (QS. Al-Hujurat: 13)

- c) Tidak menimbun harta serta mendorong setiap individu agar berlaku amanah. Seperti dalam Al-Qur’an surat Al-Kahfi ayat 46.

أَلْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا

Artinya: “Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amalan-amalan yang kekal lagi saleh adalah lebih baik pahalanya di sisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan.” (QS. Al-Kahfi: 46)

## 2) Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Hukum dan tatanan yang kita rasakan pada alam semesta mencerminkan keseimbangan yang harmonis, yang biasa dikenal dengan *sunnatullah*.<sup>41</sup>

Konsep ekuilibrium juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Al-Qur’an memang tidak membantah kecintaan terhadap kehidupan duniawi, karena merupakan suatu proses yang alami. Tetapi dibalik itu Al-Qur’an mengungkapkan bahwa selain kehidupan dunia masih ada kehidupan akhirat. Pandangan hidup

<sup>41</sup> Muhammad dan R. Lukman Faurori, *Visi Al-Qur’an tentang Etika dan Bisnis*, hlm. 12.

Islami itu tidak terbatas hanya pada hidup materialistik yang berakhir pada kematian orang di dunia.<sup>42</sup>

Maka dari itu, keseimbangan, kebersamaan, dan kemoderatan, merupakan prinsip etis yang harus diterapkan dalam aktivitas bisnis. Misalnya, membelanjakan harta tidak berlebihan atau mengeluarkan harta di jalan yang benar atau tepat guna, takaran atau timbangan dengan neraca yang benar, dan tidak memberikan kesaksian palsu. Sebagaimana tertuang dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 195.<sup>43</sup>

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.” (QS. Al-Baqarah: 195)

### 3) Kebebasan Berkehendak (*Freewill*)

Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, sehingga pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja memperlakukannya. Ayat Al-Qur'an yang merupakan dasar dari konsep ini adalah sebagai berikut:

<sup>42</sup> Mohammad Hidayah, *Fiqh Perdagangan Bebas* (Jakarta: Teraju, 2003), hlm. 3.

<sup>43</sup> A. Riawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah*, hlm. 35.

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ<sup>ط</sup> فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ إِنَّآ  
 أَعْتَدْنَا لِلظَّالِمِينَ نَارًا أَحَاطَ بِهِمْ سُرَادِقُهَا وَإِنْ يَسْتَغِيثُوا يُغَاثُوا بِمَاءٍ  
 كَالْمُهْلِ يَشْوِي الْوُجُوهَ بِئْسَ الشَّرَابُ وَسَاءَتْ مُرْتَفَقًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "Dan Katakanlah: "Kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu; Maka Barangsiapa yang ingin (beriman) hendaklah ia beriman, dan Barangsiapa yang ingin (kafir) Biarlah ia kafir". Sesungguhnya Kami telah sediakan bagi orang-orang zalim itu neraka, yang gejolaknya mengepung mereka. dan jika mereka meminta minum, niscaya mereka akan diberi minum dengan air seperti besi yang mendidih yang menghanguskan muka. Itulah minuman yang paling buruk dan tempat istirahat yang paling jelek." (QS. Al-Kahfi: 29)

Menepati kontrak atau perjanjian, menolak konsep *laissez faire*, dan *invisible hands* adalah bentuk aplikasi kehendak bebas dalam berbisnis. Dalam artian semua kehendak bebas manusia diserahkan kepada Allah SWT sehingga melahirkan kehidupan yang harmonis.<sup>44</sup>

#### 4) Tanggungjawab (*Responsibility*)

Tanggungjawab merupakan suatu prinsip dinamis yang tentunya berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan tanggungjawab adalah kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat. Menurut Sayyid Qutub Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara *person* dan keluarga, individu dan sosial atau antara suatu

<sup>44</sup> Ibid.

masyarakat dengan masyarakat lainnya.<sup>45</sup> Sebagaimana dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 15.

مَنْ اهْتَدَىٰ فَإِنَّمَا يَهْتَدِي لِنَفْسِهِ ۗ وَمَنْ ضَلَّٰ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيْهَا ۗ وَلَا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ ۗ وَمَا كُنَّا مُعَذِّبِينَ حَتَّىٰ تَبْعَثَ رَسُولًا ﴿١٥﴾

Artinya: “Barangsiapa yang berbuat sesuai dengan hidayah (Allah), Maka Sesungguhnya Dia berbuat itu untuk (keselamatan) dirinya sendiri; dan Barangsiapa yang sesat Maka Sesungguhnya Dia tersesat bagi (kerugian) dirinya sendiri. dan seorang yang berdosa tidak dapat memikul dosa orang lain, dan Kami tidak akan meng'azab sebelum Kami mengutus seorang Rasul.” (QS. Al-Isra': 15)

Konsepsi tanggungjawab dalam Islam, paling tidak karena dua aspek fundamental:<sup>46</sup>

- a) Tanggungjawab yang menyatu dengan status kekhalifahan di muka bumi. Dengan predikat ini, manusia dapat melindungi kebebasannya sendiri (dari ketamakan dan kerakusan) melalui melaksanakan tanggungjawabnya terhadap orang lain, khususnya orang miskin dalam masyarakat. Dengan tidak menunaikan tanggungjawab dalam artian ini, tentu bertentangan dengan keimanan.
- b) Konsep tanggungjawab dalam Islam pada dasarnya bersifat sukarela, tanpa paksaan. Dengan demikian, prinsip ini membutuhkan pengorbanan, hanya saja bukanlah berkonotasi yang menyensasikan. Ini berarti bahwa manusia (yang bebas) di samping harus sensitif terhadap lingkungannya, sekaligus juga

<sup>45</sup> Muhammad dan R. Lukman Faurori, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, hlm. 17.

<sup>46</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, hlm. 34-35

harus peka terhadap konsekuensi terhadap kebebasannya sendiri. Kesukarelaan pertanggungjawaban merupakan cermin implementasi iman dari seorang muslim yang menyerahkan segala hidupnya di bawah bimbingan Allah SWT.

Bertolak dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa manusia dalam Islam memiliki tanggung jawab terhadap Tuhan, diri sendiri, dan orang lain. Tanggungjawab terhadap Tuhan karena manusia sebagai makhluk yang mengakui adanya Tuhan (*tauhid*). Tanggungjawab terhadap sesama karena manusia sebagai makhluk sosial yang tidak mungkin melepaskan interaksinya dengan orang lain guna memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Adapun tanggungjawab terhadap diri sendiri karena manusia bebas berkehendak sehingga tidak mungkin dipertanggungjawabkan pada orang lain.<sup>47</sup> Hal ini sangat relevan dengan ayat suci Al-Qur'an surat Al-An'am ayat 146.

وَعَلَى الَّذِينَ هَادُوا حَرَّمْنَا كُلَّ ذِي ظُفْرٍ وَمِنَ الْبَقَرِ وَالْغَنَمِ  
حَرَّمْنَا عَلَيْهِمْ شُحُومَهُمَا إِلَّا مَا حَمَلَتْ ظُهُورُهُمَا أَوِ الْحَوَايَا أَوْ مَا  
أَخْتَلَطَ بِعَظْمٍ ذَلِكَ جَزَيْنَاهُمْ بِبَغْيِهِمْ وَإِنَّا لَصَادِقُونَ ﴿١٤٦﴾

Artinya: “Dan kepada orang-orang Yahudi, Kami haramkan segala binatang: g yang berkuku dan dari sapi dan domba, Kami haramkan atas mereka lemak dari kedua binatang itu, selain lemak yang melekat di punggung keduanya atau yang di perut besar dan usus atau yang bercampur dengan tulang. Demikianlah Kami hukum mereka disebabkan kedurhakaan mereka; dan Sesungguhnya Kami adalah Maha Benar.” (QS. Al-An'am: 146)

<sup>47</sup> Ibid.

Aplikasi tanggungjawab dalam implementasi bisnis yaitu diantaranya adalah:

- a) Dalam perhitungan margin keuntungan, nilai upah harus sesuai dengan UMR yang secara hukum atau Undang-Undang diterima oleh masyarakat.
- b) *Economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan perolehan keuntungan yang tidak dapat dipastikan diawal jumlahnya, serta tidak dapat dipastikan diawal seperti sistem konvensional.
- c) Etika bisnis Islami melarang sistem transaksi alogotoris seperti *gharar*, *ijon*, dan sebagainya di luar batas aktivitas ekonomi Islam.<sup>48</sup>

#### 5) Kebenaran (*Benevolence*)

Kebenaran dalam konteks ini selain bermakna lawan dari kesalahan, juga mengandung dua unsur, yakni kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis, kebenaran disini seperti niat yang benar, sikap, dan perilaku yang benar, meliputi transaksi, proses memperoleh komoditas, dan proses meraih keuntungan.<sup>49</sup> Aksioma dari kebenaran ini adalah memberikan petunjuk sebagai faktor dilaksanakannya prinsip ini, diantaranya kemurahan hati (*leniency*), motif pelayanan (*service motives*) dan kesadaran adanya Allah SWT

<sup>48</sup> L. Farouni, *Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qur'an*, Iqtisad Journal of Islamic Economics, Vol. 4, No. 1, Muharram 1424/ Maret 2003, hlm. 91-106.

<sup>49</sup> Muhammad dan R. Lukman Faurori, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, hlm. 18.

dan aturan-aturan yang berkaitan pelaksanaan yang menjadi prioritas (*consciousness of Allah and of His prescribed priorities*).<sup>50</sup>

Dalam kitab suci Al-Qur'an, aksioma dari kebenaran (*benevolence*) diantaranya terlihat pada surat Al-Isra' ayat 84 dan surat Thaha ayat 44.

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرُبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya: “Katakanlah: Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalanNya.” (QS. Al-Isra’: 84)

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya: “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut.” (QS. Thaha: 44)

Salah satu hadits Rasulullah SAW memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikannya sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang. Hal ini beliau sampaikan dalam sebuah hadits yang diriwayatkan sahabat Jabir bin Abdillah :

وخير الناس . المؤمن يألف ويؤلف ، ولا خير فيمن لا يألف ، ولا يؤلف  
أنفعهم للناس

Artinya: “Orang beriman itu bersikap ramah dan tidak ada kebaikan bagi seorang yang tidak bersikap ramah. Dan sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia.” (HR. Thabrani dan Daruquthni)

<sup>50</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang : Walisongo Press, 2009), hlm. 151.

## 2. Lokasi Usaha

### a. Definisi Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi berarti menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif dan mendapatkan lokasi dengan paling banyak faktor-faktor positif. Penentuan lokasi yang paling tepat akan meminimumkan beban biaya (investasi dan operasional) jangka pendek maupun jangka panjang, dan ini akan meningkatkan daya saing dalam dunia bisnis.<sup>51</sup>

Berkenaan dengan definisi lokasi adalah merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan dengan tempat untuk memajukan barang-barang dagangan. Dalam hal ini konsumen dapat melihat langsung barang yang dijual baik dari jenis, jumlah, ataupun harganya. Maka dari itu, agar konsumen dapat dengan mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.<sup>52</sup>

Menurut Kotler pengertian dari lokasi adalah suatu kegiatan perusahaan yang membuat produk menjadi incaran bagi sasaran. Tempat usaha merupakan saluran distribusi yakni serangkaian organisasi yang saling tergantung dan saling terlihat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi. Lokasi berhubungan dengan dimana suatu usaha harus tinggal atau bermarkas dan melakukan kegiatan operasionalnya.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> T. Hani Handoko, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi* (Yogyakarta: BPFE, 1999), hlm. 65.

<sup>52</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 129.

<sup>53</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principals of Marketing, Edisi 8* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2001), hlm. 148.

Menurut Kasmir tujuan yang hendak dicapai dalam penentuan lokasi adalah:

- 1) Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang, maupun kantor pusat.
- 2) Agar perusahaan dapat menentukan layout yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih sehingga memberikan efisien.
- 3) Agar perusahaan dapat menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksinya.
- 4) Agar perusahaan dapat menentukan metode persediaan yang paling baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usahanya.
- 5) Agar dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan di masa yang akan datang.<sup>54</sup>

b. Faktor-Faktor yang Menjadi Pertimbangan dalam Memilih Lokasi

Lokasi usaha yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan, baik dari segi finansial maupun non-finansial. Keuntungan dalam memilih lokasi usaha ini juga termasuk dalam indikator dari variabel lokasi usaha, namun tidak digunakan dalam penelitian ini. Keuntungan yang diperoleh dengan mendapatkan lokasi yang tepat antara lain adalah:

- 1) Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan.
- 2) Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya.
- 3) Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus-menerus.

---

<sup>54</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, hlm. 137-138,

- 4) Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha, karena biasanya sudah diperhitungkan untuk usaha perluasan lokasi sewaktu-waktu.
- 5) Memiliki nilai atau harga ekonomis yang lebih tinggi di masa yang akan datang.
- 6) Meminimalkan terjadinya konflik, terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.<sup>55</sup>

Perencanaan lokasi usaha merupakan suatu kegiatan strategis yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi usaha atau bisnis sehingga dapat melaksanakan operasionalnya dengan lancar, biaya rendah, dan memungkinkan perluasan di masa yang akan datang. Penentuan lokasi sangatlah penting dikarenakan dapat mempengaruhi kemampuan usaha dalam meraup pendapatan, hal tersebut termasuk dalam indikator lokasi usaha, namun pemaparan Eddy Herjanto ini tidak digunakan dalam indikator penelitian ini, faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Melayani konsumen dengan memuaskan.
- 2) Mendapatkan barang dagangan dengan layak.
- 3) Tenaga kerja yang cukup.
- 4) Kemungkinan perluasan usaha di kemudian hari.<sup>56</sup>

Pemilihan tempat atau lokasi usaha memerlukan pertimbangan yang cermat, adapun indikator-indikator dalam pemilihan lokasi menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>55</sup> Kasmir dan Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 221-225.

<sup>56</sup> Eddy Herjanto, *Manajemen Operasi Edisi Ketiga* (Jakarta: Grasindo, 2008), hlm. 126.

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas (penerangan), yaitu lokasi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas (*traffic*), yakni banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan besar terjadinya *impulse buying* (keputusan pembelian yang seringkali terjadi dengan spontan).
- 4) Tempat parkir, yaitu luasnya tempat parkir yang nyaman dan aman baik untuk roda dua dan roda empat.
- 5) Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar lokasi yang dekat dengan keramaian atau perkumpulan masyarakat, seperti misalnya warung makan yang dekat dengan kampus.
- 7) Kompetisi, yaitu lokasi pesaing, berkenaan dengan pelaku wirausaha yang sejenis dalam satu tempat.
- 8) Peraturan pemerintah, yaitu peraturan-peraturan yang harus ditaati oleh wirausaha yang berlokasi di tempat tersebut.<sup>57</sup>

c. Konsep Lokasi Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pemilihan lokasi yang baik adalah salah satu yang harus diperhatikan oleh wirausaha atau pedagang, agar usahanya dapat terlihat strategis dalam memperoleh pelanggan, sehingga terdapat beberapa pertimbangan yang akan dipikirkan untuk menentukan lokasi yang tepat.

---

<sup>57</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, and Satisfaction* (Yogyakarta: Andi, 2016), hlm 93-94.

Penentuan lokasi tersebut harus diperhatikan oleh pedagang karena tidak akan pernah lepas dari tanggungjawab dari lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya, dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek di muka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak mencoba merusaknya. Hal ini merupakan salah satu ajaran Islam, yaitu melarang melakukan kerusakan lingkungan, seperti tertulis dalam Al-Qur'an surat Al-A'raaf ayat 56, yaitu:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.” (QS. Al-A'raaf: 56)

Pemilihan lokasi dalam Islam merupakan suatu *ikhtiar* yang berarti proses merencanakan dan menentukan hal yang baik perihal lokasi usaha yang dalam Islam dikenal dengan bahasa *al-makanu* yang berarti tempat.<sup>58</sup> Terkait proses pemilihan lokasi sudah tercantum dalam Sabda Rasulullah SAW sebagai berikut:

“Jika engkau ingin mengerjakan suatu pekerjaan maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuatan itu baik maka ambillah, dan jika perbuatan itu buruk maka tinggallah.” (H.R. Ibnu Mubarak)

<sup>58</sup> Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Perspektif Integratif* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 72-73.

Hubungan hadits tersebut dengan konsep pemilihan lokasi adalah bahwa pilihlah lokasi yang baik, karena lokasi yang baik akan berdampak positif pada lokasi bisnisnya. Begitupun sebaliknya, jangan memilih lokasi yang jelek karena akan berdampak negatif terhadap operasional suatu usaha bisnis.<sup>59</sup>

Pemilihan lokasi berarti menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif bisnis dan mendapatkan lokasi dengan paling banyak faktor-faktor positif. Sebagaimana dalam Al-Qur'an:

مَنْ يَشْفَعْ شَفَعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۖ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

Artinya: “Barang siapa yang memberikan syafa'at yang baik, niscaya ia akan memperoleh bahagian (pahala) dari padanya. dan Barang siapa memberi syafa'at yang buruk, niscaya ia akan memikul bahagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS. An-Nisaa': 85)

Merujuk dari ayat di atas suatu perbuatan yang memberikan kebaikan kepada orang lain maka seorang yang melakukannya akan mendapatkan pahala dari Allah SWT, begitu juga sebaliknya jika seorang hamba itu memberikan sesuatu manfaat yang buruk kepada orang lain maka hamba tersebut juga akan menanggungnya. Jadi pemilihan lokasi harus memberikan kebaikan untuk lingkungan sekitar karena hal tersebut secara langsung berdampak positif terhadap usaha yang dijalankan di tempat tersebut.

<sup>59</sup> Ibid.

### 3. Pendidikan

#### a. Definisi Pendidikan

Undang-Undang tentang Pendidikan telah diatur dalam UU Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Dibagian kedua Pasal 7 terdapat hak dan kewajiban orang tua, yaitu (1) orang tua berhak berperan serta dalam memilih satuan pendidikan dan memperoleh informasi tentang perkembangan pendidikan anaknya, (2) orang tua dari anak usia wajib belajar, berkewajiban memberikan pendidikan dasar kepada anaknya.<sup>60</sup>

Pengertian pendidikan itu sendiri adalah segala sesuatu yang mengalami proses perubahan ke arah yang lebih baik. Apapun bentuknya, selama suatu konsep atas objek yang diamati oleh objek itu sendiri mengalami proses perbaikan dalam arti perubahan ke arah yang lebih baik.<sup>61</sup>

Pendidikan menurut Nurani Soyomukti adalah proses untuk memberikan manusia berbagai macam situasi yang bertujuan memberdayakan diri. Aspek yang biasanya paling dipertimbangkan antara laemberdain adalah penyadaran, pencerahan, pemberdayaan, perubahan perilaku.<sup>62</sup>

Menurut Ki Hadjar Dewantara dalam Kongres Taman Siswa yang pertama pada tahun 1930 menyebutkan bahwa pendidikan pada umumnya bermakna daya upaya untuk memajukan bertumbuhnya budi

---

<sup>60</sup> Undang-Undang Pendidikan Nasional No.13 Tahun 2003.

<sup>61</sup> Jasa Ungguh Muliaman, *Pendidikan Islam Integratif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 99.

<sup>62</sup> Nurani Soyomukti, *Teori-Teori Pendidikan* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), hlm. 27.

pekerti (kekuatan batin, karakter), pikiran (intelekt), dan tumbuh anak. Hal tersebut tidak boleh dipisahkan dari bagian-bagian tersebut agar kita dapat memajukan kesempurnaan hidup, kehidupan, dan penghidupan anak-anak yang dididik selaras dengan dunianya.<sup>63</sup>

Pengertian yang sederhana dan umum terkait makna pendidikan adalah usaha manusia untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi-potensi pembawaan baik jasmani maupun rohani sesuai dengan nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat dan kebudayaan. Usaha-usaha yang dilakukan untuk menanamkan nilai-nilai dan norma-norma tersebut serta mewariskannya kepada generasi berikutnya untuk dikembangkan dalam hidup dan kehidupan yang terjadi dalam suatu proses pendidikan.<sup>64</sup>

#### b. Jenis-Jenis Pendidikan

Dalam Undang-Undang Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 Bab 1 Pasal 1, tentang Pendidikan Formal, yakni adalah jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang yang terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi.<sup>65</sup>

Undang-Undang No.4 Tahun 1950 tentang Dasar-Dasar Pendidikan dan Pengajaran di Sekolah, pada Bab V Pasal 6 menyatakan tentang jenis pendidikan, dimana jenis atau jenjang pendidikan tersebut termasuk dalam indikator tingkat pendidikan yang digunakan pada penelitian ini, namun tidak termasuk indikator pendidikan luar biasa.

Adapun indikator tingkat pendidikan tersebut sebagai berikut:

<sup>63</sup> Fuad Ihsan, *Dasar-Dasar Kependidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 1-2.

<sup>64</sup> *Ibid.*, hlm. 5.

<sup>65</sup> Undang-Undang Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 Bab 1 Pasal 1.

1) Menurut jenisnya, pendidikan dan pengajaran dibagi sebagaimana berikut:

- a) Pendidikan dan pengajaran taman kanak-kanak.
- b) Pendidikan dan pengajaran rendah.
- c) Pendidikan dan pengajaran menengah.
- d) Pendidikan Tinggi.

2) Pendidikan dan pengajaran luar biasa diberikan dengan khusus untuk mereka yang memerlukan.

c. Dimensi Pendidikan

Orientasi dari pendidikan ditujukan kepada tiga ranah yang meliputi kognitif, afektif, dan psikomotorik. Ketiga ranah tersebut termasuk dalam indikator dari pendidikan itu sendiri, namun pada penelitian kali ini tidak digunakan karena jenjang pendidikan menjadi indikator yang tepat. Ketiga ranah tersebut dapat dikristalisasikan menjadi tiga bagian yaitu:

- 1) Dimensi Kepribadian sebagai manusia, yaitu kemampuan untuk menjaga integritas antara sikap, tingkah laku etik, dan moralitas.
- 2) Dimensi produktivitas yang menyangkut apa yang dihasilkan peserta didik dalam jumlah yang lebih banyak dan kualitas yang lebih baik setelah ia menamatkan pendidikan.
- 3) Dimensi kreativitas yang menyangkut kemampuan peserta didik untuk berpikir dan berbuat, menciptakan sesuatu yang berguna bagi diri sendiri dan masyarakat.<sup>66</sup>

<sup>66</sup> Ramayulis, *Metodologi Pendidikan Agama Islam* (Jakarta: Kalam Mulia, 2005), hlm. 23-27.

#### d. Pendidikan dalam Perspektif Islam

Pendidikan dalam perspektif Islam merupakan suatu kewajiban yang tidak dibatasi oleh usia kronologis tertentu atau sebatas pada jenjang pendidikan formal, namun juga secara informal. Dimanapun berada, setiap orang Islam harus dalam semangat mencari ilmu. Untuk itu, guru hendaknya mendorong peserta didik untuk terus mencari ilmu dimanapun berada dan kapanpun waktunya, tidak hanya terpaku dibangku sekolah (pendidikan formal) saja tapi juga di masyarakat sosial khususnya sebagai pendidikan non-formal dan keluarga (pendidikan informal).<sup>67</sup> Sebagaimana Rasulullah SAW bersabda :

أَطْبُؤُوا الْعِلْمَ مِنَ الْمَهْدِ إِلَى اللَّحْدِ.

Artinya: “Carilah ilmu dari buaian sampai liang lahat.” (H.R. Muslim)

Pendidikan dalam Islam dimulai dengan anjuran membaca. Hal ini mendorong manusia berupaya mengembangkan ilmu secara terus menerus, syariat Islam memberikan bimbingan kepada manusia supaya hidup beradab dengan ilmu yang terpadu dengan iman. Perintah membaca mendorong manusia berupaya mengembangkan IPTEK terus menerus. Hal ini mendukung tegaknya kehidupan beradab yang menandai tingginya martabat manusia dan keluhuran moralnya. Maka IPTEK yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan tidak menimbulkan kemudharatan manusia diberi kebebasan untuk dikembangkan dalam ajaran Islam.<sup>68</sup>

<sup>67</sup> Ibid., hlm. 101.

<sup>68</sup> Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 131.

Peningkatan mutu pendidikan dan kesehatan akan mempertinggi produktivitas dimasa depan, dan harus dinilai sebagai suatu investasi sumber daya manusia, dengan alasan yang jelas; bahwa masyarakat yang sehat dan punya keahlian, atau keterampilan akan lebih tinggi tingkat produktivitasnya. Pendidikan menjadi proses penting dalam regenerasi bangsa untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas guna melanjutkan tongkat estafet kepemimpinan bangsa di masa akan datang. Ajaran Islam mewajibkan semua umat Islam menuntut ilmu agar dapat memikirkan segala ciptaan Allah SWT.

Pada banyak negara berkembang, pendidikan formal adalah industri dari konsumen terbesar anggaran pemerintah. Bangsa-bangsa yang miskin telah menginvestasikan sejumlah uang yang sangat besar dalam bidang pendidikan. Alasannya sendiri bermacam-macam. Petani yang melek huruf, sekurang-kurangnya pernah mengenyam pendidikan dasar, dianggap akan lebih produktif serta lebih tanggap dalam menerima inovasi dan teknologi pertanian baru yang lebih produktif dibandingkan dengan petani-petani yang masih buta huruf, tenaga-tenaga teknis (tukang) dan mekanik, yang terlatih secara khusus dan dapat membaca dan menulis, dianggap lebih mudah menyesuaikan diri dengan produk-produk, bahan baku dasar, dan teknologi produksi yang terus berubah dan berkembang.

Tamatan sekolah menengah pertama, dengan pengetahuan dalam hitung-menghitung dan keahlian administrasi, sangat diperlukan untuk melaksanakan fungsi-fungsi administrasi dan teknis atau segenap

organisasi swasta serta pemerintah, dan juga untuk menggantikan tenaga-tenaga asing dari negara-negara maju bekas penjajahannya. Tamatan universitas dengan tingkat pelatihan yang lebih tinggi juga sangat diperlukan dalam rangka mengelola dan mengembangkan organisasi-organisasi modern milik swasta dan pemerintah.<sup>69</sup>

Al-Qur'an sejara jelas memberikan jaminan bahwa dengan ilmu melalui pendidikan akan mengangkat derajat manusia. Karena dengan berpendidikan dapat menjadikan manusia lebih beriman bila diamalkan dalam setiap aktivitas kehidupannya. Sebagaimana dalam Al-Qur'an surat Al-Mujadalah ayat 11:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِذَا قِيْلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوْا فِى الْمَجٰلِسِ فَاَفْسَحُوْا يَفْسَحِ  
 اللّٰهُ لَكُمْ ۗ وَاِذَا قِيْلَ اَنْشُرُوْا فَاَنْشُرُوْا يَرْفَعِ اللّٰهُ الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا مِنْكُمْ ۗ وَالَّذِيْنَ  
 اٰتُوْا الْعِلْمَ دَرَجٰتٍ ۗ وَاللّٰهُ بِمَا تَعْمَلُوْنَ خَبِيْرٌ

Artinya: “Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: Berlapang-lapanglah dalam majlis, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: Berdirilah kamu, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Mujadalah: 11)

#### 4. Pendapatan

##### a. Definisi Pendapatan

Pendapatan digunakan untuk mengukur standar hidup manusia secara umum, khususnya kondisi ekonomi seseorang atau rumah tangga. Pendapatan dihitung dalam rupiah yang didapat perbulannya.

<sup>69</sup> Michael P. Todaro, *Pembangunan Ekonomi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hlm. 413.

Secara sederhana, Sukirno menyatakan bahwa pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan atau tahunan.<sup>70</sup>

Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.<sup>71</sup>

Pendapatan masyarakat dapat pula diartikan sebagai penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pendapatan sama halnya dengan keuntungan, keuntungan ditentukan dengan cara mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh. Suatu perusahaan ataupun pedagang dapat dikatakan memiliki keuntungan apabila hasil penjualan yang diperoleh dikurangi dengan biaya-biaya tersebut nilainya positif maka perusahaan atau pedagang tersebut memperoleh keuntungan.<sup>72</sup>

---

<sup>70</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), hlm. 47.

<sup>71</sup> Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi* (Jakarta: Bina Grafika, 2004), hlm. 79.

<sup>72</sup> M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam* (Yogyakarta : Bayu Indra Grafika, 1997), hlm. 118.

Pendapatan yang berasal dari keuntungan karena penjualan adalah pendapatan yang didapat dari selisih penjualan barang dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang tersebut, yang termasuk biaya-biaya antara lain yaitu biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya penjualan dan lain-lain.<sup>73</sup>

b. Unsur-Unsur Pendapatan

Unsur-unsur pendapatan yang dimaksudkan menurut Zaki Baridwan adalah asal dari pada pendapatan itu diperoleh, dimana unsur-unsur tersebut termasuk dalam indikator dari variabel pendapatan, namun tidak digunakan sebagai alat ukur pada penelitian ini. Adapun unsur-unsur pendapatan tersebut meliputi:

- 1) Pendapatan hasil produksi barang atau jasa.
- 2) Imbalan yang diterima atas penggunaan aktiva sumber-sumber ekonomis perusahaan oleh pihak lain.
- 3) Penjualan aktiva diluar barang dagangan merupakan unsur-unsur pendapatan lain-lain suatu perusahaan.<sup>74</sup>

c. Sumber-Sumber Pendapatan

Pendapatan bersumber dari sejumlah kegiatan ekonomi, begitu juga sumber-sumber pendapatan ini termasuk dalam indikator variabel pendapatan, namun tidak digunakan pada penelitian ini. sebagai berikut:

- 1) Penjualan barang
- 2) Penjualan jasa

---

<sup>73</sup> Mardiasmo, *Perpajakan* (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm. 110.

<sup>74</sup> Zaki Baridwan, *Akuntansi Keuangan Intermediate: Masalah-Masalah Khusus Edisi 1* (Yogyakarta: BPF, 2011), hlm. 28.

- 3) Penggunaan aktiva perusahaan oleh pihak-pihak lain yang menghasilkan royalti atau dividen.<sup>75</sup>

Menurut Sofyan Syafri Harahap menjelaskan bahwa dasar-dasar pengukuran pendapatan atau laba perspektif Islam dirangkum dari sumber-sumber hukum Islam. Hal ini juga termasuk dalam indikator variabel pendapatan, yakni sebagai berikut:<sup>76</sup>

- 1) *Taqlid dan Mukhatarah* (Interaksi dan Resiko)

Pendapatan adalah tujuan dari hasil perputaran modal melalui transaksi bisnis, seperti menjual dan membeli, atau jenis-jenis apapun yang dibolehkan oleh syar'i. Pendapatan diperoleh tidak tanpa resiko, kemungkinan bahaya yang akan menimpa modal nantinya akan menimbulkan kerugian. Kegiatan usaha dalam proses memperoleh keuntungan memiliki perbedaan diantara wirausahawan, Islam menghendaki adanya keseimbangan antara tingkat kesulitan dan laba. Tingkat kesulitan perputaran serta perjalanan modal, semakin tinggi resiko (kerugian), maka semakin tinggi pula laba yang diinginkan pedagang.

- 2) *Muqabalah*

*Al-Muqabalah* adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan yang diinginkan pelaku usaha atau pedagang. Pendapatan itu harus diperoleh dengan cara yang baik dan halal, biaya-biaya itu pun harus resmi dan jelas serta tidak

---

<sup>75</sup> Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 23 tahun 1994, tentang *Pendapatan*.

<sup>76</sup> Syofian Syafri Harapan, *Akutansi Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 163.

mengandung unsur-unsur yang terlarang dalam syar'i, seperti riba, suap, dan mubazir.<sup>77</sup>

### 3) Keutuhan Modal Pokok

Keuntungan akan tercapai dengan syarat bila modal pokok telah kembali, sebagai alat penukaran barang yang dimiliki sejak awal aktivitas ekonomi.

### 4) Laba (Keuntungan)

Keuntungan (laba) berasal dari aktivitas ekonomi yang dilakukan pedagang atau pelaku usaha. Keuntungan yang berasal dari jual beli menunjukkan usaha yang dijalankan berjalan dengan baik. Sebagian ulama berpendapat bahwa pedagang boleh menentukan keuntungannya dengan syarat harga tidak boleh kurang dari biaya yang dikeluarkan serta tidak boleh lebih dari permintaan.

### 5) Perhitungan nilai barang di akhir tahun

Tujuan penilaian sisa barang yang belum sempat terjual di akhir tahun adalah untuk penghitungan zakat atau untuk menyiapkan neraca-neraca keuangan yang didasarkan pada nilai penjualan yang berlaku di akhir tahun itu, serta dilengkapi dengan daftar biaya-biaya pembelian dan pendistribusian.<sup>78</sup>

Kelima indikator dari variabel pendapatan di atas tersebut sebenarnya hampir memiliki makna yang sama tujuannya, yakni dihitung dalam satuan mata uang atau rupiah. Namun pada penelitian ini hanya satu indikator saja yang relevan digunakan yakni al-

<sup>77</sup> Ibid.

<sup>78</sup> Ibid.

muqabalah, dimana sebenarnya antara al-muqabalah dan laba dalam maknanya tidak jauh berbeda.

#### d. Pendapatan dalam Perspektif Islam

Pandangan tentang pendapatan menurut Islam merupakan segala sesuatu yang diperoleh manusia sebagai akibat balas jasa yang diperoleh manusia sebagai akibat balas jasa yang telah diberikan. Dalam Islam pemberian balas jasa dari pekerjaan yang dilakukan bersifat halal, tidak termasuk misalnya pendapatan akibat menjual barang-barang haram.

Prinsip individu merealisasikan kemaslahatan pribadinya memberikan peranan besar bagi kebangkitan individu yang menggerakkan aktifitas perekonomian. Sebab, ketika seseorang tidak berproduksi karena ingin memenuhi kebutuhan manusia, tapi karena ingin menjual produknya dan mendapatkan *income* sebesar mungkin. Tujuan dari kegiatan usaha merupakan keuntungan namun ada beberapa masalah yang ditimbulkan akibat dari tujuan tersebut. Seperti misalnya pembeli yang merasa dirugikan akibat sikap penjual dalam menentukan harga.<sup>79</sup> Sebagaimana dalam kitab Al-Qur'an:

أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت تِّجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا

مُهْتَدِينَ ﴿١٦﴾

Artinya: “Mereka Itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.” (QS. Al-Baqarah: 16)

<sup>79</sup> Jaribah bin Ahnad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin Khattab*, (Jakarta Timur: Khalifa, 2006), hlm. 50.

## 5. Hubungan Etika Bisnis Islami dengan Pendapatan

Hubungan antara etika bisnis dengan pendapatan banyak terlihat dari berbagai kasus, diantaranya adalah pada tahun 1999 sekitar 40 perusahaan terbesar di Amerika Serikat yang masuk ke dalam Fortune 100 melakukan perilaku yang dianggap tidak beretika, yakni dengan melakukan penipuan dalam pelaporan akuntansi, sekuritas, dan konsumen, diskriminasi, gaji para eksekutif yang tidak transparan, dan beberapa pelanggaran tidak beretika lainnya. Hal ini menimbulkan dampak pada pendapatan perusahaan dimana akan tercermin dalam laporan keuangan perusahaan yang sudah digerus akibat pelanggaran terhadap etika perusahaan, lalu kemudian berakibat pada keamanan dan keselamatan kerja karyawan, gaji karyawan, dan keberlangsungan perusahaan.<sup>80</sup>

Kisah lainnya yaitu Arnotts, pada perusahaan biskuit dari Australia ini ada yang berbuat curang yakni dengan memberikan racun pada salah satu kemasan produk mereka. Kemasan yang mengandung racun tersebut sudah tersebar ke seluruh kota di Australia dan tidak ada yang tahu kemasan mana yang terkandung racun tersebut. Berita ini sengaja disebar oleh pelaku kriminal tersebut dengan tujuan untuk memeras perusahaan Arnotts, hingga ketika itu diketahui perusahaan Arnotts memiliki dua langkah pilihan untuk mengatasi problem tersebut. Pilihan pertama yakni dengan membayar orang hendak membayar tersebut dengan sejumlah uang untuk memberitahukan kemasan mana yang beracun, atau pilihan kedua menarik semua produk yang telah didistribusikan ke seluruh kota di Australia tersebut. Perusahaan

---

<sup>80</sup> K. Wooten, *Ethical Dilemma in Human Resources Management* (Human Resources Management Review, Vol. 11, No. 1-2, 2001), hlm. 161.

Arnotts akhirnya memilih opsi yang kedua yakni dengan menarik seluruh produknya meski harus menanggung kerugian yang besar, namun dengan berdasarkan pada *Corporate Code of Conduct*-nya yang mengutamakan konsumen, perusahaan memilih opsi kedua tersebut dan memusnahkan produk yang terindikasi racun tersebut. Jelas bahwa kerugian diterima oleh perusahaan Arnotts kala itu, namun kepercayaan konsumen menjadi prioritas paling tinggi. Ternyata enam bulan kemudian, ternyata dengan mengedepankan etika bagi konsumen pendapatan perusahaan Arnotts malah lebih meningkat tiga kali lipat.<sup>81</sup>

Pada tahun 1999 juga, jurnal *Business and Society Review* menemukan bahwa 300 perusahaan besar yang terbukti melakukan komitmen dengan publik yang berlandaskan etika bisnis akan meningkatkan market value added sampai dua-tiga kali lipat daripada perusahaan lain yang tidak menerapkan hal sama. Bukti lain sebagaimana riset yang dilakukan oleh De Paul University pada tahun 1997, menemukan bahwa perusahaan yang merumuskan komitmen korporat dalam menjalankan prinsip etika bisnis memiliki kinerja finansial (berdasar pendapatan tahunan) yang lebih bagus daripada perusahaan yang tidak melakukan hal serupa. Penelitian lain yang berlokasi di Inggris pada tahun 1999-2003, menemukan bahwa permintaan terkait barang dan jasa yang dihasilkan dari perusahaan yang mengimplementasikan etika bisnis dapat meningkatkan pendapatannya dari 3,5 juta hingga 24,7 juta poundsterling. Hal ini merupakan peningkatan pendapatan yang drastis, sekaligus menunjukkan bahwa meningkatnya

---

<sup>81</sup> A. Riawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah*, hlm. 6.

kemauan konsumen di Inggris dalam membelanjakan uang mereka demi mendukung bisnis yang mereka anggap beretika dan menghindari perusahaan yang tidak beretika.<sup>82</sup>

Berbicara mengenai pendapatan, menurut Sofyan Safri Harahap termasuk dalam kategori pendapatan yakni; *taqlid* dan *mukhatarah*, *muqabalah*, keutuhan modal pokok (*Break Event Point/BEP*), laba (keuntungan), dan perhitungan nilai di akhir tahun.<sup>83</sup> Sehingga berkenaan dengan keuntungan (laba) bahwa, keuntungan (laba) bagian dari pendapatan tapi bukan pendapatan bagian dari keuntungan (laba).

Pada umumnya filosofi yang mendominasi para pebisnis adalah bagaimana cara memaksimalkan keuntungan. Pebisnis seperti ini, seperti yang dikatakan oleh Charles Diskens bahwa semua perhatian, dorongan, harapan, pandangan, dan rekanan mereka meleleh dalam dolar. Manusia dinilai dari dolarnya. Theodore Levitt mengatakan bahwa para pebisnis ada hanya untuk satu tujuan, yaitu untuk menciptakan dan mengalirkan nilai kepuasan dari suatu keuntungan hanya pada dirinya dan nilai budaya, nilai spiritual dan moral tidak menjadi pertimbangan dalam pekerjaannya. Akibatnya sungguh mengerikan, yakni dapat menyebabkan perang antar bangsa, antar lembaga, dan antar perusahaan.<sup>84</sup> Sebagaimana dalam Al-Qur'an surat Ash-Shaff ayat 10-12 yang artinya:

<sup>82</sup> Diambil dari *The Evening Standard/Cooperative Bank Ethical Index*, sebagaimana dalam A. Riawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah*, hlm. 12.

<sup>83</sup> Syofian Syafri Harapan, *Akutansi Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 163.

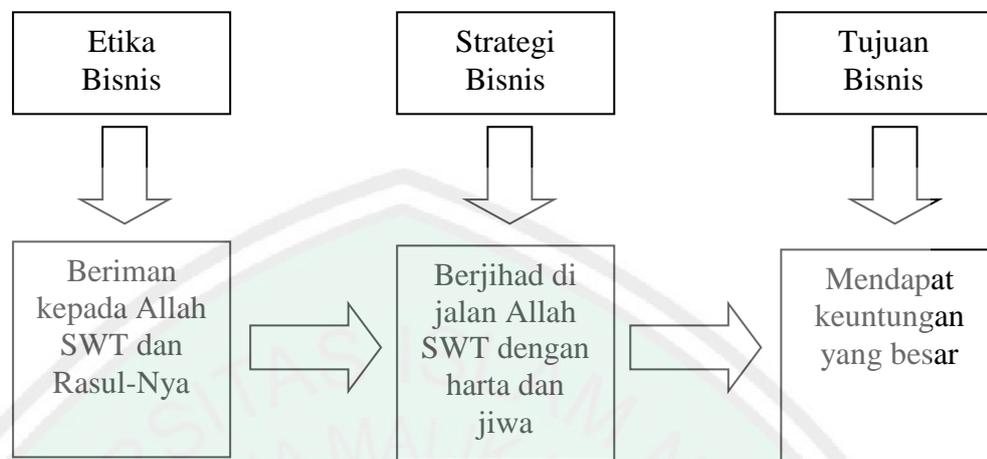
<sup>84</sup> *Ibid.*

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجْرَةٍ تُنجِيكُمْ مِّنْ عَذَابِ ٱلْأَلِيمِ ﴿١٠﴾  
 تَوَّابُونَ بِٱللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ ٱللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ ذَٰلِكُمْ  
 خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١١﴾ يَغْفِرَ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَيُدْخِلْكُمْ جَنَّاتٍ تَجْرَىٰ مِنْ  
 تَحْتِهَا ٱلْأَنْهَارُ وَمَسَاكِنَ طَيِّبَةً فِي جَنَّاتِ عَدْنٍ ذَٰلِكَ ٱلْفَوْزُ ٱلْعَظِيمُ ﴿١٢﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih?. (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan RasulNya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui. niscaya Allah akan mengampuni dosa-dosamu dan memasukkanmu ke dalam jannah yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dan (memasukkan kamu) ke tempat tinggal yang baik di dalam surga 'Adn. Itulah keberuntungan yang besar.” (QS. Ash-Shaff: 10-12)

Di Indonesia, sebagaimana menurut Jeffry H. Sinaulan bahwa masalah penegakan etika bisnis dalam persaingan bisnis semakin berat. Kondisi ini semakin sulit dan kompleks, karena banyaknya pelanggaran terhadap etika bisnis oleh para pelaku bisnis itu sendiri, sedangkan pelanggaran etika bisnis tersebut tidak dapat diselesaikan melalui hukum karena sifatnya yang tidak terikat menurut hukum. Hal ini senada dengan konsep Islam yang melarang dengan jelas terkait kecurangan dalam melakukan bisnis. Persaingan usaha yang sehat tentunya akan menjamin keseimbangan antara hak produsen dan konsumen. Indikator dari persaingan yang sehat adalah tersedianya banyak produsen, harga pasar yang terbentuk antara permintaan dan penawaran pasar, dan peluang yang sama dari setiap usaha dalam bidang industri dan perdagangan. Adanya persaingan yang sehat dapat menguntungkan semua pihak termasuk konsumen dan

pengusaha kecil, dan produsen sendiri, karena akan menghindari terjadinya konsentrasi kekuatan pada satu atau beberapa usaha tertentu.<sup>85</sup>



Sumber: M. Suyanto, 2008.

**Gambar 2.1 Hubungan Etika Bisnis, Strategi Bisnis, dan Tujuan Bisnis**

Gambar di atas tersebut menunjukkan bahwa etika bisnis Islami berlandaskan ketaatan kepada Allah SWT dan Rasul-Nya. Dengan demikian segala perilaku bisnis hendaknya sesuai dengan anjuran Islam. Strategi bisnis yang sesuai dengan Islam adalah berupaya sungguh-sungguh di jalan Allah SWT dengan mengelola sumber daya secara optimal untuk mencapai tujuan terbaik di sisi Allah SWT, baik untuk dunia dan akhirat. Implikasinya dari semua itu adalah mendapat keuntungan yang besar baik di dunia maupun di akhirat.<sup>86</sup>

## 6. Hubungan Lokasi Usaha dengan Pendapatan

Dewasa ini, pemasaran telah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Hal ini diakibatkan banyaknya perubahan yang sangat pesat

<sup>85</sup> Jefry H. Sinaulan, *Peran Penting Bisnis Bagi Perusahaan-Perusahaan Indonesia dalam Bersaing di Era Masyarakat Ekonomi Asean* (Jurnal Analisis Ekonomi Utama, Vol. 10, No. 2, 2016), hlm. 25-26.

<sup>86</sup> M. Suyanto, *MUHAMMAD Business Strategy and Ethics* (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm. 182-184.

dalam dunia pasar. Salah satu perubahan yang terjadi dalam pemasaran adalah pada strategi pemasaran yang dikenal dengan *marketing mix*. Salah satu strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya dikenal dengan *place* (lokasi usaha). Lokasi usaha sangat menentukan omset para pedagang, oleh karena itu semakin bagus persepsi masyarakat tentang tempat pasar maka semakin meningkat pula pendapatan para pelaku wirausaha, begitu juga sebaliknya.<sup>87</sup>

Menurut Isard, masalah lokasi merupakan penyeimbangan antara biaya dengan pendapatan yang dihadapkan pada suatu situasi ketidakpastian yang berbeda-beda. Keuntungan relatif dari lokasi bisa saja sangat dipengaruhi tiap waktu oleh faktor dasar: (a) biaya input atau bahan baku, (b) biaya transportasi, dan (c) keuntungan aglomerasi. Diantara berbagai biaya tersebut, jarak dan aksesibilitas tampaknya merupakan pilihan terpenting dalam konteks lokasi usaha agar dapat memaksimalkan pendapatan usaha.<sup>88</sup>

Lokasi merupakan salah satu bauran pemasaran yang memegang peran penting, ketepatan dalam pemilihan usaha merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan secara matang dalam menjalankan usaha. Sebagai salah satu unsur dari bauran pemasaran, lokasi usaha diharapkan dapat mendukung keberhasilan tujuan dari program pemasaran. Lokasi yang tepat bagi bidang usaha merupakan modal untuk mencapai tujuan. Demikian juga sebaliknya, pemilihan lokasi yang salah akan menghambat segala gerak gerak usaha sehingga akan membatasi kemampuan

---

<sup>87</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm. 125.

<sup>88</sup> Robinson Tarigan, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 147.

memperoleh pendapatan maupun kelangsungan usaha. Pemilihan usaha yang tepat dan strategis kemungkinan akan memberikan laba yang maksimum bagi para pedagang.<sup>89</sup>

Teori Weber memandang lokasi dari sisi produksi sedangkan Teori August Losch memandang lokasi dari sisi permintaan. Kedua teori itu hanya melihat dari satu sisi. Sisi produksi hanya melihat lokasi yang memberi ongkos terkecil sedangkan sisi permintaan melihat pada penerimaan maksimal yang dapat diperoleh. Kedua pandangan itu perlu digabung, yaitu dengan mencari Lokasi yang memberikan keuntungan yang maksimal setelah memperhatikan lokasi yang menghasilkan ongkos terkecil dan lokasi yang memberikan penerimaan terbesar.<sup>90</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Samsul Ma'arif dengan salah satu variabel bebasnya adalah lokasi usaha di Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang, membuktikan bahwa hasil uji hipotesis secara serempak (uji F) dapat diketahui bahwa modal, lokasi usaha, kondisi tempat berdagang secara simultan berpengaruh signifikan pada pendapatan pedagang pasar dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil perhitungan dengan uji koefisien determinasi ganda dapat diketahui bahwa modal, lokasi berdagang, kondisi tempat berdagang secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen pendapatan pelaku usaha sebesar 52,8%, sedangkan sisanya sebesar 47,2% disebabkan oleh faktor-faktor lain.<sup>91</sup>

---

<sup>89</sup> Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran* (Pekanbaru: SUSKA Press, 2012), hlm. 112.

<sup>90</sup> Robinson Tarigan, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*, hlm. 146.

<sup>91</sup> Samsul Ma'arif, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang* (Economics Development Analysis Journal, Vol. 2, No. 2, 2013), hlm. 6-7.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwasannya lokasi usaha sangat mempengaruhi pendapatan para pedagang, karena tempat yang strategis memungkinkan kalangan mana saja berminat untuk mengunjungi pasar, jadi para pelaku wirausaha harus peka terhadap keinginan konsumen terutama masalah lokasi usaha yang didirikan.

## 7. Hubungan Pendidikan dengan Pendapatan

Disamping adanya kebutuhan-kebutuhan perencanaan sumber daya manusia (*manpower planning*), yakni untuk mendapatkan tenaga-tenaga kerja terdidik dalam berbagai angkatan dalam rangka menyelenggarakan segenap kegiatan pembangunan, para anggota masyarakat sendiri, baik kaya maupun miskin, telah melakukan tekanan-tekanan politis yang sangat kuat terhadap pemerintah bagi penyediaan dan perluasan sekolah. Hal ini terjadi di semua negara berkembang. Para orang tua semakin menyadari bahwa pada masa yang hanya menerima tenaga-tenaga kerja yang terampil dan berpendidikan, maka semakin tinggi tingkat pendidikan dan semakin banyak sertifikat yang dimiliki anak-anak mereka, maka akan semakin baik pula kesempatan mereka untuk mendapatkan pekerjaan berpendapatan tinggi dan jaminan hidup yang memuaskan. Bagi golongan miskin, pendidikan bahkan dianggap sebagai jalan satu-satunya untuk mengangkat anak-anak mereka dari lembah kemiskinan.<sup>92</sup>

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Ratna Juwita dan Retno Budi Lestari (2013) bertujuan untuk melihat kontribusi antara tingkat

---

<sup>92</sup> Michael P. Todaro, *Pembangunan Ekonomi*, hlm. 413-414.

pendidikan dengan pendapatan tenaga kerja di Kota Palembang. Variabel bebas berupa pendidikan, umur, jam kerja dan jenis kelamin yang dapat mempengaruhi pendapatan tenaga kerja. Hasil penelitian menggambarkan variabel pendidikan, umur, jam kerja dan jenis kelamin secara konstanta mempunyai angka signifikan dibawah 0,05. Variabel independen tersebut berpengaruh terhadap pendapatan tenaga kerja. Jenis kelamin dan jam kerja memiliki konstanta negatif sebesar (-0,014 dan -1,721). Jenis kelamin berkonstanta negatif karena perusahaan memberikan besar kecilnya pendapatan tenaga kerja selalu berdasarkan tingkat pendidikan dan tidak berdasarkan gender. Jam kerja juga memiliki konstanta negatif dikarenakan tenaga kerja pada titik tertentu akan lebih memilih istirahat bekerja atau memilih untuk melakukan kegiatan bersenang-senang dari pada menambah jam kerja.<sup>93</sup>

Selanjutnya penelitian oleh Hartini, Saptono Putro, dan Sutardji (2013) dengan judul pengaruh tingkat pendidikan terhadap tingkat pendapatan masyarakat peternak sapi perah di Desa Sukorame Kecamatan Musuk Kabupaten Boyolali menunjukkan bahwa tingkat pendidikan yang dimiliki oleh masyarakat peternak mempengaruhi pendapatan yang mereka terima melalui pola berfikir dalam mengembangkan dan mengelola peternakan sapi perah tersebut. Pendapatan diartikan sebagai seluruh penerimaan seseorang atau kelompok baik berupa uang maupun barang, baik dari hasil sendiri maupun hasil pihak lain yang dinilai dengan uang atas

---

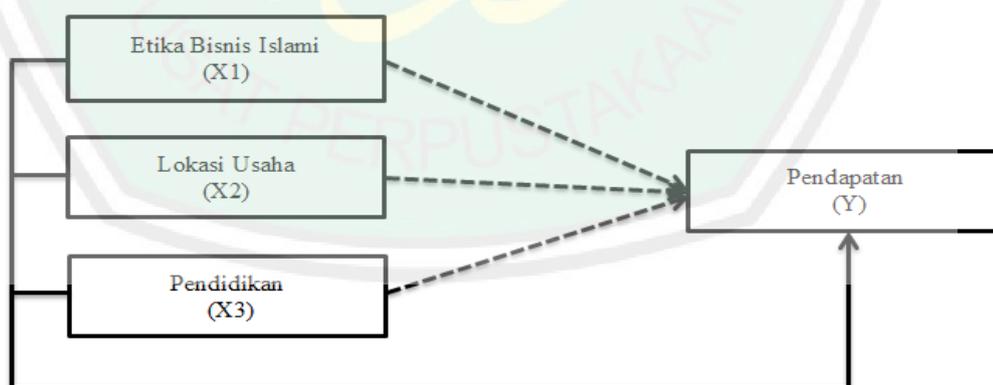
<sup>93</sup> Ratna Juwita dan Retno Budi Lestari, *Kontribusi Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Sektoral Di Kota Palembang* (Jurnal Ilmiah STIE MDP, Vol. 2, No. 2, 2013), hlm. 161-162.

harga yang berlaku dalam jangka waktu tertentu sebagai balas jasa dari faktor-faktor yang produksi.<sup>94</sup>

Tingkat pendidikan lebih diperhatikan di daerah negara-negara berpendapatan tinggi. Ada sejumlah alasan bagus untuk mempercayai hubungan kausalitas yang berlangsung dua arah. Dengan pendapatan yang tinggi maka warga dan pemerintah dapat mengeluarkan dana lebih besar untuk kepentingan pendidikan, karena dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi, maka produktifitas dan pendapatan lebih tinggi akan lebih mudah dicapai.<sup>95</sup>

### I. Kerangka Konseptual

Pada penelitian kuantitatif terdapat hubungan gejala bersifat kausal (sebab-akibat), maka peneliti dapat melakukan dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.<sup>96</sup> Kerangka konseptual pada penelitian ini terdiri atas tiga variabel independen dan satu variabel dependen sebagaimana gambar berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

<sup>94</sup> Hartini, Saptono Putro, dan Sutardji, *Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat Peternak Sapi Perah di Desa Sukorame Kecamatan Musuk Kabupaten Boyolali* (Edu Geography, Vol. 1, No. 2, 2013), hlm. 36.

<sup>95</sup> Ibid., hlm. 449.

<sup>96</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*, hlm. 42.

Dimana:

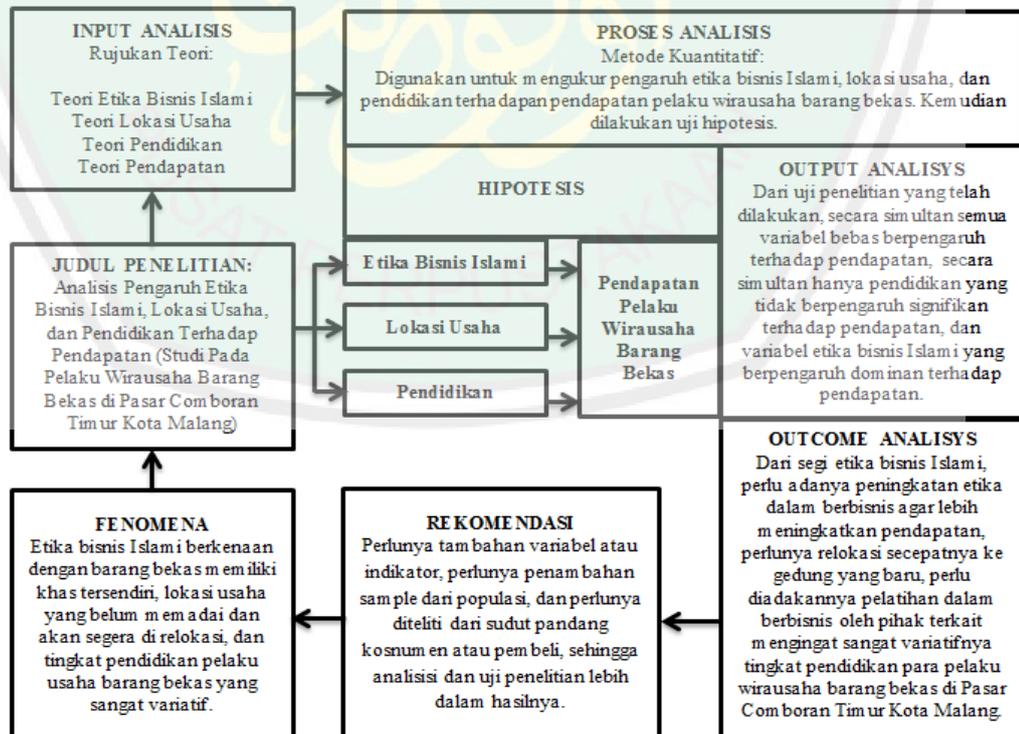
- Y = Variabel terikat (pendapatan)  
 $X_1$  = Variabel bebas pertama (etika bisnis Islami)  
 $X_2$  = Variabel bebas kedua (lokasi usaha)  
 $X_3$  = Variabel bebas ketiga (pendidikan)

Keterangan:

- > = Secara parsial  
 ==> = Secara simultan

## J. Kerangka Berfikir

Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan, pada penelitian ini akan menganalisis pengaruh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan. Dimana pada akhir penelitian ini akan membuktikan apakah terdapat pengaruh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Malang, baik secara parsial dan simultan, serta menemukan variabel manakah yang paling berpengaruh dominan diantara variabel bebas diatas.



Gambar 2.3 Kerangka Berfikir

## K. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu jawaban yang sifatnya sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui uji hipotesis dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.<sup>97</sup> Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, kajian teori hingga kerangka berfikir, maka hipotesis penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan secara simultan terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.
2. Terdapat pengaruh etika bisnis Islami secara parsial terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.
3. Terdapat pengaruh lokasi usaha secara parsial terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.
4. Terdapat pengaruh pendidikan secara parsial terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.
5. Etika Bisnis Islami merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.

---

<sup>97</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 110.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Bagian yang paling utama dalam membuat suatu penelitian adalah bagaimana membuat rancangan penelitian. Menurut Babbie, yang dimaksud dengan rencana penelitian adalah mencatat perencanaan dari cara berpikir dan merancang suatu strategi untuk menemukan sesuatu.<sup>98</sup> Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang telah kita ketahui bahwa metode kuantitatif menggunakan asumsi-asumsi pendekatan positivisme, dan penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yakni penelitian dengan menggunakan analisis data statistik atau angka-angka. Teknik analisisnya menggunakan analisis regresi linear berganda yaitu suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Tujuannya untuk mengetahui besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas  $X_1, X_2, X_3, \dots X_n$  terhadap satu variabel terikat  $Y$ .<sup>99</sup>

#### B. Jenis dan Sumber Data

Terdapat dua jenis data dalam penelitian berdasarkan sumbernya, yakni data primer dan sekunder, sebagaimana penjelasan di bawah ini:

---

<sup>98</sup> Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 53.

<sup>99</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Ekonomi dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 108.

1. Data primer adalah data yang didapat langsung dari sumber datanya, bisa melalui terjun langsung ke lapangan yang menjadi objek penelitian. Data primer juga disebut sebagai data asli atau bersifat *up to date*.
2. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (dalam hal ini, peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Badan Pusat Statistik (BPS), buku, laporan keuangan, dan lain-lain.<sup>100</sup>

Pada penelitian ini menggunakan data primer, dimana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data. Maka dari itu pula penelitian ini disebut juga dengan penelitian lapangan (*fields research*).

### C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dalam suatu penelitian, berfungsi agar seorang peneliti mengetahui pengukuran variabel sehingga dapat mengetahui baik buruknya pengukuran tersebut maka peneliti merumuskan definisi istilah berikut ini:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel Operasional	Indikator	Item Pernyataan
Etika Bisnis Islam (X1)	Serangkaian aktivitas bisnis dimana para pelaku wirausaha barang bekas lebih memilih barang bekas dikarenakan	1. Kesatuan	1. Bersedekah atau berzakat 2. Menghindari unsur sara 3. Tidak menimbun barang

<sup>100</sup> Mahyus Ekananda, *Ekonometrika Dasar: untuk Penelitian Bidang Ekonomi, Sosial dan Bisnis*, (Jakarta: Mitrawacana Media, 2015), hlm. 413.

	untuk menghindari barang imitasi yang terindikasi menghadirkan praktik penipuan. Selain itu pula berkenaan dengan etika transaksi jual beli yang dilakukan oleh para pelaku wirausaha barang bekas.	2. Keseimbangan	4. Kulakan sesuai kebutuhan 5. Harga sesuai kualitas barang 6. Menghindari sumpah palsu
		3. Kehendak bebas	7. Menepati janji dengan mitra 8. Mematuhi kebijakan pemerintah 9. Mengutamakan kepentingan pembeli
		4. Tanggung jawab	10. Menetapkan upah dengan adil 11. Pembagian keuntungan dengan adil 12. Menghindari modus yang merugikan
		5. Kebenaran	13. Melayani pembeli dengan baik 14. Kenyamanan pembeli yang paling utama 15. Berdagang demi barakah
Lokasi Usaha (X2)	Tempat dimana suatu usaha atau aktivitas bisnis dilakukan, dimana sampai saat ini relokasi belum juga dilaksanakan oleh pemerintah setempat, mengingat gedung baru yang lebih layak sudah selesai di awal 2018. Sehingga variabel lokasi usaha ini akan melihat lokasi usaha yang	1. Akses	1. Lokasi dijangkau transportasi umum 2. Lokasi di pusat kota
		2. Visibilitas	3. Lokasi usaha tidak terpencil 4. Adanya penerangan
		3. Lalu lintas	5. Pembelian spontan 6. Pembeli dari luar kota
		4. Tempat Parkir	7. Tempat parkir tertata rapi 8. Terhindar dari

	sekarang terhadap pengaruhnya kepada pendapatan.		kemacetan
		5. Ekspansi	9. Rencana perluasan 10. Lahan perluasan
		6. Lingkungan	11. Lokasi dekat dengan keramaian 12. Lokasi dekat dengan kebutuhan warga
		7. Kompetisi	13. Lokasi berdekatan dengan pesaing 14. Tidak keberatan bila berdekatan dengan pesaing
		8. Peraturan Pemerintah	15. Pendapat terkait relokasi 16. Lokasi yang baru akan lebih menguntungkan
Pendidikan (X3)	Tingkat pendidikan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang ini terdiri dari berbagai level pendidikan, dari yang tidak menempuh pendidikan hingga mereka yang pernah mengenyam pendidikan di level perguruan tinggi.	Tingkat Pendidikan Terakhir	H (X3)
Pendapatan (Y)	Sejumlah nilai mata uang dalam sebulan berjalan yang diperoleh dari usaha atau bisnis barang bekas dilihat dari etika bisnisnya, lokasi usaha, dan tingkat	Pendapatan	Y

	pendidikan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.		
--	--	--	--

#### D. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam penelitian akan menghasilkan data kuantitatif.<sup>101</sup> Adapun skala yang digunakan pada penelitian ini adalah:

##### 1. Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variable penelitian. Maka dengan skala likert variabel yang akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan alat ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan, baik bersifat favorable (positif) atau bersifat unfavorable (negatif).<sup>102</sup> Pada penelitian ini yang menggunakan skala likert adalah indikator dari variabel bebas pertama dan kedua, yakni etika bisnis Islami (X1) dan lokasi usaha (X2).

<sup>101</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 134.

<sup>102</sup> *Ibid.*, hlm. 134-135.

## 2. Skala Ordinal

Skala ordinal tidak hanya mengkategorikan variabel kedalam kelompok, tetapi juga melakukan tingkatan terhadap kategori.<sup>103</sup> Adapun variabel pendidikan (X3) pada penelitian ini menggunakan skala ordinal untuk mengklasifikasikan tingkat pendidikan terakhir para responden.

## 3. Skala Rasio

Skala Rasio pada dasarnya, memiliki sifat seperti skala interval, tetapi skala ini memiliki nol mutlak yang dapat menunjukkan ketiadaan karakteristik yang diukur. Panjang, pendapatan, dan berat merupakan contoh dari skala rasio.<sup>104</sup> Variabel pendapatan (Y) adalah variabel yang menggunakan skala rasio untuk melihat pendapatan para responden.

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan satuan yang di dalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui.<sup>105</sup> Populasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah sejumlah pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Malam. Berdasarkan informasi yang diperoleh, jumlah pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Malang adalah 332 orang.

---

<sup>103</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2001), hlm. 4.

<sup>104</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, hlm. 135.

<sup>105</sup> Bilson Simamora, *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 193.

## 2. Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi.<sup>106</sup> Mengingat jumlah populasi cukup banyak, maka dalam rangka efisiensi dan efektivitas penelitian, dilakukan *sampling* sebagai representasi dari populasi.

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan pertimbangan tertentu sesuai kebutuhan penelitian dengan karakteristik tertentu.<sup>107</sup> Karakteristik responden yang sesuai dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Responden adalah yang menjual barang bekas.
- b. Responden diutamakan yang bisa baca tulis.
- c. Responden memiliki waktu luang untuk mengisi kuisisioner atau wawancara.

Selanjutnya penentuan ukuran sampel responden menggunakan rumus *Slovin* yaitu:<sup>108</sup>

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad \text{Jadi,} \quad n = \frac{332}{1+332 \cdot 0,1^2} = 77$$

Keterangan: n = Sampel  
N = Populasi  
e = Perkiraan tingkat kesalahan

<sup>106</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, hlm. 30.

<sup>107</sup> Achmad Sani Supriyanto dan Vivin Maharani, *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia* (Malang: UIN Maliki Press, 2013), hlm. 36.

<sup>108</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, hlm. 34.

Besarnya populasi diketahui sebesar 332 orang. Sehingga setelah dilakukan perhitungan tersebut di atas bahwa besarnya sampel pada penelitian ini sebanyak 77 Responden. Besarnya penentuan sampel tersebut dilakukan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan waktu, biaya, dan tenaga yang digunakan pada saat melakukan penelitian.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

Langkah awal yang akan peneliti lakukan sebelum mengumpulkan data adalah mendatangi dan menemui pihak Kepala Pasar Comboran Timur Kota Malang untuk menyerahkan surat rekomendasi dan mengurus perizinan melaksanakan penelitian di tempat dinas terkait. Tahap selanjutnya adalah melaksanakan pengumpulan data.

Langkah-langkah dan teknik pengumpulan data selama melakukan penelitian di Pasar Comboran Timur Kota Malang sebagai berikut:

##### **1. Pengumpulan Data dengan Kuesioner (Angket)**

Langkah-langkah pengumpulan data dengan kuesioner adalah:

- a. Peneliti memberikan kuesioner kepada responden yang memenuhi kualifikasi.
- b. Peneliti mengambil kembali kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk dilakukan penilaian.
- c. Mengelompokkan dan mentabulasikan setiap jawaban dari kuesioner yang telah disebar, kemudian menghitung frekuensi dan persentasenya.
- d. Memberikan pembobotan untuk setiap jawaban dari pertanyaan atau pernyataan tertutup.

## 2. Pengumpulan Data dengan Dokumentasi

Langkah-langkah pengumpulan data dengan dokumentasi adalah:

- a. Peneliti menemui dan bertanya pada sumber informasi untuk mendapatkan data berupa arsip-arsip yang relevan dengan penelitian.
- b. Peneliti mencari informasi untuk dicatat sesuai dengan penelitian.

Adapun Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuisisioner (angket), wawancara, dan dokumentasi dengan gambaran sebagai berikut:

### 1. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.<sup>109</sup> Ada beberapa jenis kuisisioner yang dapat digunakan dalam penelitian, yaitu:

- a. Kuisisioner terbuka, merupakan angket atau pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden yang memberikan keleluasaan kepada responden untuk memberikan pendapat sesuai dengan keinginannya.
- b. Kuisisioner tertutup, merupakan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda. Jadi kuisisioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan untuk mengeluarkan pendapat. Berdasarkan uraian dari atas maka kuisisioner tertutup inilah yang digunakan oleh peneliti pada kesempatan riset kali ini.

---

<sup>109</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), hlm. 21.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden.<sup>110</sup> Pada penelitian ini juga menggunakan wawancara langsung dan juga *via whatsapp*.

## 3. Obsevasi

Observasi adalah proses peninjuan atau pengamatan pada suatu objek, hal ini bisa dilakukan sebelum dilakukannya proses penyebaran kuisioner.

## 4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari literatur, artikel, data perusahaan, dan lain-lain yang dianggap relevan dengan penelitian.

## G. Uji Kualitas Data

Berdasarkan instrument penelitian yang digunakan, kualitas data yang dihasilkan dapat dievaluasi melalui uji validitas dan uji reliabilitas, yakni:

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi begitu pula sebaliknya, bila tingkat validitasnya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan juga

---

<sup>110</sup> Ibid., hlm.18.

sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti. Untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuisisioner dalam penelitian dapat menggunakan perbandingan antara *Corrected Item-Total Correlation* yang merupakan korelasi antara skor item dengan skor total item (nilai  $r_{hitung}$ ) dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ . Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item tersebut adalah valid.<sup>111</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner. Bukti kuisisioner dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban dari responden terhadap kuisisioner adalah konsisten. Untuk mengetahui kuisisioner reliabel atau tidak reliabel dengan menggunakan *Alpha Cronbach* pada program SPSS. Kuisisioner dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach*  $> 0,60$  dan tidak reliabel jika nilai *Alpha Cronbach*  $< 0,60$ .<sup>112</sup> Menurut Riduwan dan Sunarto dengan melihat nilai korelasi *Gutman Split-Half Coefficient*, jika nilai korelasi *Gutman Split-Half Coefficient*  $> r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa kuisisioner tersebut reliabel.<sup>113</sup>

<sup>111</sup> Ibid. hlm. 348-353.

<sup>112</sup> V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayanto, *Statistika untuk Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 186-189.

<sup>113</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*, hlm. 353.

## H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui suatu model regresi yang digunakan dalam penelitian ini termasuk layak atau tidak layak. Uji asumsi klasik juga untuk menilai baik tidaknya model regresi yang dikembangkan. Adapun uji asumsi klasik meliputi:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Jika data ternyata tidak berdistribusi normal, maka analisis nonparametrik dapat digunakan. Jika data berdistribusi normal, maka analisis parametrik termasuk model-model regresi dapat digunakan. Uji kenormalan data dapat dilakukan dengan berdasarkan grafik dan Uji Kolmogorov-Smirnov.<sup>114</sup>

Uji dapat dilakukan dengan grafik, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika dengan Uji Komogorov-Smirnov dengan cara memperhatikan nilai-nilai pada Asymp. Sig (2-tailed). Jika nilainya di atas 5 persen (software SPSS menggunakan 10 persen untuk 1 tailed), maka data dari variabel bersangkutan berdistribusi normal.<sup>115</sup>

### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolininitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model

---

<sup>114</sup> Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 77.

<sup>115</sup> Ibid.

regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel independen (bebas) banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen (terikat)
- b. Menganalisis matrik korelasi variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antara variabel bebas tidak berarti bebas dari multikolinieritas. Multikolinieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel bebas
- c. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation factor (VIF) kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana bebas menjadi variabel terikat dan dregres terhadap variabel lainnya. Nilai cut off yan dipakai adalah nilai tolerance 0.01 atau sama dengan nilai VIF di bawah 10.<sup>116</sup>

### 3. Uji Heteroskedastiditas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan

<sup>116</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, hlm. 105-106.

ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residunya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Dasar analisisnya sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>117</sup>

Uji selanjutnya untuk heteroskedastisitas menggunakan *Park Test*, Kriteria pengujian menyatakan apabila probabilitas yang dihasilkan dari pengujian *Park Test*  $\geq$  level of significant ( $\alpha=5\%$ ) maka residual dinyatakan memiliki ragam yang homogen atau tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>118</sup>

---

<sup>117</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, hlm. 139.

<sup>118</sup> *Ibid.*, hlm. 141-142.

## I. Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh akan dianalisis sehingga dari penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan untuk dipertanggungjawabkan hasilnya. Berikut langkah-langkah dalam menganalisis data dalam penelitian ini:

### 1. Metode Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif adalah analisis yang menggambarkan suatu data yang akan dibuat baik sendiri maupun secara kelompok. Tujuan analisis deskriptif untuk membuat atau memperoleh gambaran secara sistematis data yang faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diteliti.<sup>119</sup> Data yang diambil dari data primer berupa kuisioner yang telah diisi oleh para responden.

### 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis kuantitatif pada penelitian pada penyusunan penelitian tidak jarang yang menggunakan regresi. Regresi bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel tergantung atau *dependen*, sedangkan variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau variabel *independent*. Uji regresi terbagi menjadi 2 yaitu regresi linier sederhana dan regresi linier berganda.<sup>120</sup> Analisis regresi merupakan prosedur yang kuat dan *fleksibel* dalam menganalisis hubungan dan atau pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Regresi dapat digunakan untuk:

---

<sup>119</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 38.

<sup>120</sup> V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayanto, *Statistika untuk Penelitian*, hlm. 83.

- a. Menentukan apakah variabel independen dapat menjelaskan varian variabel dependen secara signifikan. Dengan kata lain, untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kedua variabel.
- b. Menentukan seberapa besar varian variabel dependen dapat dijelaskan variabel independen, yakni untuk mengetahui kekuatan hubungan.
- c. Memprediksi nilai variabel dependen.
- d. Mengontrol variabel lain saat kita mengevaluasi kontribusi satu atau sejumlah variabel.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi berganda dengan metode regresi berganda dua prediktor. Regresi berganda adalah salah satu alat yang digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen).<sup>121</sup> Sedangkan metode regresi berganda adalah metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh tiga variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen). Bentuk umum regresi linier berganda dua prediktor atau persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

- Y = Variabel terikat (pendapatan)
- a = Konstanta
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel
- X<sub>1</sub> = Variabel bebas pertama (etika bisnis Islami)
- X<sub>2</sub> = Variabel bebas kedua (lokasi usaha)
- X<sub>3</sub> = Variabel bebas ketiga (pendidikan)
- e = Tingkat kesalahan

<sup>121</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 301.

Dalam penelitian ini, uji hipotesis yang digunakan adalah uji signifikan parameter individual (uji t). Akan tetapi sebelum dilakukan uji hipotesis, perlu dilakukan penilaian terhadap ketetapan model regresi yaitu dengan uji F.

a. Uji Simultan (Uji F)

Pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan ketetapan penggunaan model regresi dalam memprediksi variabel dependen.<sup>122</sup> Dasar pengambilan keputusannya adalah membandingkan nilai sig. dengan nilai tingkat kepercayaan ( $\text{sig} < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bisa digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

b. Uji Parsial (Uji T)

Pada dasarnya, uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.<sup>123</sup> Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikan hasil perhitungan dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Apabila nilai sig. lebih kecil dari tingkat signifikansi sebesar 5% ( $\text{sig} < \alpha$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi (*Goodness of Fit*), yang dinotasikan dengan  $R^2$ , merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat

---

<sup>122</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, hlm. 84.

<sup>123</sup> Ibid.

menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Dengan kata lain, angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya.<sup>124</sup> Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maka menggunakan angka R square (angka korelasi yang dikuadratkan), inilah yang kemudian juga disebut sebagai koefisien determinasi.<sup>125</sup>

Alat analisis SPSS sudah dapat memberikan jawaban atas setiap uji hipotesis yang dilakukan, selain itu juga dapat memberikan jawaban atas berapa besar (koefisien determinasi) pengaruh bersama-sama variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Namun demikian, dari tampilan output SPSS tersebut belum bisa mengetahui besaran (berapa%) kontribusi pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (terikat) dengan menggunakan analisis sumbangan efektif dan sumbangan relatif sebagaimana berikut ini:

a. Sumbangan Efektif (SE)

Sumbangan efektif (SE) adalah ukuran sumbangan dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) dalam analisis regresi berganda. Hasil penjumlahan dari sumbangan efektif untuk semua variabel bebas (independen) adalah sama dengan jumlah nilai koefisien

---

<sup>124</sup> Nachrowi Djalal Nachrowi, *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika, untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan* (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, t.t), hlm. 20.

<sup>125</sup> Jonathan Sarwono, *Panduan Cepat dan Mudah SPSS 14* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), hlm. 85.

determinasi (*R-square*). Adapun rumus untuk mengetahui hasil sumbangan efektif (SE) sebagaimana berikut:<sup>126</sup>

$$SE(X)\% = BX.Koefisien Korelasi.100\% \text{ atau } SE(X)\% = BX.rXY.100\%$$

**b. Sumbangan Relatif (SR)**

Sumbangan relatif (SR) adalah ukuran untuk menunjukkan besarnya sumbangan suatu variabel bebas (independen) terhadap jumlah kuadran regresi. Jadi, nantinya jumlah sumbangan relatif dari semua variabel bebas (independen) adalah sama dengan 100% atau 1. Adapun rumus untuk mengetahui hasil sumbangan relatif (SR) sebagaimana berikut:<sup>127</sup>

$$SR(X)\% = \frac{\text{Sumbangan Efektif (X)\%}}{R\text{-Square}} \text{ atau } SR(X)\% = \frac{SE(X)\%}{R\text{-Square}}$$

Pada penelitian data ini tidak perlu dilakukan transformasi atau standarisasi data meskipun data yang akan dikumpulkan jaraknya berbeda jauh, namun dengan syarat harus terpenuhinya uji asumsi klasik.<sup>128</sup> Memang beberapa analisis multivariat menghendaki data input dengan unit satuan sama dan momen homogen, misalnya analisis jalur, PLS, GSCA, dan WarPLS. Namun analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang merupakan analisis multivariabel bukan multivariat.<sup>129</sup>

<sup>126</sup> <https://www.spssindonesia.com/2018/02/cara-menghitung-se-sr-regresi-berganda.html>. Diakses pada 24 September 2018, pukul 21.15.

<sup>127</sup> Ibid.

<sup>128</sup> Sofyan Yamin, Lien A. Rachmach, dan Heri Kurniawan, *Regresi dan Korelasi dalam Genggaman Anda* (Jakarta: PT. Salemba Empat, 2011), hlm. 53.

<sup>129</sup> Solimun, Adji Achmad Rinaldo Fernandes, dan Nurjannah, *Metode Statistika Multivariat* (Malang: UB Press, 2017), hlm. 21.

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Pasar Comboran**

Comboran merupakan sebuah daerah di sebelah selatan Pasar Besar Malang dan tak pernah sepi di siang hari. Wilayah ini sangat terkenal sebagai salah satu pasar loak terbesar di Malang walaupun sesungguhnya tidak hanya barang loakan saja yang dijual di tempat tersebut.

Nama Comboran sendiri sesungguhnya berasal dari fungsi tempat tersebut di masa lalu sebagai tempat penyomboran. Penyomboran sendiri merupakan suatu istilah yang berarti tempat untuk memberi makan kuda. Pada masa lalu, sebagai tempat mangkal dan memberi makan kuda, Comboran merupakan tempat berkumpulnya banyak dokar yang lalu lalang di kota Malang. Banyaknya jumlah kuda tersebut mengakibatkan tempat tersebut dipenuhi oleh kotoran dari kuda dan membuat wilayah sekitarnya memiliki bau yang menyengat.

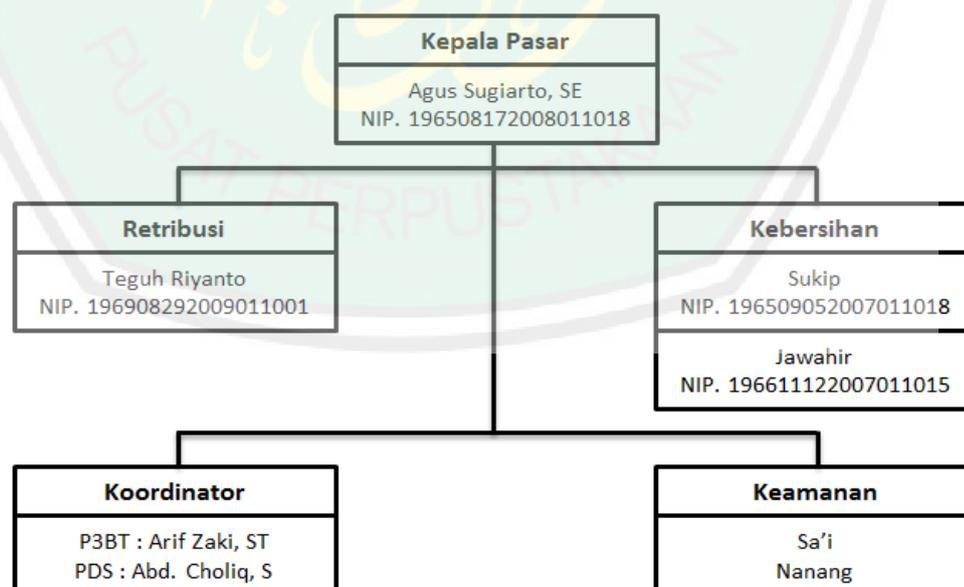
Pada saat ini wilayah yang biasa disebut dengan Comboran meliputi tiga jalan yang ada di kota Malang dan saling berhubungan. Jalan tersebut adalah jalan Irian Jaya, jalan Prof. Moh. Yamin, jalan Sartono S.H., dan jalan Halmahera. Banyaknya jenis barang dagangan yang ada di Comboran juga membuat pasar ini terkesan lengkap dan menjual berbagai macam barang bekas. Belum lagi dengan adanya beberapa warung di sekitarnya yang

memiliki rasa yang lezat sehingga sejak puluhan tahun yang lalu, Comboran tak pernah ditinggalkan oleh pengunjungnya.

Barang bekas atau barang rombeng yang dijual sangat variatif, mulai dari onderdil mobil, sepeda motor, sepeda ontel sampai barang-barang bekas lainnya dari elektronik, HP, sampai barang pertanian seperti arit, pacul dan tetek-bengek yang seolah-olah sudah tidak berharga lagi ada disana.

## 2. Struktur Organisasi Pasar Comboran Timur Kota Malang

Struktur organisasi merupakan suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan (*job discription*) antara yang satu dengan yang lain, dan hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang tersebut dengan detail agar tidak terjadi *miss function*. Adapun struktur organisasi Pasar Comboran Timur Kota Malang sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pasar Comboran Timur Kota Malang

Berikut ini adalah tugas, wewenang, dan tanggung jawab setiap lini dari struktur organisasi Pasar Comboran Timur Kota Malang.

a. Kepala Pasar

Kepala Pasar Comboran Timur Kota Malang ini adalah seorang sarjana ekonomi yakni Bapak Agus Sugiarto, SE. Adapun *job discription* dari kepala pasar tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Membantu Kepala Dinas Perdagangan dalam menyelenggarakan sebagian urusan pemerintahan dibidang pengelolaan, penataan, pengawasan, dan pengendalian pasar.
- 2) Mengatur pelaksanaan pelayanan penetapan perijinan serta penyusunan dan pembuatan Daftar Induk Wajib Retribusi Pasar.
- 3) Penyiapan bahan perencanaan dan pelaporan pengembangan pasar.
- 4) Pelaksanaan hubungan kerjasama dalam pembinaan pengembangan pasar dan pedagang.
- 5) perumusan kebijakan teknis di bidang pengelolaan pasar.
- 6) Melaksanakan ketatausahaan kantor pasar.
- 7) Melaksanakan tugas lain yang di berikan oleh pimpinan baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan kewenangan dan bidang tugas dan fungsinya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas.

b. Retribusi

Bagian retribusi di Pasar Comboran Timur Kota Malang ini adalah Bapak Teguh Riyanto. Adapun *job discription* dari bagian retribusi pasar tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Meyusun rencana dan program kerja seksi operasional dan retribusi pasar sebagai pedoman pelaksanaan tugas.
  - 2) Melaksanakan rencana dan program kerja seksi oprasional dan retribusi pasar sebagai pedoman tugas.
  - 3) Melaksanakan koordinasi dan supervisi pengembangan operasional.
  - 4) Melaksanakan koordinasi dan sinkronasi dengan instansi terkait tentang pengelolaan retribusi pasar.
  - 5) Melaksanakan dan penetapan tugas petunjuk melaksanakan pengelolaan.
  - 6) Pelaksanakan penetapan target retribusi pengelolaan pasar.
  - 7) Melaksanakan pemungutan retribusi pasar sebagaimana yang telah di tetapkan sesuai ketentuan yang berlaku.
  - 8) Melaksanakan laporan seksi sesuai dengan hasil yang telah dicapai sebagai pertanggung jawaban pelaksanaan tugas.
  - 9) Melaksanakan tugas lain yang di berikan oleh pimpinan baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan kewenangan dan bidang tugas dan fungsinya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas.
- c. Kebersihan dan Keamanan

Bagian kebersihan di Pasar Comboran Timur Kota Malang ini adalah Bapak Sukip dan Bapak Jawahir, sedangkan untuk bagian keamanan adalah Bapak Nanang dan Bapak Sa'i. Adapun *job discription* dari bagian kebersihan dan kemandan pasar tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun rencana dan program kerja seksi kebersihan dan keamanan pasar sebagai pedoman pelaksanaan tugas.

- 2) Melaksanakan rencana dan program kerja seksi kebersihan dan keamanan pasar sebagai pedoman pelaksanaan tugas.
- 3) Melaksanakan koordinasi dan supervisi pengembangan kebersihan dan keamanan pasar.
- 4) Melaksanakan pengawasan dan pengelolaan kebersihan dan keamanan pasar.
- 5) Melaksanakan laporan seksi sesuai dengan hasil yang telah di capai sebagai pertanggung jawaban pelaksanaan tugas.
- 6) Penyusunan rencana kegiatan pembinaan terhadap pemeliharaan dan kebersihan pasar.
- 7) Menjaga dan memelihara Asset dan Inventaris Pasar.
- 8) Melaksanakan tugas lain yang di berikan oleh pimpinan baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan kewenangan dan bidang tugas dan fungsinya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas.

d. Koordinator P3BT dan PDS

P3BT adalah singkatan dari Persatuan Para Pedagang Baru Timur dan PDS adalah singkatan dari Persatuan Dagang Sepeda. Berkenaan dengan dua kelompok ini yang memiliki koordinator sebagai penyambung lidah guna menjembatani dari apa yang terjadi dan hal yang diinginkan para pelaku wirausaha di Pasar Comboran Timor Kota Malang kepada atasan, yakni para petugas pengelola pasar yang terdiri dari Kepala Pasar itu sendiri beserta staffnya.

Selain itu pula, kehadiran koordinator disini berfungsi untuk lebih memahami persoalan para pelaku wirausaha atau pedagang di lapangan.

Sehingga apabila terdapat masalah, dapat diselesaikan bersama dengan para pengelola pasar tersebut melalui musyawarah untuk mufakat.

## B. Uji Instrumen Penelitian

Kuisisioner yang akan digunakan sebagai alat pengumpul data terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen penelitian. Pengujian yang dilakukan adalah pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengukur tingkat ketepatan dan kehandalan kuisisioner sebagai alat pengumpul data. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas kuisisioner penelitian dapat dijelaskan sebagaimana di bawah ini:

### 1. Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap skor item dengan skor total menggunakan teknik *Korelasi Pearson (Product Moment)*. Kriteria pengujian menyatakan apabila koefisien korelasi ( $r_{IT}$ )  $\geq$  korelasi tabel ( $r_{tabel}$ ) berarti item kuisisioner dinyatakan valid atau mampu mengukur variabel yang diukurnya, sehingga dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data. Adapun ringkasan hasil pengujian validitas sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Item	Koefisien Korelasi	Korelasi Tabel	Ket
Etika Bisnis Islami	Kesatuan	X1.1	0.767	0.361	Valid
		X1.2	0.790	0.361	Valid
		X1.3	0.824	0.361	Valid
	Keseimbangan	X1.4	0.858	0.361	Valid
		X1.5	0.597	0.361	Valid
		X1.6	0.810	0.361	Valid
	Kehendak	X1.7	0.739	0.361	Valid

	bebas	X1.8	0.867	0.361	Valid	
		X1.9	0.808	0.361	Valid	
	Tanggung jawab	X1.10	0.514	0.361	Valid	
		X1.11	0.889	0.361	Valid	
		X1.12	0.856	0.361	Valid	
	Kebenaran	X1.13	0.776	0.361	Valid	
		X1.14	0.776	0.361	Valid	
		X1.15	0.697	0.361	Valid	
	Lokasi Usaha	Akses	X2.1	0.965	0.361	Valid
			X2.2	0.970	0.361	Valid
		Visibilitas	X2.3	0.957	0.361	Valid
			X2.4	0.957	0.361	Valid
		Lalu lintas	X2.5	0.874	0.361	Valid
			X2.6	0.889	0.361	Valid
		Tempat Parkir	X2.7	0.807	0.361	Valid
X2.8			0.911	0.361	Valid	
Ekspansi		X2.9	0.966	0.361	Valid	
		X2.10	0.970	0.361	Valid	
Lingkungan		X2.11	0.861	0.361	Valid	
		X2.12	0.906	0.361	Valid	
Kompetisi		X2.13	0.864	0.361	Valid	
		X2.14	0.925	0.361	Valid	
Peraturan Pemerintah		X2.15	0.894	0.361	Valid	
		X2.16	0.911	0.361	Valid	

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan ringkasan hasil pengujian validitas variabel penelitian diketahui bahwa semua item memiliki nilai koefisien korelasi item dengan skor total ( $r_{IT}$ ) > nilai korelasi tabel ( $r_{tabel}$ ). Dengan demikian item kuisisioner pada semua variabel dinyatakan valid atau mampu mengukur variabel tersebut, sehingga dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas variabel dimaksudkan untuk mengetahui kehandalan dan konsistensi instrumen penelitian sebagai alat untuk mengukur variabel yang diukurnya. Pengujian reliabilitas menggunakan

teknik *Cronbach's Alpha*. Kriteria pengujian menyatakan apabila koefisien *Cronbach's Alpha*  $\geq 0.6$  berarti item kuisisioner dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel yang diukurnya. Adapun hasil pengujian reliabilitas sebagaimana tabel di bawah ini:

**Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Indikator	<i>Cronbach's Alpha</i>	Cut Off	Ket
Etika Bisnis Islami	Kesatuan	0.706	0.6	Reliabel
	Keseimbangan	0.638	0.6	Reliabel
	Kehendak bebas	0.723	0.6	Reliabel
	Tanggungjawab	0.629	0.6	Reliabel
	Kebenaran	0.608	0.6	Reliabel
Lokasi Usaha	Akses	0.931	0.6	Reliabel
	Visabilitas	0.908	0.6	Reliabel
	Lalu lintas	0.714	0.6	Reliabel
	Tempat Parkir	0.632	0.6	Reliabel
	Ekspansi	0.932	0.6	Reliabel
	Lingkungan	0.714	0.6	Reliabel
	Kompetisi	0.738	0.6	Reliabel
	Peraturan Pemerintah	0.771	0.6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan ringkasan hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian diketahui bahwa semua variabel menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0.6$ . Dengan demikian item pertanyaan/kuisisioner pada semua variabel tersebut dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel tersebut, sehingga dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini.

## C. Deskripsi Data Responden

### 1. Identitas Responden

#### a. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.3 Frekuensi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	70	90.9%
Perempuan	7	9.1%
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 77 responden yang terlibat dalam penelitian ini paling banyak sebesar 90.9% merupakan pedagang laki-laki dengan jumlah 70 orang. Sementara sisanya sebesar 9.1% merupakan pedagang perempuan dengan jumlah 7 orang saja.

#### b. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Identitas responden berdasarkan usia dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Frekuensi Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
≤ 25 tahun	1	1.3%
26 - 35 tahun	8	10.4%
36 - 45 tahun	29	37.7%
46 - 55 tahun	24	31.2%
≥ 56 tahun	15	19.5%
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 77 responden yang terlibat dalam penelitian ini paling banyak sebesar 37.7%

berusia 26-35 tahun dan, sedangkan sebesar 31.2% responden berusia 46-55 tahun. Kemudian responden yang berusia diatas 56 tahun memiliki persentase sebesar 19.5%. Selanjutnya responden yang berusia 26-35 tahun memiliki persentase sebesar 10.4%. Sementara sisanya sebesar 1.3% responden berusia di bawah 25 tahun.

c. Identitas Responden Berdasarkan Agama

Identitas responden berdasarkan agama dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

**Tabel 4.5 Frekuensi Agama Responden**

Agama	Frekwensi	Persentase
Islam	77	100%
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer diolah, 2018.*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 77 responden yang terlibat dalam penelitian ini keseluruhan sebesar 100% beragama Islam.

d. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Identitas responden berdasarkan jenis usaha dapat dilihat melalui tabel berikut:

**Tabel 4.6 Frekuensi Jenis Usaha Responden**

Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
Barang Antik	2	2.6%
Elektronik	12	15.6%
Helm	3	3.9%
Handphone	6	7.8%
Jam	4	5.2%
Onderdil	31	40.3%
Pakaian	11	14.3%
Sepatu	8	10.4%
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer diolah, 2018.*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 77 responden yang terlibat dalam penelitian ini paling banyak sebesar 40.3% memiliki jenis usaha berupa onderdil dengan jumlah 31 orang, sedangkan sebesar 15.6% responden memiliki jenis usaha berupa elektronik dengan jumlah 12 orang. Kemudian responden yang memiliki jenis usaha berupa pakaian memiliki persentase sebesar 14.3% dengan jumlah 11 orang. Selanjutnya sebesar 10.4% responden memiliki jenis usaha berupa sepatu dengan jumlah 8 orang. Kemudian sebesar 7.8% responden memiliki jenis usaha berupa handphone dengan jumlah 6 orang. Selanjutnya sebesar 5.2% responden memiliki jenis usaha berupa jam dengan jumlah 4 orang. Sementara sisanya sebesar 3.9% responden yang memiliki jenis usaha berupa helm dengan jumlah 3 orang.

e. Identitas Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Identitas responden berdasarkan lamanya bekerja para responden dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

**Tabel 4.7 Frekuensi Lama Bekerja Responden**

Lama Bekerja	Frekuensi	Persentase
≤ 10 tahun	20	26.0%
11 - 20 tahun	23	29.9%
21 - 30 tahun	24	31.2%
≥ 30 tahun	10	13.0%
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer diolah, 2018.*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 77 responden yang terlibat dalam penelitian ini paling banyak sebesar 31.2% merupakan responden yang telah bekerja selama 21-30 tahun dengan jumlah 24 orang, sedangkan sebesar 29.9% merupakan responden yang

telah bekerja selama 11-20 tahun dengan jumlah 23 tahun. Kemudian responden yang telah bekerja kurang dari 10 tahun memiliki persentase sebesar 26.0% dengan jumlah 20 tahun. Sementara sisanya sebesar 13.0% responden yang telah bekerja lebih dari 30 tahun dengan jumlah 10 orang.

f. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Identitas responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

**Tabel 4.8 Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden**

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tidak Sekolah	7	9.1%
SD atau Sederajat	17	22.1%
SMP atau Sederajat	23	29.9%
SMA atau Sederajat	23	29.9%
Perguruan Tinggi	7	9.1%
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer diolah, 2018.*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 77 responden yang terlibat dalam penelitian ini paling banyak masing-masing sebesar 29,9% berpendidikan SMP dan SMA atau sederajat, sedangkan sebesar 22,1% responden berpendidikan SD atau sederajat. Kemudian responden yang berlatar pendidikan perguruan tinggi memiliki persentase sebesar 9,1%. Sementara sisanya sebesar 9,1% responden tidak sekolah.

g. Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Identitas responden berdasarkan tingkat pendapatan dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.9 Frekuensi Pendapatan Responden

Tingkat Pendapatan	Frekuensi	Persentase
≤ 1 juta	22	28.6%
1.1 juta - 2 juta	27	35.1%
2.1 juta - 3 juta	14	18.2%
3.1 juta - 4 juta	5	6.5%
≥ 4.1 juta	9	11.7%
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 77 responden yang terlibat dalam penelitian ini paling banyak sebesar 35,1% memiliki pendapatan sebesar 1,1 juta - 2 juta, sedangkan sebesar 28,6% responden memiliki pendapatan kurang dari 1 juta. Kemudian responden yang memiliki pendapatan sebesar 2,1 juta - 3 juta memiliki persentase sebesar 18,2%. Selanjutnya persentase sebesar 11,7% merupakan responden yang memiliki pendapatan lebih dari 3 juta. Sementara sisanya sebesar 6,5% responden yang memiliki pendapatan 3,1 juta - 4 juta.

## 2. Persepsi Responden

### a. Persepsi Responden Terhadap Etika Bisnis Islami

Persepsi responden pada variabel etika bisnis islami dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.10 Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Etika Bisnis Islami

Indikator	Item	Jawaban Responden					Rata-Rata	
		SS	S	N	KS	TS		
Kesatuan	X1.1	F	37	33	7	0	0	4.39
		%	48.1%	42.9%	9.1%	0.0%	0.0%	
	X1.2	F	40	27	10	0	0	4.39
		%	51.9%	35.1%	13.0%	0.0%	0.0%	
	X1.3	F	31	38	8	0	0	4.30
		%	40.3%	49.4%	10.4%	0.0%	0.0%	

	<b>Rata - rata indikator</b>						<b>4.36</b>	
Keseimbangan	X1.4	F	34	33	10	0	0	4.31
		%	44.2%	42.9%	13.0%	0.0%	0.0%	
	X1.5	F	28	41	8	0	0	4.26
		%	36.4%	53.2%	10.4%	0.0%	0.0%	
	X1.6	F	32	34	11	0	0	4.27
		%	41.6%	44.2%	14.3%	0.0%	0.0%	
<b>Rata - rata indikator</b>						<b>4.28</b>		
Kehendakbebas	X1.7	F	35	33	8	1	0	4.32
		%	45.5%	42.9%	10.4%	1.3%	0.0%	
	X1.8	F	39	30	7	1	0	4.39
		%	50.6%	39.0%	9.1%	1.3%	0.0%	
	X1.9	F	47	17	11	2	0	4.42
		%	61.0%	22.1%	14.3%	2.6%	0.0%	
<b>Rata - rata indikator</b>						<b>4.38</b>		
Tanggung Jawab	X1.10	F	21	45	11	0	0	4.13
		%	27.3%	58.4%	14.3%	0.0%	0.0%	
	X1.11	F	27	42	8	0	0	4.25
		%	35.1%	54.5%	10.4%	0.0%	0.0%	
	X1.12	F	37	32	7	1	0	4.36
		%	48.1%	41.6%	9.1%	1.3%	0.0%	
<b>Rata - rata indikator</b>						<b>4.25</b>		
Kebenaran	X1.13	F	36	27	12	2	0	4.26
		%	46.8%	35.1%	15.6%	2.6%	0.0%	
	X1.14	F	29	38	9	1	0	4.23
		%	37.7%	49.4%	11.7%	1.3%	0.0%	
	X1.15	F	20	43	13	1	0	4.06
		%	26.0%	55.8%	16.9%	1.3%	0.0%	
<b>Rata - rata indikator</b>						<b>4.18</b>		

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Adapun penjelasan dari persepsi responden terhadap variabel etika bisnis Islami sebagaimana tabel di atas sebagaimana berikut ini:

#### 1) Kesatuan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 48,1% responden menyatakan sangat setuju bahwa pendapatan yang

diperoleh dari hasil berdagang harus disisihkan untuk zakat dan bersedekah, dan sebesar 42,9% responden menyatakan setuju bahwa pendapatan yang diperoleh dari hasil berdagang harus disisihkan untuk zakat dan bersedekah. Rata-rata item sebesar 4,39 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa pendapatan yang diperoleh dari hasil berdagang harus disisihkan untuk zakat dan bersedekah.

Kemudian dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Malang, paling banyak sebesar 51,9% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam memilih pembeli atau karyawan tidak membedakan suku, ras dan agamanya, dan sebesar 35,1% responden menyatakan setuju bahwa dalam memilih pembeli atau karyawan tidak membedakan suku, ras dan agamanya. Rata-rata item sebesar 4,39 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam memilih pembeli atau karyawan tidak membedakan suku, ras dan agamanya.

Selanjutnya dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 49,4% responden menyatakan setuju bahwa sebagai seorang pedagang sangat dilarang melakukan penimbunan barang dagangan, lalu kemudian menjualnya ketika harga naik, dan sebesar 40,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa sebagai seorang pedagang sangat dilarang melakukan penimbunan barang dagangan, lalu kemudian

menjualnya ketika harga naik. Rata-rata item sebesar 4,30 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa sebagai seorang pedagang sangat dilarang melakukan penimbunan barang dagangan, lalu kemudian menjualnya ketika harga naik.

## 2) Keseimbangan

Melihat tabel di atas terkait indikator keseimbangan bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 44,2% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam membelanjakan barang dagangan atau kulakan, menyesuaikan dengan kebutuhan atau permintaan pasar, dan sebesar 42,9% responden menyatakan setuju bahwa dalam membelanjakan barang dagangan atau kulakan, menyesuaikan dengan kebutuhan atau permintaan pasar. Rata-rata item sebesar 4,31 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam membelanjakan barang dagangan atau kulakan, menyesuaikan dengan kebutuhan atau permintaan pasar.

Berikutnya dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 53,2% responden menyatakan setuju bahwa dalam menetapkan harga suatu barang harus menyesuaikan dengan kualitas barangnya, terutama barang bekas, dan sebesar 36,4% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam menetapkan harga suatu barang harus menyesuaikan

dengan kualitas barangnya, terutama barang bekas. Rata-rata item sebesar 4,26 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam menetapkan harga suatu barang harus menyesuaikan dengan kualitas barangnya, terutama barang bekas.

Kemudian dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 44,2% responden menyatakan setuju bahwa dalam usaha untuk membuat barang dagangan laku, mereka tidak menggunakan sumpah palsu, dan sebesar 41,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam usaha untuk membuat barang dagangan laku, mereka tidak menggunakan sumpah palsu. Rata-rata item sebesar 4,27 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam usaha untuk membuat barang dagangan laku, mereka tidak menggunakan sumpah palsu.

### 3) Kehendak bebas

Berdasarkan tabel di atas terkait indikator kehendak bebas diketahui bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 45,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam melakukan kerjasama dengan kolega, mereka selalu menepati janji dan isi dari kerjasama tersebut, dan sebesar 42,9% responden menyatakan setuju bahwa dalam melakukan kerjasama dengan kolega, mereka selalu menepati janji dan isi dari kerjasama tersebut. Rata-rata item sebesar

4,32 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam melakukan kerjasama dengan kolega, mereka selalu menepati janji dan isi dari kerjasama tersebut.

Kemudian dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 50,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka patuh pada kebijakan pemerintah dalam setiap transaksi pasar yang terjadi, dan sebesar 39% responden menyatakan setuju bahwa mereka patuh pada kebijakan pemerintah dalam setiap transaksi pasar yang terjadi. Rata-rata item sebesar 4,39 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka patuh pada kebijakan pemerintah dalam setiap transaksi pasar yang terjadi.

Berikutnya dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 61% responden menyatakan sangat setuju bahwa usaha perdagangan yang mereka lakukan tidak mementingkan kepentingan mereka pribadi mereka sebagai penjual maupun terhadap penjual lainnya apalagi terhadap pembeli, dan sebesar 22,1% responden menyatakan setuju bahwa usaha perdagangan yang mereka lakukan tidak mementingkan kepentingan mereka pribadi mereka sebagai penjual maupun terhadap penjual lainnya apalagi terhadap pembeli. Rata-rata item sebesar 4,42 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa usaha perdagangan yang mereka lakukan tidak

mementingkan kepentingan mereka pribadi mereka sebagai penjual maupun terhadap penjual lainnya apalagi terhadap pembeli.

#### 4) Tanggungjawab

Berdasarkan tabel di atas terkait indikator tanggungjawab bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 58,4% responden menyatakan setuju bahwa dalam penetapan upah bagi karyawan mereka sesuaikan dengan kerja mereka dengan adil, dan sebesar 27,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam penetapan upah bagi karyawan mereka sesuaikan dengan kerja mereka dengan adil. Rata-rata item sebesar 4,13 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa dalam penetapan upah bagi karyawan mereka sesuaikan dengan kerja mereka dengan adil.

Selanjutnya dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 54,5% responden menyatakan setuju bahwa dalam pembagian keuntungan dengan kolega, mereka menetapkan margin (keuntungan) sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, yakni keuntungan dibagi berdasarkan partisipasi dan hasil dari laba, dan sebesar 35,1% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam pembagian keuntungan dengan kolega, mereka menetapkan margin (keuntungan) sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, yakni keuntungan dibagi berdasarkan partisipasi dan hasil dari laba. Rata-rata item sebesar 4,25 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat

setuju bahwa dalam pembagian keuntungan dengan kolega, mereka menetapkan margin (keuntungan) sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, yakni keuntungan dibagi berdasarkan partisipasi dan hasil dari laba.

Kemudian dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 48,1% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam usaha perdagangan mereka menghindari sistem atau modus yang merugikan pembeli, dan sebesar 41,6% responden menyatakan setuju bahwa dalam usaha perdagangan mereka menghindari sistem atau modus yang merugikan pembeli. Rata-rata item sebesar 4,36 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam usaha perdagangan mereka menghindari sistem atau modus yang merugikan pembeli. Jadi, Rata-rata indikator tanggungjawab sebesar 4,25. Hal ini berarti indikator tanggungjawab sangat tinggi.

#### 5) Kebenaran

Berikut penjelasan terkait indikator kebenaran bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 46,8% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam melayani pembeli harus bersikap ramah, sopan, dan santun, dan sebesar 35,1% responden menyatakan setuju bahwa dalam melayani pembeli harus bersikap ramah, sopan, dan santun. Rata-rata item sebesar 4,26 menunjukkan bahwa sebagian besar

responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam melayani pembeli harus bersikap ramah, sopan, dan santun.

Kemudian dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 49,4% responden menyatakan setuju bahwa dalam melakukan usaha perdagangan harus mengutamakan kenyamanan dan kepercayaan pembeli, dan sebesar 37,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam melakukan usaha perdagangan harus mengutamakan kenyamanan dan kepercayaan pembeli. Rata-rata item sebesar 4,23 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam melakukan usaha perdagangan harus mengutamakan kenyamanan dan kepercayaan pembeli.

Selanjutnya dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 55,8% responden menyatakan setuju bahwa berdagang bukan hanya sekedar untuk mendapatkan keuntungan materi tapi juga untuk mendapat barokah dan pahala sebagai bekal akhirat nanti, dan sebesar 26% responden menyatakan sangat setuju bahwa berdagang bukan hanya sekedar untuk mendapatkan keuntungan materi tapi juga untuk mendapat barokah dan pahala sebagai bekal akhirat nanti. Rata-rata item sebesar 4,06 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa berdagang bukan hanya sekedar untuk mendapatkan pendapatan atau keuntungan materi tapi juga untuk mendapat barokah dan pahala sebagai bekal akhirat nanti.

## b. Persepsi Responden Terhadap Lokasi Usaha

Persepsi responden pada variabel lokasi usaha dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.11 Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Lokasi Usaha

Indikator	Item		Jawaban Responden					Rata-Rata
			SS	S	N	KS	TS	
Akses	X2.1	F	30	39	8	0	0	4.29
		%	39.0%	50.6%	10.4%	0.0%	0.0%	
	X2.2	F	29	39	9	0	0	4.26
		%	37.7%	50.6%	11.7%	0.0%	0.0%	
	<b>Rata - rata indikator</b>							<b>4.28</b>
	Visabilitas	X2.3	F	36	32	9	0	0
%			46.8%	41.6%	11.7%	0.0%	0.0%	
X2.4		F	31	36	10	0	0	4.27
		%	40.3%	46.8%	13.0%	0.0%	0.0%	
<b>Rata - rata indikator</b>							<b>4.31</b>	
Lalu lintas		X2.5	F	41	27	9	0	0
	%		53.2%	35.1%	11.7%	0.0%	0.0%	
	X2.6	F	29	32	16	0	0	4.17
		%	37.7%	41.6%	20.8%	0.0%	0.0%	
	<b>Rata - rata indikator</b>							<b>4.30</b>
	Tempat Parkir	X2.7	F	42	29	6	0	0
%			54.5%	37.7%	7.8%	0.0%	0.0%	
X2.8		F	32	28	17	0	0	4.19
		%	41.6%	36.4%	22.1%	0.0%	0.0%	
<b>Rata - rata indikator</b>							<b>4.33</b>	
Ekspansi		X2.9	F	32	35	10	0	0
	%		41.6%	45.5%	13.0%	0.0%	0.0%	
	X2.10	F	26	35	16	0	0	4.13
		%	33.8%	45.5%	20.8%	0.0%	0.0%	
	<b>Rata - rata indikator</b>							<b>4.21</b>
	Lingkungan	X2.11	F	50	23	4	0	0
%			64.9%	29.9%	5.2%	0.0%	0.0%	
X2.12		F	32	27	18	0	0	4.18
		%	41.6%	35.1%	23.4%	0.0%	0.0%	
<b>Rata - rata indikator</b>							<b>4.39</b>	
Kompetisi		X2.37	F	31	38	8	0	0
	%		40.3%	49.4%	10.4%	0.0%	0.0%	
	X2.38	F	26	34	17	0	0	4.12

		%	33.8%	44.2%	22.1%	0.0%	0.0%	
	<b>Rata - rata indikator</b>							<b>4.21</b>
Peraturan Pemerintah	X2.39	F	30	33	14	0	0	4.21
		%	39.0%	42.9%	18.2%	0.0%	0.0%	
	X2.40	F	22	29	26	0	0	3.95
		%	28.6%	37.7%	33.8%	0.0%	0.0%	
<b>Rata - rata indikator</b>							<b>4.08</b>	

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Adapun penjelasan dari persepsi responden terhadap variabel lokasi usaha sebagaimana tabel di atas sebagaimana berikut ini:

#### 1) Akses

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel di atas, diinformasikan bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 50,6% responden menyatakan setuju bahwa lokasi usaha mereka mudah dijangkau oleh transportasi umum, dan sebesar 39% responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi usaha mereka mudah dijangkau oleh transportasi umum. Rata-rata item sebesar 4,29 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi usaha mereka mudah dijangkau oleh transportasi umum.

Kemudian dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 50,6% responden menyatakan setuju bahwa lokasi usaha mereka berada di kawasan pusat kota, dan sebesar 37,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi usaha mereka berada di kawasan pusat kota. Rata-rata item sebesar 4,26 menunjukkan bahwa sebagian besar responden

menyatakan sangat setuju bahwa lokasi usaha mereka berada di kawasan pusat kota.

## 2) Visibilitas

Berdasar hasil analisis di atas, diketahui bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 46,8% responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi usaha mereka tidak tepencil, sehingga dapat dilihat dari jauh, dan sebesar 41,6% responden menyatakan setuju bahwa lokasi usaha mereka tidak tepencil, sehingga dapat dilihat dari jauh. Rata-rata item sebesar 4,35 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi usaha mereka tidak tepencil, sehingga dapat dilihat dari jauh.

Kemudian dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 46.8% responden menyatakan setuju bahwa tersedianya penerangan di lokasi usaha mereka, dan sebesar 40,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa tersedianya penerangan di lokasi usaha mereka. Rata-rata item sebesar 4,27 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa tersedianya penerangan di lokasi usaha mereka. Jadi, Rata-rata indikator visabilitas sebesar 4,31. Hal ini berarti indikator visabilitas sangat tinggi.

## 3) Lalu lintas

Terkait indikator lalu lintas, sebagaimana tabel di atas bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran

Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 53,2% responden menyatakan sangat setuju bahwa banyaknya lalu lalang orang yang seringkali pembeli berhenti secara spontan untuk membeli dagangan mereka, dan sebesar 35,1% responden menyatakan setuju bahwa banyaknya lalu lalang orang yang seringkali pembeli berhenti secara spontan untuk membeli dagangan mereka. Rata-rata item sebesar 4,42 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa banyaknya lalu lalang orang yang seringkali pembeli berhenti secara spontan untuk membeli dagangan mereka.

Kemudian dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 41,6% responden menyatakan setuju bahwa Pembeli tidak hanya berasal dari dalam kota tapi juga luar kota, dan sebesar 37,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa Pembeli tidak hanya berasal dari dalam kota tapi juga luar kota. Rata-rata item sebesar 4,17 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Pembeli tidak hanya berasal dari dalam kota tapi juga luar kota.

#### 4) Tempat parkir

Berdasarkan data tabel di atas terkait indikator tempat parkir, bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 54,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa tempat parkir tertata rapi di lokasi usaha mereka sehingga memberikan rasa nyaman dan aman untuk pemilik roda dua dan roda empat, dan sebesar 37,7% responden

menyatakan setuju bahwa tempat parkir tertata rapi di lokasi usaha mereka sehingga memberikan rasa nyaman dan aman untuk pemilik roda dua dan roda empat. Rata-rata item sebesar 4,47 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa tempat parkir tertata rapi di lokasi usaha mereka sehingga memberikan rasa nyaman dan aman untuk pemilik roda dua dan roda empat.

Kemudian dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 41,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa jalanan di lokasi usaha mereka terhindar dari kemacetan, dan sebesar 36,4% responden menyatakan setuju bahwa jalanan di lokasi usaha mereka terhindar dari kemacetan. Rata-rata item sebesar 4,19 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa jalanan di lokasi usaha mereka terhindar dari kemacetan.

##### 5) Ekspansi

Indikator ekspansi sebagaimana tabel di atas bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 45,5% responden menyatakan setuju bahwa adanya perencanaan perluasan usaha di kemudian hari, dan sebesar 41,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa adanya perencanaan perluasan usaha di kemudian hari. Rata-rata item sebesar 4,29 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan

sangat setuju bahwa adanya perencanaan perluasan usaha di kemudian hari.

Kemudian dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Timur Malang, paling banyak sebesar 45,5% responden menyatakan setuju bahwa terdapat lahan untuk perluasan usaha di kawasan lokasi usaha mereka, dan sebesar 33,8% responden menyatakan sangat setuju bahwa terdapat lahan untuk perluasan usaha di kawasan lokasi usaha mereka. Rata-rata item sebesar 4,13 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa terdapat lahan untuk perluasan usaha di kawasan lokasi usaha mereka.

#### 6) Lingkungan

Indikator lingkungan sebagaimana pada tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 64,9% responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi usaha mereka dekat dengan daerah keramaian seperti tempat wisata, dan sebesar 29,9% responden menyatakan setuju bahwa lokasi usaha mereka dekat dengan daerah keramaian seperti tempat wisata. Rata-rata item sebesar 4,60 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi usaha mereka dekat dengan daerah keramaian seperti tempat wisata.

Selanjutnya dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 41,6%

responden menyatakan sangat setuju bahwa lingkungan usaha mereka dekat dengan kebutuhan warga sekitar, dan sebesar 35,1% responden menyatakan setuju bahwa lingkungan usaha mereka dekat dengan kebutuhan warga sekitar. Rata-rata item sebesar 4,18 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa lingkungan usaha mereka dekat dengan kebutuhan warga sekitar.

#### 7) Kompetisi

Indikator kompetisi sebagaimana tabel di atas memiliki frekuensi bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 49,4% responden menyatakan setuju bahwa lokasi usaha mereka berdekatan dengan pesaing atau pedagang lainnya, dan sebesar 40,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi usaha mereka berdekatan dengan pesaing atau pedagang lainnya. Rata-rata item sebesar 4,30 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi usaha mereka berdekatan dengan pesaing atau pedagang lainnya.

Lalu, dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 44,2% responden menyatakan setuju bahwa mereka tidak keberatan bila lokasi usaha sejenis saling berdekatan, dan sebesar 33,8% responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka tidak keberatan bila lokasi usaha sejenis saling berdekatan. Rata-rata item sebesar 4,12 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju

bahwa mereka tidak keberatan bila lokasi usaha sejenis saling berdekatan.

#### 8) Peraturan pemerintah

Indikator peraturan pemerintah melihat tabel di atas bahwa dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 42,9% responden menyatakan setuju terkait pemindahan lokasi usaha oleh pemerintah kota ke lokasi yang baru, dan sebesar 39,0% responden menyatakan sangat setuju terkait pemindahan lokasi usaha oleh pemerintah kota ke lokasi yang baru. Rata-rata item sebesar 4,21 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju terkait pemindahan lokasi usaha oleh pemerintah kota ke lokasi yang baru.

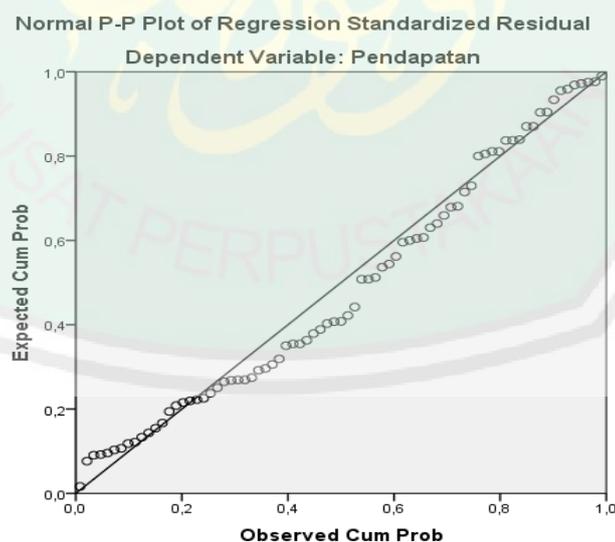
Kemudian dari 77 orang pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, paling banyak sebesar 37,7% responden menyatakan setuju bahwa lokasi yang baru nantinya akan lebih meningkatkan pendapatan mereka, dan sebesar 33,8% responden menyatakan netral bahwa lokasi yang baru nantinya akan lebih meningkatkan pendapatan mereka. Kesimpulannya bahwa rata-rata item sebesar 3,95 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa lokasi yang baru nantinya akan lebih meningkatkan pendapatan mereka.

## D. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan pada penelitian ini untuk melihat baik tidaknya model regresi yang digunakan. Adapun 3 uji asumsi klasik yang digunakan yakni uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Sebagaimana hasil uji di bawah ini:

### 1. Uji Normalitas

Pengujian asumsi normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual berdistribusi normal atau tidak. Pada analisis regresi linier diharapkan residual berdistribusi normal. Untuk menguji apakah residual berdistribusi normal atau tidak, dapat dideteksi melalui *Probability Plot*. Kriteria pengujian menyatakan bahwa apabila titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal maka residual dinyatakan berdistribusi normal. Berikut ini adalah hasil pendeteksian asumsi normalitas melalui *Probability Plot*:



Gambar 4.2 Hasil Uji Normal P-P Plot

Berdasarkan *probability plot* di atas, dapat diketahui bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal. Hal ini berarti residual dinyatakan berdistribusi normal. Maka, dengan demikian asumsi normalitas terpenuhi.

Pengujian asumsi normalitas selanjutnya menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel residual berdistribusi normal atau tidak. Pada analisis regresi linier diharapkan residual berdistribusi normal. Kriteria pengujian menyatakan apabila probabilitas yang dihasilkan dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov*  $\geq$  *level of significant* ( $\alpha=5\%$ ) maka residual dinyatakan berdistribusi normal. Berikut ini adalah hasil pengujian asumsi normalitas melalui pengujian *Kolmogorov-Smirnov*:

**Tabel 4.12 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov***

	<b>Pendapatan</b>
Kolmogorov-Smirnov Z	0.100
Probabilitas	0.052

*Sumber: Data primer diolah, 2018.*

Pengujian asumsi normalitas pengaruh etika bisnis islami, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan menghasilkan statistik uji *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0.100 dengan probabilitas 0.052. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa probabilitas  $>$  *level of significant* ( $\alpha=5\%$ ). Dengan demikian residual dinyatakan berdistribusi normal. Hal ini berarti asumsi normalitas dinyatakan terpenuhi.

## 2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel independen. Pada analisis regresi linier

tidak diperbolehkan adanya hubungan antar variabel independen. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) atau tolerance pada masing-masing variabel independen. Kriteria pengujian menyatakan apabila nilai VIF lebih kecil dari 10 atau nilai tolerance lebih besar dari 0.1 maka dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinier. Adapun ringkasan hasil VIF dan Tolerance sebagaimana tabel berikut :

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Independen	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Etika bisnis islami	0.878	1.139
Lokasi usaha	0.984	1.016
Tingkat pendidikan	0.872	1.147

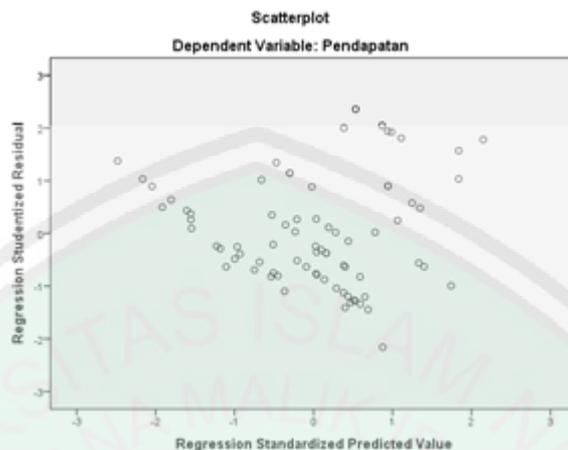
Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan hasil pada table di atas, diketahui bahwa dalam penelitian ini, variabel independen, diantaranya etika bisnis islami, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan, menghasilkan nilai VIF lebih kecil dari 10 dan menghasilkan nilai tolerance lebih besar dari 0.1. Dengan demikian variabel bebas dalam model regresi pada penelitian ini dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinier. Hal ini berarti asumsi multikolinieritas dinyatakan terpenuhi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian asumsi heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel residual memiliki ragam yang homogen atau tidak. Pada analisis regresi linier diharapkan residual memiliki ragam yang homogen. Asumsi heterokedastisitas dapat dideteksi melalui *Scatter Plot*. Kriteria pengujian menyatakan bahwa apabila

observasi residual menyebar secara acak maka residual dinyatakan memiliki ragam yang homogen. Berikut ini adalah hasil pendeteksian asumsi heteroskedastisitas melalui *Scatter Plot*:



Gambar 4.3 Hasil Uji Scattle Plot

Pengujian asumsi heteroskedastisitas pengaruh etika bisnis islami, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan menghasilkan grafik probabilitas dengan kondisi observasi residual menyebar secara acak. Dengan demikian residual dinyatakan memiliki ragam yang homogen. Hal ini berarti asumsi normalitas dinyatakan terpenuhi.

Pengujian asumsi heterokedastisitas selanjutnya dapat dilihat melalui *Park Test*. Kriteria pengujian menyatakan apabila probabilitas yang dihasilkan dari pengujian Park Test  $\geq$  level of significant ( $\alpha=5\%$ ) maka residual dinyatakan memiliki ragam yang homogen. Berikut ini adalah hasil pengujian asumsi heteroskedastisitas melalui *Park Test*:

Tabel 4.14 Hasil Uji Park

Variabel Independen	T Statistics	Probabilitas
Etika bisnis islami	1.652	0.103
Lokasi usaha	1.727	0.088
Tingkat pendidikan	-0.058	0.954

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Pengujian asumsi heteroskedastisitas pengaruh etika bisnis islami, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan menghasilkan probabilitas yang lebih besar dari *level of significant* ( $\alpha=5\%$ ). Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa residual dinyatakan memiliki ragam yang homogen. Dengan demikian asumsi heteroskedastisitas dinyatakan terpenuhi.

#### E. Pembuktian Hipotesis

Hipotesis penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha dan Pendidikan Terhadap Pendapatan (Studi Pada Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang)”, sebagaimana tertera pada bab 3 adalah sebagai berikut:

6. Terdapat pengaruh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan secara simultan terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, diterima.
7. Terdapat pengaruh etika bisnis Islami secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, diterima.
8. Terdapat pengaruh lokasi usaha secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, diterima.
9. Terdapat pengaruh pendidikan secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, ditolak.

10. Etika bisnis Islami merupakan variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, diterima.

Berdasarkan hipotesis di atas, maka pembuktiannya adalah sebagaimana hasil uji di bawah ini:

**a. Analisis Regresi Berganda**

Pada penelitian ini model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh baik secara simultan dan parsial etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan perilaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*) versi 23, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	-14388621.059	2325154.311
Etika bisnis Islami (X1)	185537.867	24309.505
Lokasi usaha (X2)	61041.395	24693.828
Pendidikan (X3)	159140.803	106605.047

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana pada tabel 4.13 di atas diperoleh koefisien variabel independen Etika Bisnis Islami (X1) = 185537.867, Lokasi Usaha (X2) = 61041.395, Pendidikan (X3) = 159140.803, dan konstanta (a) sebesar -14388621.059, sehingga model

persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = -14388621.059 + 185537.867 X_1 + 61041.395 X_2 + 159140.803 X_3$$

Dari model persamaan regresi linear berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar -14388621.059 mengindikasikan bahwa apabila etika bisnis islami, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan bernilai konstan (tidak berubah) maka besar pengukuran pendapatan adalah sebesar -14388621.059.
- 2) Koefisien etika bisnis islami ( $X_1$ ) sebesar 185537.867 mengindikasikan bahwa etika bisnis islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal ini berarti terjadinya semakin tinggi etika bisnis islami, maka cenderung dapat meningkatkan pendapatan.
- 3) Koefisien lokasi usaha sebesar 61041.395 mengindikasikan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal ini berarti terjadinya semakin tinggi lokasi usaha, maka cenderung dapat meningkatkan pendapatan.
- 4) Koefisien tingkat pendidikan sebesar 159140.803 mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pendapatan. Hal ini berarti terjadinya semakin tinggi tingkat pendidikan, maka cenderung dapat meningkatkan pendapatan, tetapi peningkatan tersebut tidak signifikan.

### b. Uji F (Simultan)

Pengujian hipotesis simultan digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian menyatakan apabila statistik uji  $F \geq F$  tabel atau probabilitas  $\leq level\ of\ significance$  ( $\alpha$ ) maka terdapat pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) etika bisnis islami, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan. Hasil pengujian hipotesis simultan dapat diketahui melalui tabel berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan)

Variabel Dependen	F Statistics	Probabilitas
Pendapatan	26.603	0.000

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Pengujian hipotesis secara simultan pengaruh etika bisnis islami, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan menghasilkan statistik uji F sebesar 26.603 dengan probabilitas sebesar 0.000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan statistik uji  $F > F$  tabel (2.730). atau probabilitas  $< level\ of\ significance$  ( $\alpha = 5\%$ ). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) etika bisnis islami, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan.

Maka berdasarkan Uji F (Simultan) ini, maka uji hipotesis pada nomor 4 di atas yakni “Terdapat pengaruh yang signifikan etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan secara simultan terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang”, diterima.

### c. Uji Parsial

Pengujian hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian menyatakan apabila statistik uji  $t \geq t$  tabel atau probabilitas  $\leq$  *level of significance* ( $\alpha = 0,05$ ) maka terdapat pengaruh signifikan secara parsial (individu) etika bisnis islami, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan. Hasil pengujian hipotesis parsial dapat diketahui melalui tabel berikut:

Tabel 4.17 Hasil Uji T (Parsial)

Variabel Independen	Variabel Dependen	T Statistics	Probabilitas
Konstanta	Pendapatan	-6.188	0.000
Etika bisnis islami	Pendapatan	7.632	0.000
Lokasi usaha	Pendapatan	2.472	0.016
Tingkat pendidikan	Pendapatan	1.493	0.140

Sumber: Data primer diolah, 2018.

#### 1) Uji hipotesis parsial antara konstanta terhadap pendapatan

Pengujian hipotesis secara parsial Konstanta terhadap pendapatan menghasilkan statistik uji T (parsial) sebesar -6.188 dengan probabilitas sebesar 0.000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan statistik uji  $t > |t$  tabel | (1.993). atau probabilitas  $<$  *level of significance* ( $\alpha = 5\%$ ). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan Konstanta terhadap pendapatan.

#### 2) Uji hipotesis parsial antara etika bisnis Islami terhadap pendapatan

Pengujian hipotesis secara parsial etika bisnis Islami terhadap pendapatan menghasilkan statistik uji T (parsial) sebesar 7,632 dengan probabilitas sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan hasil

statistik uji  $t > |t \text{ tabel}|$  (1,993) dan probabilitas  $< \textit{level of significance}$  ( $\alpha = 5\%$ ). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan etika bisnis islami terhadap pendapatan.

Maka dengan hasil uji T (parsial) etika bisnis Islami terhadap pendapatan sebagaimana hipotesis nomor 1 “Terdapat pengaruh yang signifikan etika bisnis Islami secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang”, diterima.

### 3) Uji hipotesis parsial antara lokasi usaha terhadap pendapatan

Pengujian hipotesis secara parsial lokasi usaha terhadap pendapatan menghasilkan statistik uji T sebesar 2,472 dengan probabilitas sebesar 0,016. Hasil pengujian tersebut menunjukkan hasil statistik uji  $t > |t \text{ tabel}|$  (1,993). atau probabilitas  $< \textit{level of significance}$  ( $\alpha = 5\%$ ). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan lokasi usaha terhadap pendapatan.

Maka dengan hasil Uji T (Parsial) lokasi usaha terhadap pendapatan sebagaimana hipotesis nomor 2 “Terdapat pengaruh yang signifikan lokasi usaha secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang”, diterima.

### 4) Uji hipotesis parsial antara pendidikan terhadap pendapatan

Pengujian hipotesis secara parsial tingkat pendidikan terhadap pendapatan menghasilkan statistik uji T sebesar 1,493 dengan probabilitas sebesar 0,140. Hasil pengujian tersebut menunjukkan hasil

bahwa statistik uji  $T | < | T \text{ tabel} | (1,993)$  atau probabilitas  $> level \text{ of significance } (\alpha = 5\%)$ . Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan pendidikan terhadap pendapatan.

Maka dengan hasil Uji T ( Parsial) pendidikan terhadap pendapatan sebagaimana hipotesis nomor 3 “Terdapat pengaruh yang signifikan pendidikan secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang”, ditolak.

#### d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam merepresentasikan variabel dependen. Koefisien determinasi dapat diketahui melalui nilai R square. Sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Variabel Dependen	R-squared	Adj. R-squared
Pendapatan	0,522	0,503

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Koefisien determinasi (*adjusted R square*) yang dihasilkan oleh model regresi pengaruh etika bisnis islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan sebesar 0.503. Hal ini berarti keragaman Y mampu direpresentasikan oleh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan sebesar 50.3%, atau dengan kata lain kontribusi etika bisnis islami, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan sebesar 50.3%, sedangkan sisanya sebesar 49.7% merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### e. Pengaruh Variabel Dominan

Pengaruh dominan variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat melalui *standardized coefficient* yang paling besar tanpa memperhatikan tanda koefisien positif ataupun negatif, sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.19 Hasil Uji Variabel Dominan

Independen	Dependen	Standardized Coefficients
Etika bisnis Islami	Pendapatan	0.659
Lokasi usaha	Pendapatan	0.202
Tingkat pendidikan	Pendapatan	0.129

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Hasil estimasi yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel independen yang memiliki *standardized coefficient* paling besar terhadap pendapatan adalah etika bisnis Islami sebesar 0,659. Dengan demikian etika bisnis Islami merupakan variabel yang paling berpengaruh atau memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap pendapatan dibandingkan lokasi usaha dan pendidikan pada penelitian ini. Maka dengan hasil pada tabel 4.19 di atas, terkait variabel yang paling dominan mempengaruhi variabel pendapatan sebagaimana hipotesis nomor 5 “etika bisnis Islami merupakan variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang”, diterima.

### f. Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif.

#### 1) Sumbangan Efektif

Sumbangan efektif variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat melalui nilai sumbangan efektif yang paling besar, sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.20 Hasil Uji Sumbangan Efektif

<b>Independen</b>	<b>Dependen</b>	<b>Sumbangan Efektif</b>
Etika Bisnis Islami	Pendapatan	0,453
Lokasi Usaha	Pendapatan	0,026
Tingkat Pendidikan	Pendapatan	0,043
<b>Total</b>		<b>0,522</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Hasil estimasi yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel independen yang memiliki sumbangan efektif paling besar terhadap pendapatan adalah etika bisnis islami sebesar 0.453 (45,3%). Dengan demikian etika bisnis islami merupakan variabel yang paling berpengaruh atau memiliki sumbangan yang paling efektif terhadap pendapatan. Kemudian untuk sumbangan efektif dari variabel lokasi usaha sebesar 0,0026 (2,60%), serta sumbangan efektif dari variabel pendidikan sebesar 0,043% (4,30%). Jumlah semua sumbangan efektif dari variabel independen ini sama dengan nilai koefisien determinasi *R-square* yakni 0.522 (52,2%).

## 2) Sumbangan Relatif

Sumbangan relatif merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besarnya sumbangan suatu variabel bebas (independen) terhadap jumlah kuadran regresi. Dimana jumlah sumbangan relatif dari semua variabel bebas (independen) adalah sama dengan 100% atau 1. Adapun hasil dari sumbangan relatif sebagaimana tabel di bawah ini:

Tabel 4.21 Hasil Sumbangan Relatif

<b>Independen</b>	<b>Dependen</b>	<b>Sumbangan Relatif</b>
Etika Bisnis Islami	Pendapatan	0,8670
Lokasi Usaha	Pendapatan	0,0505
Pendidikan	Pendapatan	0,0872
<b>Total</b>		<b>1</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Hasil pada tabel di atas senada dengan hasil pada sumbangan efektif, dimana variabel bebas Etika bisnis Islami menghasilkan nilai paling tinggi sebesar 86,70% (0,867), lokasi usaha 5,05% (0,0505), dan pendidikan sebesar 8,27% (0,0827).



## BAB V

### PEMBAHASAN

#### A. Sistem Pengukuran Etika Bisnis Islami

Etika bisnis Islami merupakan sebuah aktivitas muamalah dalam aktivitas ekonomi berlandaskan nilai-nilai yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Praktik yang terjadi di Pasar Comboran Timur Kota Malang berkenaan dengan etika bisnis Islami merupakan suatu yang layak diapresiasi, mengingat barang yang dijual disana adalah barang rombeng atau barang bekas. Mereka sebagai pelaku wirausaha barang bekas lebih melabuhkan hatinya untuk berdagang barang bekas dikarenakan untuk menghindari barang imitasi yang terindikasi menghadirkan praktik *gharar* bagi para pembeli yang tidak .mengerti akan barang yang ingin dibeli.

Pengukuran dari variabel etika bisnis Islami pada penelitian ini dapat diukur dengan 5 indikator yakni:

##### 1. Kesatuan (*Unity*)

Makna kesatuan disini adalah merefleksikan semua aktivitas ekonomi para pelaku wirausaha barang bekas dalam konsep tauhid, yang mana mereka meyakini semua yang di dunia ini merupakan kehendak Allah SWT. Sebagaimana pada bab sebelumnya tabel 4.19, Hasil dari pengukuran pada indikator kesatuan ini menghasilkan respons rata-rata indikator 4,36 yang bermakna sangat setuju. Hasil dari indikator kesatuan ini terinterpretasikan ke dalam 3 pernyataan, yakni pernyataan bahwa pendapatan yang diperoleh dari hasil berdagang harus disisihkan

untuk zakat dan bersedekah, perihal memilih pembeli atau karyawan tidak membeda-bedakan suku, ras dan agamanya, dan sebagai seorang pedagang sangat dilarang melakukan penimbunan barang dagangan, lalu kemudian menjualnya ketika harga naik.

## 2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Hasil dari pengukuran indikator keseimbangan yakni sebesar 4,28 yang bermakan sangat setuju. Keseimbangan tersebut tertuang dalam 3 pernyataan yakni, bahwa dalam membelanjakan barang dagangan atau kulakan, menyesuaikan dengan kebutuhan atau permintaan pasar, perihlah menetapkan harga suatu barang harus menyesuaikan dengan kualitas barangnya, terutama barang bekas, dan terkait usaha untuk membuat barang dagangan laku, mereka tidak menggunakan sumpah palsu.

## 3. Kehendakbebas (*Freewill*)

Kehendak bebas memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam aktivitas ekonomi sportif, sehingga alur penawaran dan permintaan dapat berjalan dengan baik. Pengukuran indikator kehendak bebas ini termanifestasi dalam 3 pernyataan, harus menepati janji dalam setiap kerja sama dengan kolega, menolak konsep *laissez faire*, dan *invisible hands*. Hasil pengukuran pada indikator ini sebesar 4,38 yang menunjukkan sangat setuju dengan adanya kehendak bebas dalam etika bisnis Islami.

## 4. Tanggung jawab (*Respoinsibility*)

Tanggung jawab pada penelitian ini memiliki makna bahwa seorang pelaku wirausaha barang bekas tidak hanya bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri saja sebagai penjual, tetapi juga terhadap orang lain

atau pembeli, terlebih utama tanggung jawab terhadap Allah SWT yang mengakui adanya Tuhan, dimana persentase agama pada responden adalah 100% menganut Islam. Berdasarkan hasil dari pengukuran indikator tanggung jawab yakni sebesar 2,25 yang berarti sangat tinggi dalam tanggung jawab dalam beretika bisnis Islami. Hasil tersebut terwujud dari 3 item pernyataan yakni, dalam penentuan upah dan margin keuntungan harus adil, serta tidak melakukan sistem atau modus yang merugikan pembeli.

#### 5. Kebenaran (*Benevolence*)

Konteks kebenaran selain memiliki makna sebagai lawan dari kesalahan, melainkan mengandung unsur kebajikan kejujuran. Pengukuran indikator ini menghasilkan tingkat kesetujuannya termasuk dalam kategori tinggi yakni 4,18. Hasil tersebut terwujud dalam 3 item yakni, bahwa dalam melayani pembeli harus bersikap ramah, sopan, dan santun, usaha perdagangan harus mengutamakan kenyamanan dan kepercayaan pembeli, serta pernyataan bahwa berdagang bukan hanya sekedar untuk mendapatkan keuntungan materi tapi juga untuk mendapat barokah dan pahala sebagai bekal akhirat nanti.

### **B. Sistem Pengukuran Lokasi Usaha**

Lokasi usaha pada penelitian ini adalah lokasi dimana aktivitas perdagangan dilakukan, lebih daripada itu bahwa lokasi usaha yang saat ini ditempati rencana akan direlokasi pada awal 2018 lalu. Namun sampai september 2018 ini hal tersebut belum dilakukan juga. Pengukuran variabel lokasi usaha ini terdiri dari 8 indikator sebagaimana berikut ini:

#### 1. Akses

Akses dalam maksud penelitian ini adalah lokasi yang mudah dilalui dan dijangkau oleh transportasi umum. Indikator dari akses tersebut terwujud dari 2 item pernyataan yakni, lokasi usaha mudah dijangkau dan dilalui transportasi umum, serta terletak di kawasan pusat kota. Hasil dari pengukuran indikator akses sebesar 4,28 yang menunjukkan angka yang sangat tinggi.

#### 2. Visibilitas

Visibilitas merupakan sarana penerangan dan jarak pandang pada lokasi usaha, dimana indikator visibilitas terwujud dalam 2 item pernyataan yakni, lokasi usaha yang tidak terpencil sehingga dapat dilihat dari jarak pandang jauh, dan tersedianya penerangan seperti lampu meskipun disiang hari karena dibutuhkan juga bila di dalam ruangan, hasil pengukurannya juga sangat tinggi yakni dengan angka 4,31.

#### 3. Lalu lintas

Indikator lalu lintas mencerminkan adanya pembeli yang secara spontan melakukan pembelian dan para pembeli juga tidak hanya dari dalam kota mengingat lalu lintasnya merupakan jalan utama dalam kota. Hasil pengukuran dari indikator lalu lintas ini sebesar 4,30 yang berarti sangat tinggi.

#### 4. Tempat parkir

Area parkir di lokasi usaha sangat berperan penting terhadap lalu lintas kawasan pasar, indikator tempat parkir terwujud dalam 2 item pernyataan yakni tertatanya lokasi parkir dengan adanya tukang parkir dan

juga terhidar dari kemacetan yang panjang. Hasil dari pengukuran indikator tempat parkir ini juga begitu tinggi yakni 4,33.

#### 5. Ekspansi

Ekspansi pada pengukuran ini terkandung dalam 2 item pernyataan yakni, adanya perencanaan perluasan dikemudian hari dan adanya lahan untuk perluasan tersebut dengan hasil yang begitu tinggi yakni sebesar 4,21.

#### 6. Lingkungan

Indikator lingkungan tercermin ke dalam 2 item pernyataan yakni, bahwa lokasi usaha di Pasar Comboran Timur Kota Malang ini dekat dengan kawasan keramaian seperti daerah wisata, stasiun, dan lainnya, serta lokasi usaha para pelaku barang bekas ini dekat dengan kebutuhan warga sekitar. Hasil pengukurannya begitu tinggi yakni 4,39.

#### 7. Kompetisi

Hasil pengukuran dari indikator kompetisi juga tinggi, hal ini terwujud dari 2 item pernyataan berkenaan dengan jarak antar lokasi usaha berdekatan dengan pesaing dan tidak keberatan juga bila usaha mereka saling berdekatan dengan jenis usaha yang sama. Dimana hasil yang tinggi itu sebesar 4,21.

#### 8. Peraturan Pemerintah

Indikator dari peraturan pemerintah terwujud dalam 2 item pernyataan yakni, pemindahan lokasi usaha ke gedung yang baru oleh pemerintah dan pernyataan setuju untuk pindah ke lokasi baru dengan hasil yang cukup tinggi sebesar 4,08.

### C. Sistem Pengukuran Pendidikan

Sistem pengukuran untuk variabel pendidikan ini merujuk pada tingkat pendidikan terakhir para pelaku wirausaha barang bekas, karena memang tingkat pendidikan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang sangat variatif, sebagaimana tabel 4.8, mulai dari yang tidak pernah mengenyam bangku sekolah hingga mereka yang pernah duduk di bangku kuliah. Sebanyak 77 responden yang dibutuhkan oleh peneliti, berdasarkan data tingkat pendidikan para pelaku wirausaha barang bekas yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti didominasi oleh mereka yang berpendidikan terakhir SMP dan SMA dengan masing-masing persentase sebesar 29,9% dengan jumlah masing-masing 23 orang. Sedangkan yang tingkat pendidikannya di level SD atau sederajat sebanyak 17 orang (22,1%) dan sisanya masing-masing 7 orang saja yang tidak sekolah dan dengan pendidikan terakhir di bangku kuliah.

Selain variatifnya tingkat pendidikan para pelaku wirausaha barang bekas di pasar tersebut, juga untuk bekerja sebagai pelaku wirausaha disana tidak membutuhkan ijazah pendidikan atau kualifikasi tertentu sebagai persyaratan. Karena meskipun ada pengelola pasar yang merupakan bagian dari pemerintah Kota Malang, keberadaan pengelola pasar tersebut hanya sebagai pengawas dan pengelola pasar tapi tidak untuk kualifikasi setiap pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.

#### **D. Sistem Pengukuran Pendapatan**

Sistem pengukuran pada variabel pendapatan ini merupakan hasil rata-rata pendapatan kotor perbulan dari para responden sebagai pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. Pengukuran variabel pendapatan ini berupa nilai nominal rupiah, dimana variabel pendapatan ini merupakan variabel bebas, yang akan dilihat dari 3 variabel bebas yang menjelaskannya, yakni etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan.

Persentase dari hasil pengukuran pendapatannya juga variatif, mengingat juga jenis usaha para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang, seperti menjual onderdil bekas hingga barang antik. Variatifnya pendapatannya sebagaimana tabel 4.9 dikelompokkan mulai dari  $\leq 1$  juta hingga  $\geq$  dari 4,1 juta. Sebanyak 22 para reponden sebagai pelaku wirausaha barang bekas pendapatannya  $\leq 1$  juta, sementara dengan 27 responden pendapatannya antara 1,1 juta - 2 juta merupakan jumlah responden yang paling banyak, 14 responden pendapatannya cukup tinggi yakni 2,1 juta - 3 juta, 5 responden pendapatannya berkisar 3,1 juta - 4 juta, dan 9 responden dengan pendapatan paling tinggi yakni  $\geq 4,1$  juta.

#### **E. Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Secara Simultan Terhadap Pendapatan**

Pengujian untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan secara simultan terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Malang dengan melihat dari hasil uji F (simultan). Sebagaimana pada bab sebelumnya tabel 4.16, bahwa

hasil dari F hitung adalah 26,603 dan probabilitasnya sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa statistik Uji  $F > F$  tabel (2,730) atau probabilitas  $> level\ of\ significance$  ( $\alpha = 5\%$ ). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis Nomor 1 diterima, yakni “Terdapat pengaruh yang signifikan etika bisnis Islami secara parsial terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.”

Hasil pengujian ini merupakan salah satu pembaharuan penelitian, dimana pengujian secara simultan 3 variabel (etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan) terhadap pendapatan diambil dari fenomena yang sesuai dengan lokasi penelitian di Pasar Comboran Timur Kota Malang. Fenomena terkait etika bisnis Islami bahwa para pelaku wirausaha pada objek penelitian lebih memilih barang bekas karena alasan yang menyangkut etika bisnis, yakni untuk menghindari menjual barang imitasi yang mengindikasikan untuk berbuat *gharar* terutama kepada pembeli yang belum bisa membedakan barang original atau imitasi. Hal ini senada dengan kaidah fiqih yang berbunyi:

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ مُقَدَّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصَالِحِ

Artinya: “Menolak mudharat (bahaya) lebih didahulukan dari mengambil manfaat”.

Kaidah fiqih ini juga relevan dengan firman Allah SWT sebagaimana dalam Al-Quran:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلِيَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ ۗ فَمَنْ

أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١١٥﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah SWT hanya mengharamkan atasmu (memakan) bangkai, darah, daging babi dan apa yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah; tetapi Barangsiapa yang terpaksa memakannya dengan tidak Menganiaya dan tidak pula melampaui

*batas, Maka Sesungguhnya Allah SWT Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*(QS. An-Nahl: 115)

Lokasi usaha di objek penelitian juga masih mejadi polemik, dimana seharusnya sejak awal 2018 para pelaku wirausaha benag bekas sudah relokasi ke gedung yang baru, namun sampai pada september 2018 ini belum juga dilakukan oleh pemerintah setempat. Berkenaan dengan pendidikan para pelaku wirausaha barang bekas di objek penelitian juga sangat variatif.

Kemudian, jika melihat hasil dari uji koefisien determinasi pada tabel 4.18 menunjukkan hasil bahwa koefisien determinasi (*adjust R-square*) pengaruh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan sebesar 0.503. dengan kata bahwa variabel pendapatan dappat dijelaskan oleh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan sebesar 50,3%.

## **F. Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Secara Parsial Terhadap Pendapatan**

### **1. Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami Terhadap Pendapatan**

Pengaruh etika bisnis Islami terhadap pendapatan sebagaimana pada bab sebelumnya tabel 4.17 menghasilkan statistik uji T (parsial) sebesar 7,632 dengan probabilitas sebesar 0,000. Hasil uji pengaruh etika bisnis Islami terhadap pendapatann ini menunjukkan bahwa statistik uji T > T tabel (1,993) dan juga probabilitasnya < *level of significance* ( $\alpha= 5\%$ ). Dengan demikian bahwa terdapat pengaruh signifikan etika bisnis Islami terhadap pendapatan para pelaku barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.

Melihat hasil olah sumber data penelitian ini dapat menepis stigma negatif terkait Pasar Comboran Timur Kota Malang yang disebut dengan “Pasar Maling”, sebenarnya fenomena sebutan pasar maling ini tidak hanya terjadi pada Pasar Comboran saja, tetapi juga di pasar-pasar yang menjual barang bekas, seperti Pasar Wonokromo Surabaya dan Pasar Klithikan Yogyakarta. Harga yang miring dan barang bekas membuatnya menghadirkan dugaan, padahal barang tersebut berasal dari orang yang menjual barang yang sudah terpakai kepada para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Malang. Selain dari proses jual beli barang yang sudah terpakai tadi, barang bekas ini juga terkadang hasil sisa impor dari sejumlah negara, seperti Korea dan Hongkong, barangnya yakni seperti baju dan sepatu.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesisnya, artinya pengaruh secara parsial etika bisnis Islami terhadap pendapatan dapat diterima. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh A. Riawan Amien dimana apabila dalam berwirausaha dengan menerapkan etika dapat menghasilkan yang baik dan dengan cara yang baik pula. Selain itu bahwa dengan adanya penerapan etika bisnis Islami akan melindungi kebebasan berwirausaha serta dapat terhindar dari sanksi pemerintah karena berbuat hal yang kriminal terkait melawan hukum. Karena etika bisnis Islami sangat sejalan dengan konsep hukum Republik Indonesia. Selain itu pula beliau menyatakan bahwa penerapan etika bisnis Islami dalam berwirausaha dapat menciptakan meningkatnya aset, baik secara langsung ataupun tidak langsung, dalam

artian dalam jangka pendek ataupun jangka panjang untuk masa yang akan datang.<sup>130</sup>

Desy Astrid Anindya dalam penelitiannya pada tahun 2017 menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan etika bisnis Islami terhadap keuntungan usaha di Desa Delitua, Kecamatan Delitua.<sup>131</sup> Berkenaan dengan keuntungan sebagai variabel dependen (terikat) yang digunakan oleh Desy Astrid Anindya tersebut, menurut Sofyan Syafri Harahap bahwa keuntungan termasuk kedalam pendapatan bersama dengan *muqabalah*, keutuhan modal pokok, perhitungan barang di akhir tahun, *taqlid*, dan *mukhatarah*.<sup>132</sup> Hal ini sesuai dengan penelitian ini, dimana terdapat pengaruh yang signifikan etika bisnis Islami terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Malang.

Etika bisnis Islami bagi para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Malang merupakan hal sangat penting sebagaimana hasil penelitian ini, terutama terhadap dampak bagi pendapatan usaha mereka. Hal ini juga sesuai dengan bab 4 tabel 4.5 tentang frekuensi para pelaku wirausaha barang bekas menunjukkan agama mereka kesemuanya atau 100% Islam. Jadi, dalam menerapkan panji-panji ekonomi Islam dalam bertransaksi sudah memiliki landasannya. Selain itu juga, sangat jelas besarnya pengaruh etika bisnis Islami bila melihat persentase dari jumlah pengaruh secara bersama terhadap pendapatan yakni dengan melihat pada bab 4 tabel 4.20 tentang sumbangan efektif dan bab 4 tabel 4.21 tentang

---

<sup>130</sup> A. Riawan Amien, *Menggagas Bisnis Syariah*, hlm. 11.

<sup>131</sup> Desy Astrid Anindya, *Pengaruh Etika Bisnis Islami Terhadap Keuntungan di Desa Delitua Kecamatan Delitua* (Jurnal At-Tawassuth, Vol. II, No. 2, 2017), hlm. 389-412.

<sup>132</sup> Sofyan Syafri Harapan, *Akutansi Islam*, hlm. 163.

sumbangan relatif. Hasil dari sumbangan efektif etika bisnis Islami terhadap pendapatan sebesar 45,3% dari 52,2%, sedangkan sumbangan relatifnya sebesar 86,7% dari 100%. Hasil sumbangan ini jauh sangat tinggi di atas dua variabel independen (bebas) lainnya yaitu lokasi usaha dan pendidikan.

## 2. Analisis Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan

Hasil pengujian secara parsial pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan menunjukkan statistik uji T sebagaimana bab sebelumnya pada tabel 4.17 hasil uji T (parsial) sebesar 2,472 dengan probabilitas sebesar 0,016. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hasil uji T > t tabel (1,993) atau nilai probabilitas < *level of significance* ( $\alpha = 5\%$ ). Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesisnya diterima, dimana terdapat pengaruh yang signifikan lokasi usaha terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Malang.

Melihat lokasi usaha pada objek penelitian menjadi kendala tersendiri, dimana pada lokasi usaha saat ini belum dilakukan relokasi ke gedung yang baru, padahal gedung sebagai lokasi usaha baru bagi para pelaku barang bekas di Pasar Comboran Timur tersebut telah rampung dibangun sejak awal 2018 dan sudah dilakukan pendataan kembali terkait jumlah pelaku wirausaha barang bekas yakni 332 pedagang. Hal tersebut terjadi karena problem fundamental dan teknis yang belum kunjung usai. Meskipun setelah melihat hasil uji T dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan lokasi usaha terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. Namun, pada sumbangan efektif dan sumbangan relatif pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan

hasilnya sebagaimana bab sebelumnya tabel 4.19 dan tabel 4.29 sangat kecil, dimana sumbangan efektif lokasi usaha terhadap pendapatan hanya sebesar 2,60% dan sumbangan relatifnya hanya 5,05%.

Melihat hasil pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan dari hail sumbangan efektif dan sumbangan relatif agar kiranya mendapat perhatian dari pemerintah Kota Malang. Sehingga suasana lokasi usaha di Pasar Comboran Timur Kota Malang ini lebih kondusif, aman, nyaman, serta dapat terorganisir dengan baik dalam melakukan aktivitas perdaganganya.

Hasil pengujian di atas sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Fandy Tjiptono bahwa keberadaan lokasi usaha sangat menentukan pendapatan para pelaku wirausaha, dengan kata lain semakin strategis tempat usaha maka semakin meningkat pendapatan mereka, serta begitu pula sebaliknya.<sup>133</sup> Selain itu pula, dengan lokasi yang strategis dapat mengurangi biaya bahan baku, transportasi dan lainnya, hal ini dapat pula berpengaruh terhadap proses meningkatkan pendapatan dengan meminimalisir biaya-biaya.<sup>134</sup>

Pernyataan dan hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Nyoman Paramita dan I Gede Sujana Budhiasa pada tahun 2014 yang menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.<sup>135</sup> Meningkatnya pendapatan dapat terjadi dari berbagai faktor lain, terutama yang termasuk ke dalam bauran

---

<sup>133</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, hlm. 125.

<sup>134</sup> Robinson Tarigan, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*, hlm. 147.

<sup>135</sup> Ayu Nyoman Paramita dan I Gede Sujana, *Pengaruh Akumulasi Modal, Pendidikan, Kreativitas, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Perempuan di Pasar Seni Sukarwati Gianyar Bali* (E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol. 3, No. 5, 2014), hlm. 182-190.

pemasaran, seperti produk, harga, promosi, proses, sarana fisik, orang, dan juga termasuk lokasi usaha.

### 3. Analisis Pengaruh Pendidikan Terhadap Pendapatan

Pengaruh pendidikan terhadap pendapatan menunjukkan hasil uji T sebesar 1,493 dengan probabilitas sebesar 0,140. Hasil ini menyatakan bahwa hasil uji  $T < T$  tabel (1,993) atau probabilitasnya  $< level\ of\ significance$  ( $\alpha = 5\%$ ). Hal ini dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan pendidikan terhadap pendapatan.

Berbagai hasil penelitian empirik di negara-negara maju menyatakan bahwa pendapatan setiap masyarakat dipengaruhi oleh *human investment* yakni pendidikan, ketrampilan, dan keahlian. Lebih dalam lagi disebutkan bahwa *human capital* akan meningkatkan *growth* dan selanjutnya akan meningkatkan pendapatan. Hal tersebut tidak sesuai dengan hasil penelitian ini, nyatanya hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh pendidikan terhadap pendapatan namun tidak signifikan. Penelitian ini sesuai menurut Pusat Pengembangan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma mengatakan bahwa pendidikan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hanya berlaku di negara-negara maju, namun tidak berlaku di negara-negara berkembang seperti Indonesia, hal ini benar adanya mengingat bahwa pada umumnya di negara-negara berkembang seperti Indonesia, sebagian besar penduduknya bekerja di sektor informal bukan di sektor formal.<sup>136</sup>

<sup>136</sup> Pusat Pengembangan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, *Rakyat, Pendidikan, dan Ekonomi: Mejuju Pendidikan Ekonomi Kerakyatan* (Yogyakarta: Penerbit Universitas Sanata Dharma, 2009), hlm. 103-104.

Sehingga terkait kualifikasi seseorang dalam bekerja atau berwirausaha di negara berkembang seperti Indoneis tidak begitu diperhitungkan. Hal ini juga senada dengan rendahnya pendidikan sebagian besar penduduk sehingga mereka lebih bergantung kepada sektor informal.<sup>137</sup>

Perihal dari penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Nyoman Paramita dan I Gede Sujana Budhiasa pada tahun 2014 dimana hasilnya juga menolak hipotesis yang ada bahwa pendidikan memiliki pengaruh negatif terhadap pendapatan.<sup>138</sup> Perbedaannya adalah penelitian ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan pendidikan terhadap pendapatan sehingga hipotesa juga ditolak.

#### **G. Analisis Pengaruh Variabel Paling Dominan Antara Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan**

Pengujian atas pengaruh variabel paling dominan antara etika bisnis islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan merupakan jawaban dari hipotesis Nomor 5 yakni, “Etika Bisnis Islami merupakan variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap pendapatan pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang.” Hasil dari pengujian hipotesis ini terjawab sebagaimana pada tabel 4.19 bahwa dengan memperhatikan nilai *standardized coefficients* dapat diketahui bahwa variabel etika bisnis Islami

<sup>137</sup> Ibid.

<sup>138</sup> Ayu Nyoman Paramita dan I Gede Sujana, *Pengaruh Akumulasi Modal, Pendidikan, Kreativitas, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Perempuan di Pasar Seni Sukarwati Gianyar Bali* (E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol. 3, No. 5, 2014), hlm. 182-190.

dengan nilai 0,659 merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Kota Malang.

Dapat diketahui bahwa variabel etika bisnis Islami merupakan variabel independen paling berpengaruh terhadap pendapatan, hal ini senada dengan analisis deskriptif responden terkait kategori agama, dimana 100% dari reeponden beragama Islam. Sehingga benar adanya sebagai ummat muslim yang melakukan aktivitas ekonomi, mereka melakukan setiap transaksi dengan etika bisnis Islami yang tentunya berlandaskan kepada Al-Qur'an dan Sunnah.

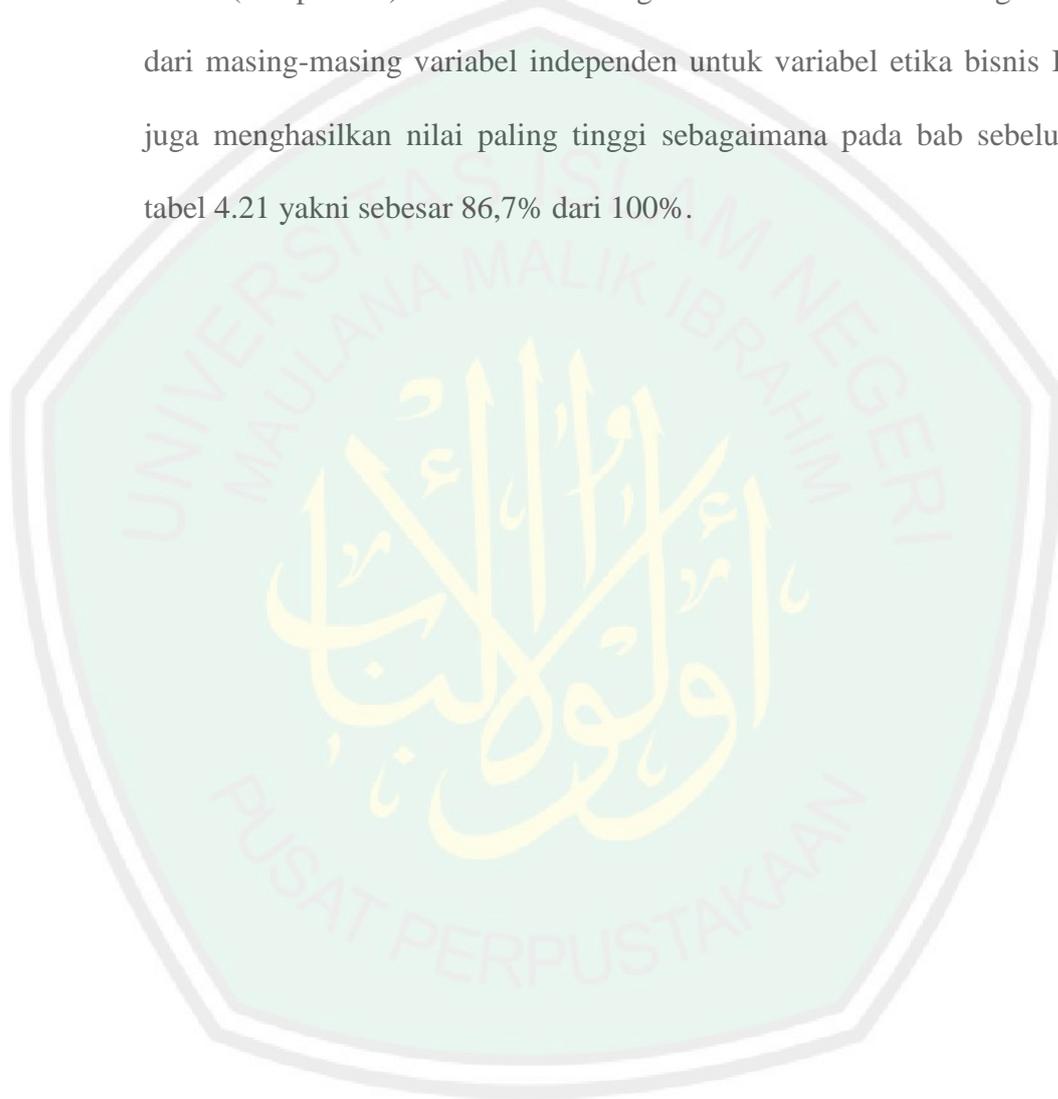
Selanjutnya, terkait variabel bebas yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel terikat dapat dilihat pula dari hasil sumbangan efektif dan sumbangan relatif sebagaimana berikut ini:

### **1. Sumbangan Efektif**

Sumbangan efektif merupakan suatu ukuran sumbangan dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) dalam analisis regresi berganda. Hasil penjumlahan dari sumbangan efektif untuk semua variabel bebas (independen) adalah sama dengan jumlah nilai koefisien determinasi (*R-square*). Adapun hasil dari sumbangan efektif yang paling besar sebagaimana pada bab sebelumnya tabel 4.20 adalah etika bisnis Islami sebesar 45,3% dari 52,2% nilai koefisien determinasi (*R-square*). Hal ini benar dikarenakan sama dengan hasil uji variabel paling dominan pada bab sebelumnya tabel 4.19.

## 2. Sumbangan Relatif

Sumbangan relatif merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besarnya sumbangan suatu variabel bebas (independen) terhadap jumlah kuadran regresi. Jadi nantinya jumlah sumbangan relatif dari semua variabel bebas (independen) adalah sama dengan 100% atau 1. Sumbangan relatif dari masing-masing variabel independen untuk variabel etika bisnis Islami juga menghasilkan nilai paling tinggi sebagaimana pada bab sebelumnya tabel 4.21 yakni sebesar 86,7% dari 100%.



## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan pada hasil penelitian ini, peneliti akan menarik kesimpulan bahwa analisis pengaruh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan para pelaku wirasusaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan para pelaku wirasusaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. Nilai atau besarnya pengaruh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan pada hasil penelitian ini sebesar 50.3%, sedangkan sisanya sebesar 49.7% merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan etika bisnis Islami terhadap pendapatan para pelaku wirasusaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. Besarnya pengaruh etika bisnis Islami terhadap pendapatan pada penelitian ini dengan melihat hasil sumbangan efektif sebesar 45,3% dan sumbangan relatif sebesar 86,7%. Hal ini didukung berdasarkan data agama para responden 100% adalah beragama Islam, sehingga setidaknya mereka tahu mana cara bertransaksi yang halal dan haram agar supaya mendapatkan berkah dari setiap transaksi bisnisny, serta menepis stigma negatif terkait Pasar Comboran Timur Kota Malang yang dikenal dengan pasar maling.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan lokasi usaha terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. Besarnya pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pada penelitian ini dengan melihat hasil sumbangan efektif yang kecil yakni hanya 2,60% dan sumbangan relatif sebesar 5,05%. Sehingga relokasi harus segera dilakukan oleh pihak pengelola pasar, mengingat untuk dapat meningkatkan pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas serta dapat menimbulkan kenyamanan dan keamanan yang lebih dalam berwirausaha.
4. Berdasarkan hasil uji T (parsial) variabel pendidikan tidak terdapat pengaruh yang signifikan pendidikan terhadap pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang. Hal ini disebabkan para pelaku wirausaha adalah pekerja di sektor informal, sebagaimana kita ketahui bahwa di Indonesia sebagian besar penduduk bekerja di sektor informal, dan hal ini tidak memerlukan kualifikasi tertentu. Melihat hal ini, maka pengelola pasar dapat melakukan pelatihan dan pengontrolan dalam berbisnis dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan.
5. Variabel etika bisnis Islam yang paling dominan mempengaruhi pendapatan para pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang dibandingkan variabel lain yang juga di uji pada penelitian ini, yakni lokasi usaha dan pendidikan. Besarnya pengaruh etika bisnis Islami berdasar sumbangan efektif 45,3% dan sumbangan relatif sebesar 86,7%, jauh lebih besar dari 2 variabel lainnya yang di ujikan pada penelitian.

## B. Implikasi Penelitian

Implikasi teoritis berhubungan dengan temuan penelitian terhadap pengembangan suatu teori atau konsep yang berkenaan dengan etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan pengaruhnya terhadap pendapatan sebagaimana pada penelitian sebelumnya, serta dapat menepis teori sebelumnya yang tidak sesuai dengan hasil penelitian ini. Ketidakesesuaian hasil penelitian tersebut terjadi pada hasil dari pengaruh pendidikan terhadap pendapatan, dimana untuk bekerja di sektor informal tidak diperlukan kualifikasi pendidikan tertentu, hal ini banyak terjadi pada negara berkembang seperti negara kita Indonesia.

Selanjutnya, implikasi praktis berkenaan dengan penelitian ini terhadap proses peningkatan pendapatan yang dijelaskan oleh etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan sebagaimana berikut ini:

1. Bagi Pelaku Wirausaha Barang Bekas, bahwa dengan menerapkan praktik etika bisnis yang Islami dan lokasi usaha yang tepat strategis, maka dapat meningkatkan pendapatan para pelaku wirausaha, selain pendapatan dunia dapat pula sebagai bekal akhirat dengan menerapkan etika bisnis Islami dalam melakukan aktivitas ekonomi.
2. Bagi Dinas Perdagangan dan Pengelola Pasar, perlu adanya relokasi ke gedung yang baru sebagai peningkatan perumusan yang seimbang antara spiritual dan materi dalam mengelola suatu lokasi perdagangan sehingga aktivitas ekonomi dapat berjalan dengan sejuk.
3. Bagi Akademisi, bahwa pendapatan yang sifatnya spritual dan materi dapat diperoleh dengan menerapkan etika bisnis Islami dalam melakukan aktivitas

ekonomi dan dengan menentukan lokasi usaha yang tepat strategis untuk keberlangsungan usaha dan terhindar dari kerusakan.

4. Bagi Peneliti selanjutnya, dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya terkait dengan etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap upaya menggapai pendapatan secara spritual dan materi.

### C. Saran

1. Bagi Dinas Perdagangan dan Pengelola Pasar Comboran Timur Kota Malang khususnya, dalam upaya mengembangkan dan meningkatkan pendapatan secara spiritual dan materi, disarankan agar dilakukan pelatihan tentang etika bisnis Islami secara berkala, sehingga para pelaku wirausaha barang bekas benar-benar memahaminya, selain itu mengingat bahwa 100% responden pada penelitian ini beragama Islam. Pelatihan tersebut juga dapat menutupi berbagai level pendidikan para pelaku wirausaha barang bekas. Selanjutnya, berkenaan dengan lokasi usaha diharapkan segera di relokasi ke gedung yang baru, dikarenakan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh lokasi usaha saat ini (sepanjang jalan) hanya sebesar 2,60% dari 52,2% dengan melihat hasil sumbangan efektif.
2. Bagi Akademisi, diharapkan untuk terus melakukan pengkajian terkait pendapatan secara spritual dan materi selain dari faktor etika bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan. Sehingga sumbangan pemikiran kian banyak dinikmati oleh para pelaku wirausaha dalam menggapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

3. Bagi Peneliti selanjutnya, untuk terus melakukan penelitian terkait aktivitas dagang dalam ekonomi Islam, terutama dengan menguji variabel-variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

#### **D. Rekomendasi**

Adanya rekomendasi ini merupakan terdapatnya kekurangan pada penelitian ini, disamping ditujukan kepada peneliti selanjutnya agar dapat dilakukan pengembangan penelitian sebagaimana berikut ini:

1. Untuk melakukan pengembangan terkait penelitian selanjutnya, maka peneliti berikutnya dapat menambah pengembangan pada variabel bebas, dan juga indikatornya.
2. Selain itu juga untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat, maka dapat pula menambah sampel dari suatu populasi sehingga hasil pengolahan datanya dapat lebih representatif.
3. Upaya memberikan kesempurnaan pada suatu penelitian, maka dapat pula dilakukan penelitian dari sudut pandang konsumen atau pembeli, sehingga pengambilan suatu keputusan terkait masa depan bisnis barang bekas ini bisa dari dua arah, yakni dari sudut pandang pelaku wirausaha dan konsumen atau pembeli.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim.

Al-Haritsi, Jaribah bin Ahmad. *Fikih Ekonomi Umar bin Khattab*. Jakarta Timur: Khalifa, 2006.

Amin, A. Riawan. *Menggagas Manajemen Syariah*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.

Anindya, Desy Astrid. Pascasarjana Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Pengaruh Etika Bisnis Islami Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua*. Jurnal At-Tawassuth, Vol. II, No. 2, Tahun 2017.

Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang : Walisongo Press, 2009.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

Astuti, Devi. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pancabudi. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Nelayan di Kabupaten Langkat*. Jurnal Integritas, Vol. 1, No. 4, Tahun 2015.

Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Baridwan, Zaki. *Akuntansi Keuangan Intermediate: Masalah-Masalah Khusus Edisi 1*. Yogyakarta: BPF, 2011.

Barus, Elida Elfi dan Nuriani. Dosen STAI Al-Islahyah Binjai Sumatera Utara. *Implementasi Etika Bisnis Islam Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan*. Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, Vol. 2, No. 2, 2016.

Chalil, Zaki Fuad. *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga, 2009.

Clement, R. W. *Just How Unethical is American Business?*. Business Horizons, No. 49, 2006.

De George, R. T. *Business Ethics Edisi ke-5*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 2002.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1998.

Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Bumi*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.

Ekananda, Mahyus. *Ekonometrika Dasar: Untuk Penelitian Bidang Ekonomi, Sosial Dan Bisnis*. Jakarta: Mitrawacana Media, 2015.

Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2001.

Handoko, T. Hani. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPF, 1999.

Harapan, Syofian Syafri. *Akutansi Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.

Hartini, Saptono Putro, dan Sutardji. *Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat Peternak Sapi Perah di Desa Sukorame Kecamatan Musuk Kabupaten Boyolali*. *Edu Geography*, Vol. 1, No. 2, 2013.

Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Hasan, Irmayanti. *Manajemen Operasional Perspektif Integratif*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.

Hayani, Nurrahmi. *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: SUSKA Press, 2012.

Herjanto, Eddy. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Grasindo, 2008.

Hidayah, Mohammad. *Fiqh Perdagangan Bebas*. Jakarta: Teraju, 2003.

<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/01/17/p2p11e438-pedagang-barang-bekas-siap-dipindahkan-ke-pasar-baru-timur>. Diakses pada Hari Selasa, 22 Mei 2018, Pukul 12.32 WIB.

<http://surabaya.bisnis.com/read/20170808/11/97760/dinkop-umkm-kota-malang-mendorong-pertumbuhan-usaha-mikro>. Diakses pada Hari Senin, 21 Mei 2018, Pukul 21.00 WIB.

<https://malang.merdeka.com/kabar-malang/12-prestasi-nasional-kota-malang-sepanjang-tahun-2017-171227x/kota-peduli-ham.html>. Diakses pada Hari Senin, 21 Mei 2018, Pukul 20.30 WIB.

<https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/10/14/oxtinj440-jumlah-pengusaha-indonesia-naik>. Diakses pada Hari Senin, 21 Mei 2018, Pukul 22.00 WIB.

<https://www.kemalangaja.com/2017/04/keunikan-pasar-comboran-kota-malang.html>. Diakses pada Hari Selasa, 22 Mei 2018, Pukul 11.35 WIB.

<https://www.spssindonesia.com/2018/02/cara-menghitung-se-sr-regresi-berganda.html>. Diakses pada 24 September 2018, Pukul 21.15.

Ihsan, Fuad. *Dasar-Dasar Kependidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.

Iksyaniyah, Nuril dan Yoyok Soesatyo. Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Pasar Baru Krian Sidoarjo*. Vol. 3, No. 3, Tahun 2015.

Juwita, Ratna dan Retno Budi Lestari. *Kontribusi Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Sektoral Di Kota Palembang*. Jurnal Ilmiah STIE MDP, Vol. 2, No. 2, 2013.

Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.

\_\_\_\_\_ dan Jakfar. *Study Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2004.

Kerjasama Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dengan Bank Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Principial of Marketing, Edisi 8*. Jakarta: Gramedia Pustaka, 2001.

L. Farouni, *Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qur'an*, Iqtisad Journal of Islamics Economics, Vol. 4, No. 1, Muharram 1424/ Maret 2003.

Ma'arif, Samsul. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang*. Economics Development Analysis Journal, Vol. 2, No. 2, 2013.

Mannan, M. Abdul. *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Bayu Indra Grafika, 1997.

Mardiasmo. *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi, 2003.

Muhammad dan R. Lukman Faurori. *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.

Muhammad, *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Menejemen Perusahaan YKPN, 2004.

Muliaman, Jasa Ungguh. *Pendidikan Islam Integratif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.

Nachrowi, Djalal Nachrowi. *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika, untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, t.t.

- Naqvi, Syed Nawab Haider. *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis*, telah diterjemahkan oleh Husin Anis: *Etika dan Ilmi Ekonomi Suatu Sintesis Islami*. Bandung: Mizan, 1985.
- Nuryana, Fatati. *Statistik Bisnis Jilid I*. Surabaya: Pena Salsabila, 2013.
- Paramitha, Ayu Nyoman dan I Gede Sujana Budhiasa. Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Bali. *Pengaruh Akumulasi Modal, Pendidikan, Kreativitas, dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Perempuan*. E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, Vol. 3, No. 5, Tahun 2014.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 23 Tahun 1994, tentang *Pendapatan*.
- Prasetyo, Bambang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Pusat Pengembangan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, *Rakyat, Pendidikan, dan Ekonomi: Mejuju Pendidikan Ekonomi Kerakyatan*, Yogyakarta: Penerbit Universitas Sanata Dharma, 2009.
- Ramayulis, *Metodologi Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Kalam Mulia, 2005.
- Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika, 2004.
- Riduwan dan Sunarto. *Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sampurno, Wahyu Mijil. Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia. *Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga*. Journal of Islamic Economics Lariba, Vol. 2, Issue 1, Tahun 2016.
- Sarwono, Jonathan. *Panduan Cepat dan Mudah SPSS 14*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006.
- Setiawina, Nyoman Djinar dan Arya Dwiandana Putri. *Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pekerjaan Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Miskin di Desa Bebandem Karangasem*. E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, Vol. 2, No. 4, April 2013.
- Simamora, Bilson. *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Simanjuntak, Payaman J. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, 2001.

- Sinaulan, Jefry H. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa. *Peran Penting Bisnis Bagi Perusahaan-Perusahaan Indonesia dalam Bersaing Di Era Masyarakat Ekonomi Asean*. Jurnal Analisis Ekonomi Utama, Vol. 10, No. 2, 2016.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013.
- Solimun., Adji Achmad Rinaldo Fernandes, dan Nurjannah, *Metode Statistika Multivariat*. Malang: UB Press, 2017.
- Soyomukti, Nurani. *Teori-Teori Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sujarweni, V. Wiratna, dan Poly Endrayanto. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Sukirno, Sadono. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000.
- Supriyanto, Achmad Sani dan Vivin Maharani, *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press, 2013.
- Suyanto, M. *MUHAMMAD Business Strategy and Ethics*. Yogyakarta: Andi, 2008.
- Tarigan, Robinson. *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Andi, 2008.
- \_\_\_\_\_. dan Gregorius Chandra. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi, 2016 .
- Todaro, Michael P. *Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
- Umar, Husein. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).
- Undang-Undang Pendidikan Nasional No.13 Tahun 2003.
- Undang-Undang Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 Bab 1 Pasal 1.

- Vijayanti, Made Dwi dan I Gusti Wayan Murjana Yasa. Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Bali. *Pengaruh Lama Usaha dan Modal Terhadap Pendapatan dan Efisiensi Usaha Pedagang Sembako di Pasar Kumbarsari*. E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, Vol. 5, No. 12, Tahun 2016.
- Wahyuni, Ribut Nurul Tri dan Anugerah Karta Monika. Jurusan Statistik Sekolah Tinggi Ilmu Statistik Jakarta. *The Impact Education on Income Inequality Among Indonesian Workers*. Jurnal Kependudukan Indonesia, Vol. 11. No. 1, Tahun 2016.
- Wooten, K. *Ethical Dilemma in Human Resources Management*. Human Resouces Management Review, Vol. 11, No. 1-2, Tahun 2001.
- Yamin, Sofyan., Lien A Rachmach, dan Heri Kurniawan. *Regresi dan Korelasi dalam Genggaman Anda*. Jakarta: PT. Salemba Empat, 2011.
- Yusanto, M. Ismail dan M. Karebet Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Zinn, H. *A People's History of The Uniteds States*. New York: HarperCollins Publishers Inc, 2003.

**LAMPIRAN 1****KUISIONER**

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu/Saudara/i Pelaku Wirausaha Barang Bekas  
di  
Pasar Comboran Timur Kota Malang

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Studi Magister Ekonomi Syariah UIN Malang, maka saya sebagai peneliti sangat memerlukan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan sejumlah informasi/data yang berkaitan dengan judul penelitian yakni, Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan (Studi Pada Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Kota Malang). Sehubungan dengan keperluan tersebut, besar harapan saya agar Bapak/Ibu/Saudara/i berkenan memberikan pernyataan-pernyataan yang sudah tersedia dalam kuisisioner.

Demikian kuisisioner ini saya sampaikan, atas perhatian dan partisipasinya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

Batu, 08 Juni 2018  
Peneliti,

Didin Burhanuddin Rabbani  
NIM. 16801018

**PETUNJUK PENGISIAN KUISISIONER**

1. Kuisisioner penelitian ini terdiri dari kuisisioner tertutup dan kuisisioner terbuka.
2. Pengisian kuisisioner tertutup dilakukan dengan memberikan tanda *checkbox* (✓) pada kolom jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i dianggap sesuai.
3. Pada kuisisioner tertutup (dalam tabel) setiap pertanyaan hanya memiliki satu alternatif jawaban.
4. Penilaian atau pilihan pada kuisisioner tertutup jawaban terdiri dari 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu:
 

a. Sangat Setuju	(SS)	dengan skor 5
b. Setuju	(S)	dengan skor 4
c. Netral	(N)	dengan skor 3
d. Tidak Setuju	(TS)	dengan skor 2
e. Sangat Tidak Setuju	(STS)	dengan skor 1
5. Pada pertanyaan terakhir yakni berkenaan pendapatan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam melakukan usahanya.

### IDENTITAS RESPONDEN

- A. Nama Responden :  
 B. Jenis Kelamin :  
 C. Usia :  
 D. Agama :  
 E. Alamat :  
 F. Jenis Usaha :  
 G. Tahun Mulai/Lama Bekerja :  
 H. Pendidikan Terakhir (X3) :

### Pernyataan Kuisisioner

#### Etika Bisnis Islami (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	KS	TS
1	Pendapatan yang diperoleh dari hasil berdagang harus saya disisihkan untuk zakat dan beredekah, dimana hal ini akan meningkatkan pendapatan dagang.	5	4	3	2	1
2	Dalam memilih pembeli atau karyawan saya tidak membeda-bedakan suku, ras dan agamanya, karena akan berdampak pada pendapatan dagang.	5	4	3	2	1
3	Sebagai seorang pedagang, saya tidak melakukan penimbunan barang dagangan, lalu kemudian menjualnya ketika harga naik.	5	4	3	2	1
4	Dalam membelanjakan barang dagangan atau kulakan, saya menyesuainya dengan kebutuhan atau permintaan pasar.	5	4	3	2	1
5	Dalam menetapkan harga suatu barang, saya menyesuainya dengan kualitas barangnya, terutama barang bekas ini.	5	4	3	2	1
6	Dalam usaha untuk membuat barang dagangan laku, saya tidak menggunakan sumpah palsu.	5	4	3	2	1
7	Dalam melakukan kerjasama dengan kolega, saya selalu menepati janji dan isi dari kerjasama tersebut.	5	4	3	2	1
8	Saya patuh pada kebijakan pemerintah dalam setiap transaksi pasar yang terjadi.	5	4	3	2	1
9	Usaha perdagangan yang saya lakukan tidak mementingkan kepentingan pribadi saya sebagai penjual, namun juga terhadap penjual lainnya apalagi pembeli, terutama Allah SWT sebagai tanggungjawab akhirat yang kekal nanti.	5	4	3	2	1

10	Dalam penetapan upah bagi karyawan saya sesuaikan dengan kerja mereka dengan adil.	5	4	3	2	1
11	Dalam pembagian keuntungan dengan kolega, saya menetapkan margin sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, yakni dibagi berdasarkan partisipasi dan hasil dari laba.	5	4	3	2	1
12	Dalam usaha perdagangan saya menghindari sistem atau modus yang merugikan pembeli.	5	4	3	2	1
13	Dalam melayani pembeli saya bersikap ramah, sopan, dan santun.	5	4	3	2	1
14	Dalam melakukan usaha perdagangan saya mengutamakan kenyamanan dan kepercayaan pembeli.	5	4	3	2	1
15	Berdagang bukan hanya sekedar untuk mendapatkan pendapatan atau keuntungan materi saja, tapi juga untuk mendapat barokah dan pahala sebagai bekal akhirat nanti.	5	4	3	2	1

#### Lokasi Usaha (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	KS	TS
1	Lokasi usaha saya mudah dijangkau oleh transportasi umum.	5	4	3	2	1
2	Lokasi usaha saya berada di kawasan pusat kota.	5	4	3	2	1
3	Lokasi usaha saya tidak terpencil, sehingga dapat dilihat dari jauh.	5	4	3	2	1
4	Tersedianya penerangan di lokasi usaha saya.	5	4	3	2	1
5	Banyaknya lalu lalang orang yang seringkali pembeli berhenti secara spontan untuk membeli dagangan saya.	5	4	3	2	1
6	Pembeli tidak hanya berasal dari dalam kota tapi juga luar kota.	5	4	3	2	1
7	Tempat parkir tertata rapi di lokasi usaha saya sehingga memberikan rasa nyaman dan aman untuk pemilik roda dua dan roda empat.	5	4	3	2	1
8	Jalanan di lokasi usaha saya terhindar dari kemacetan.	5	4	3	2	1
9	Adanya rencana saya untuk perluasan usaha di kemudian hari.	5	4	3	2	1
10	Terdapat lahan untuk perluasan usaha di kawasan lokasi usaha saya.	5	4	3	2	1
11	Lokasi usaha saya dekat dengan daerah keramaian seperti tempat wisata.	5	4	3	2	1
12	Lingkungan usaha saya dekat dengan	5	4	3	2	1

	kebutuhan warga sekitar.					
13	Lokasi usaha saya berdekatan dengan pesaing atau pedagang lainnya.	5	4	3	2	1
14	Saya tidak keberatan bila lokasi usaha sejenis saling berdekatan.	5	4	3	2	1
15	Pendapat saya terkait pemindahan lokasi usaha oleh pemerintah kota ke lokasi yang baru.	5	4	3	2	1
16	Lokasi yang baru nantinya akan lebih meningkatkan pendapatan saya.	5	4	3	2	1

**Pendapatan (Y)**

Y	Pendapatan Bapak/Ibu/Saudara/i perbulan dari hasil berdagang barang bekas.	Rp .....
---	--	----------

Terima kasih banyak atas kerjasamanya...



**LAMPIRAN 2****HASIL UJI STATISTIK DENGAN SPSS VERSI 23**

**Hasil Uji Instrument**  
**Variabel Etika Bisnis Islami**  
**Indikator Kesatuan**  
**Uji Validitas**

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	TX1.1
X1.1	Pearson Correlation	1	.373*	.457*	.767**
	Sig. (2-tailed)		.042	.011	.000
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.373*	1	.504**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.042		.005	.000
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.457*	.504**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.011	.005		.000
	N	30	30	30	30
TX1.1	Pearson Correlation	.767**	.790**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

**Uji Reliabilitas****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	3

**Indikator Keseimbangan****Uji Validitas****Correlations**

		X1.4	X1.5	X1.6	TX1.2
X1.4	Pearson Correlation	1	.335	.585**	.858**
	Sig. (2-tailed)		.071	.001	.000
	N	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.335	1	.163	.597**
	Sig. (2-tailed)	.071		.390	.000
	N	30	30	30	30

X1.6	Pearson Correlation	.585**	.163	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.001	.390		.000
	N	30	30	30	30
TX1.2	Pearson Correlation	.858**	.597**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	3

### Indikator Kehendak bebas

#### Uji Validitas

#### Correlations

		X1.7	X1.8	X1.9	TX1.3
X1.7	Pearson Correlation	1	.515**	.302	.739**
	Sig. (2-tailed)		.004	.105	.000
	N	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.515**	1	.601**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000
	N	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.302	.601**	1	.808**
	Sig. (2-tailed)	.105	.000		.000
	N	30	30	30	30
TX1.3	Pearson Correlation	.739**	.867**	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.723	3

### Indikator Tanggungjawab Uji Validitas

#### Correlations

		X1.10	X1.11	X1.12	TX1.4
X1.10	Pearson Correlation	1	.193	.066	.514**
	Sig. (2-tailed)		.307	.730	.004
	N	30	30	30	30
X1.11	Pearson Correlation	.193	1	.801**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.307		.000	.000
	N	30	30	30	30
X1.12	Pearson Correlation	.066	.801**	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	.730	.000		.000
	N	30	30	30	30
TX1.4	Pearson Correlation	.514**	.889**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	3

### Indikator Kebenaran Uji Validitas

#### Correlations

		X1.13	X1.14	X1.15	TX1.5
X1.13	Pearson Correlation	1	.366*	.370*	.776**
	Sig. (2-tailed)		.047	.044	.000
	N	30	30	30	30
X1.14	Pearson Correlation	.366*	1	.304	.776**
	Sig. (2-tailed)	.047		.102	.000
	N	30	30	30	30
X1.15	Pearson Correlation	.370*	.304	1	.697**
	Sig. (2-tailed)	.044	.102		.000
	N	30	30	30	30
TX1.5	Pearson Correlation	.776**	.776**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.608	3

### Variabel Lokasi Usaha

#### Indikator Akses

#### Uji Validitas

#### Correlations

		X2.1	X2.2	TX2.1
X2.1	Pearson Correlation	1	.873**	.965**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.873**	1	.970**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
TX2.1	Pearson Correlation	.965**	.970**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	2

### Indikator Visibilitas

#### Uji Validitas

#### Correlations

		X2.3	X2.4	TX2.2
X2.3	Pearson Correlation	1	.831**	.957**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.831**	1	.957**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30

TX2.2	Pearson Correlation	.957**	.957**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	2

### Indikator Lalu lintas

#### Uji Validitas

##### Correlations

		X2.5	X2.6	TX2.3
X2.5	Pearson Correlation	1	.556**	.874**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000
	N	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.556**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	30	30	30
TX2.3	Pearson Correlation	.874**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	2

### Indikator Tempat Parkir

#### Uji Validitas

##### Correlations

		X2.7	X2.8	TX2.4
X2.7	Pearson Correlation	1	.492**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000
	N	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.492**	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.006		.000

	N	30	30	30
TX2.4	Pearson Correlation	.807**	.911**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.632	2

### Indikator Ekspansi

#### Uji Validitas

#### Correlations

		X2.9	X2.10	TX2.5
X2.9	Pearson Correlation	1	.874**	.966**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.874**	1	.970**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
TX2.5	Pearson Correlation	.966**	.970**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	2

### Indikator Lingkungan

#### Uji Validitas

#### Correlations

		X2.11	X2.12	TX2.6
X2.11	Pearson Correlation	1	.564**	.861**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000
	N	30	30	30
X2.12	Pearson Correlation	.564**	1	.906**

	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	30	30	30
TX2.6	Pearson Correlation	.861**	.906**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.714	2

### Indikator Kompetensi

#### Uji Validitas

#### Correlations

		X2.13	X2.14	TX2.7
X2.13	Pearson Correlation	1	.608**	.864**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
X2.14	Pearson Correlation	.608**	1	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
TX2.7	Pearson Correlation	.864**	.925**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.738	2

### Indikator Peraturan Pemerintah

#### Uji Validitas

#### Correlations

		X2.15	X2.16	TX2.8
X2.15	Pearson Correlation	1	.629**	.894**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30

X2.16	Pearson Correlation	.629**	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
TX2.8	Pearson Correlation	.894**	.911**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	2

### Hasil Analisis Deskriptif

#### Identitas Responden

#### Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

##### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	70	90.9	90.9	90.9
	Perempuan	7	9.1	9.1	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

#### Identitas Responden Berdasarkan Usia

##### Kategori usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≤ 25 tahun	1	1.3	1.3	1.3
	26 - 35 tahun	8	10.4	10.4	11.7
	36 - 45 tahun	29	37.7	37.7	49.4
	46 - 55 tahun	24	31.2	31.2	80.5
	≥ 56 tahun	15	19.5	19.5	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

#### Identitas Responden Berdasarkan Agama

##### Agama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	77	100.0	100.0	100.0

### Identitas Responden Berdasarkan Jenis Usaha

		Jenis Usaha			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Barang Antik	2	2.6	2.6	2.6
	Elektronik	12	15.6	15.6	18.2
	Helm	3	3.9	3.9	22.1
	HP	6	7.8	7.8	29.9
	Jam	4	5.2	5.2	35.1
	Onderdil	31	40.3	40.3	75.3
	Pakaian	11	14.3	14.3	89.6
	Sepatu	8	10.4	10.4	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

### Identitas Responden Berdasarkan Lama Bekerja

		Kategori Lama Bekerja			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≤ 10 tahun	20	26.0	26.0	26.0
	11 - 20 tahun	23	29.9	29.9	55.8
	21 - 30 tahun	24	31.2	31.2	87.0
	≥ 30 tahun	10	13.0	13.0	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

### Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

		Tingkat Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Sekolah	7	9.1	9.1	9.1
	SD atau Sederajat	17	22.1	22.1	31.2
	SMP atau Sederajat	23	29.9	29.9	61.0
	SMA atau Sederajat	23	29.9	29.9	90.9
	Perguruan Tinggi	7	9.1	9.1	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

### Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

		Tingkat Pendapatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≤ 1 juta	22	28.6	28.6	28.6
	1.1 juta - 2 juta	27	35.1	35.1	63.6
	2.1 juta - 3 juta	14	18.2	18.2	81.8
	3.1 juta - 4 juta	5	6.5	6.5	88.3
	> 4 juta	9	11.7	11.7	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

### Persepsi Responden

#### Persepsi Responden terhadap Etika Bisnis Islami Indikator Kesatuan

##### Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3
N	Valid	77	77	77
	Missing	0	0	0
Mean		4.3896	4.3896	4.2987
Std. Deviation		.65204	.71000	.65020
Minimum		3.00	3.00	3.00
Maximum		5.00	5.00	5.00
Sum		338.00	338.00	331.00

##### X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	7	9.1	9.1	9.1
	S	33	42.9	42.9	51.9
	SS	37	48.1	48.1	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

##### X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	13.0	13.0	13.0
	S	27	35.1	35.1	48.1
	SS	40	51.9	51.9	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

##### X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	10.4	10.4	10.4
	S	38	49.4	49.4	59.7
	SS	31	40.3	40.3	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

### Indikator Keseimbangan

#### Statistics

		X1.4	X1.5	X1.6
N	Valid	77	77	77
	Missing	0	0	0
Mean		4.3117	4.2597	4.2727
Std. Deviation		.69320	.63666	.70031
Minimum		3.00	3.00	3.00
Maximum		5.00	5.00	5.00
Sum		332.00	328.00	329.00

#### X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	13.0	13.0	13.0
	S	33	42.9	42.9	55.8
	SS	34	44.2	44.2	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

#### X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	10.4	10.4	10.4
	S	41	53.2	53.2	63.6
	SS	28	36.4	36.4	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

#### X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	11	14.3	14.3	14.3
	S	34	44.2	44.2	58.4
	SS	32	41.6	41.6	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

### Indikator Kehendak bebas

#### Statistics

		X1.7	X1.8	X1.9
N	Valid	77	77	77
	Missing	0	0	0
Mean		4.3247	4.3896	4.4156
Std. Deviation		.71528	.71000	.83273
Minimum		2.00	2.00	2.00
Maximum		5.00	5.00	5.00
Sum		333.00	338.00	340.00

#### X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1.3	1.3	1.3
	N	8	10.4	10.4	11.7
	S	33	42.9	42.9	54.5
	SS	35	45.5	45.5	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

#### X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1.3	1.3	1.3
	N	7	9.1	9.1	10.4
	S	30	39.0	39.0	49.4
	SS	39	50.6	50.6	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

#### X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	2.6	2.6	2.6
	N	11	14.3	14.3	16.9
	S	17	22.1	22.1	39.0
	SS	47	61.0	61.0	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**Indikator Tanggungjawab****Statistics**

		X1.10	X1.11	X1.12
N	Valid	77	77	77
	Missing	0	0	0
Mean		4.1299	4.2468	4.3636
Std. Deviation		.63558	.63154	.70541
Minimum		3.00	3.00	2.00
Maximum		5.00	5.00	5.00
Sum		318.00	327.00	336.00

**X1.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	11	14.3	14.3	14.3
	S	45	58.4	58.4	72.7
	SS	21	27.3	27.3	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**X1.11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	10.4	10.4	10.4
	S	42	54.5	54.5	64.9
	SS	27	35.1	35.1	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**X1.12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1.3	1.3	1.3
	N	7	9.1	9.1	10.4
	S	32	41.6	41.6	51.9
	SS	37	48.1	48.1	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**Indikator Kebenaran****Statistics**

		X1.13	X1.14	X1.15
N	Valid	77	77	77
	Missing	0	0	0
Mean		4.2597	4.2338	4.0649

Std. Deviation	.81761	.70517	.69467
Minimum	2.00	2.00	2.00
Maximum	5.00	5.00	5.00
Sum	328.00	326.00	313.00

**X1.13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	2.6	2.6	2.6
	N	12	15.6	15.6	18.2
	S	27	35.1	35.1	53.2
	SS	36	46.8	46.8	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**X1.14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1.3	1.3	1.3
	N	9	11.7	11.7	13.0
	S	38	49.4	49.4	62.3
	SS	29	37.7	37.7	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**X1.15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1.3	1.3	1.3
	N	13	16.9	16.9	18.2
	S	43	55.8	55.8	74.0
	SS	20	26.0	26.0	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**Persepsi Responden terhadap Lokasi Usaha  
Indikator Akses**

**Statistics**

		X2.1	X2.2
N	Valid	77	77
	Missing	0	0
Mean		4.2857	4.2597
Std. Deviation		.64598	.65700
Minimum		3.00	3.00
Maximum		5.00	5.00

Sum	330.00	328.00
-----	--------	--------

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	10.4	10.4	10.4
	S	39	50.6	50.6	61.0
	SS	30	39.0	39.0	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	9	11.7	11.7	11.7
	S	39	50.6	50.6	62.3
	SS	29	37.7	37.7	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**Indikator Visibilitas****Statistics**

		X2.3	X2.4
N	Valid	77	77
	Missing	0	0
Mean		4.3506	4.2727
Std. Deviation		.68376	.68126
Minimum		3.00	3.00
Maximum		5.00	5.00
Sum		335.00	329.00

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	9	11.7	11.7	11.7
	S	32	41.6	41.6	53.2
	SS	36	46.8	46.8	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	13.0	13.0	13.0
	S	36	46.8	46.8	59.7

SS	31	40.3	40.3	100.0
Total	77	100.0	100.0	

### Indikator Lalu lintas

#### Statistics

		X2.5	X2.6
N	Valid	77	77
	Missing	0	0
Mean		4.4156	4.1688
Std. Deviation		.69492	.75048
Minimum		3.00	3.00
Maximum		5.00	5.00
Sum		340.00	321.00

#### X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	9	11.7	11.7	11.7
	S	27	35.1	35.1	46.8
	SS	41	53.2	53.2	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

#### X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	16	20.8	20.8	20.8
	S	32	41.6	41.6	62.3
	SS	29	37.7	37.7	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

### Indikator Tempat Parkir

#### Statistics

		X2.7	X2.8
N	Valid	77	77
	Missing	0	0
Mean		4,4675	4,1948
Std. Deviation		,64040	,77865
Minimum		3,00	3,00
Maximum		5,00	5,00
Sum		344,00	323,00

**X2.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	7.8	7.8	7.8
	S	29	37.7	37.7	45.5
	SS	42	54.5	54.5	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**X2.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	17	22.1	22.1	22.1
	S	28	36.4	36.4	58.4
	SS	32	41.6	41.6	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**Indikator Ekspansi****Statistics**

		X2.9	X2.10
N	Valid	77	77
	Missing	0	0
Mean		4.2857	4.1299
Std. Deviation		.68551	.73181
Minimum		3.00	3.00
Maximum		5.00	5.00
Sum		330.00	318.00

**X2.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	13.0	13.0	13.0
	S	35	45.5	45.5	58.4
	SS	32	41.6	41.6	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**X2.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	16	20.8	20.8	20.8
	S	35	45.5	45.5	66.2
	SS	26	33.8	33.8	100.0

Total	77	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

### Indikator Lingkungan

#### Statistics

		X2.11	X2.12
N	Valid	77	77
	Missing	0	0
Mean		4.5974	4.1818
Std. Deviation		.59071	.79019
Minimum		3.00	3.00
Maximum		5.00	5.00
Sum		354.00	322.00

#### X2.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	5.2	5.2	5.2
	S	23	29.9	29.9	35.1
	SS	50	64.9	64.9	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

#### X2.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	18	23.4	23.4	23.4
	S	27	35.1	35.1	58.4
	SS	32	41.6	41.6	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

### Indikator Kompetensi

#### Statistics

		X2.13	X2.14
N	Valid	77	77
	Missing	0	0
Mean		4.2987	4.1169
Std. Deviation		.65020	.74293
Minimum		3.00	3.00
Maximum		5.00	5.00
Sum		331.00	317.00

**X2.13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	10.4	10.4	10.4
	S	38	49.4	49.4	59.7
	SS	31	40.3	40.3	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**X2.14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	17	22.1	22.1	22.1
	S	34	44.2	44.2	66.2
	SS	26	33.8	33.8	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**Indikator Peraturan Pemerintah****Statistics**

		X2.15	X2.16
N	Valid	77	77
	Missing	0	0
Mean		4.2078	3.9481
Std. Deviation		.73157	.79300
Minimum		3.00	3.00
Maximum		5.00	5.00
Sum		324.00	304.00

**X2.15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	14	18.2	18.2	18.2
	S	33	42.9	42.9	61.0
	SS	30	39.0	39.0	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**X2.16**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	26	33.8	33.8	33.8
	S	29	37.7	37.7	71.4

SS	22	28.6	28.6	100.0
Total	77	100.0	100.0	

### Hasil Analisis Regresi Berganda

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 <sup>a</sup>	.522	.503	973018.34145

a. Predictors: (Constant). Tingkat Pendidikan. Lokasi Usaha. Etika

Bisnis Islami

b. Dependent Variable: Pendapatan

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7556065794522	3	2518688598174	26.603	.000 <sup>b</sup>
		5.110		1.703		
	Residual	6911382257425	73	946764692798.		
		5.420		020		
	Total	1446744805194	76			
		80.530				

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant). Tingkat Pendidikan. Lokasi Usaha. Etika Bisnis Islami

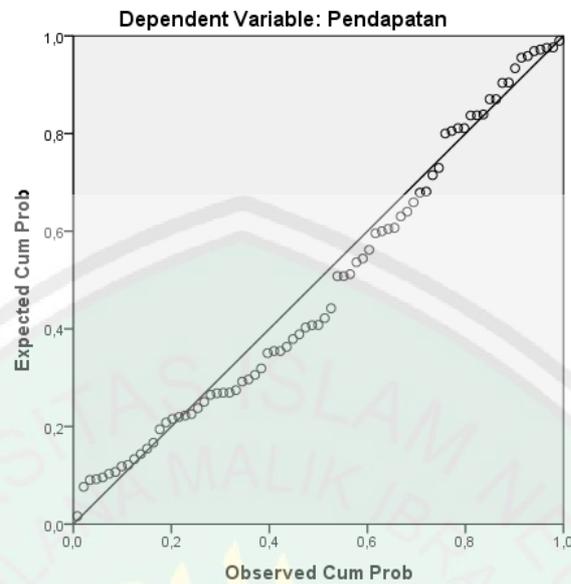
#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-	2325154.311		-6.188	.000
		14388621.059				
	Etika Bisnis Islami	185537.867	24309.505	.659	7.632	.000
	Lokasi Usaha	61041.395	24693.828	.202	2.472	.016
	Tingkat Pendidikan	159140.803	106605.047	.129	1.493	.140

a. Dependent Variable: Pendapatan

## Hasil Uji Asumsi Klasik Asumsi Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	953620.680508
Most Extreme Differences	Absolute	.15
	Positive	.100
	Negative	-.060
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

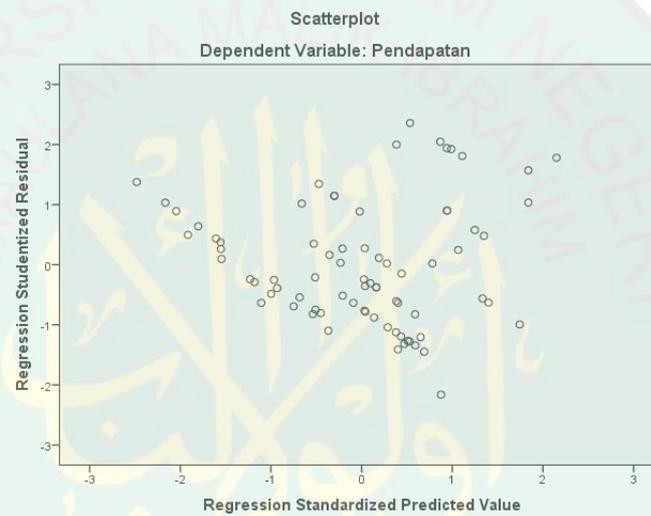
c. Lilliefors Significance Correction.

### Asumsi Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Etika Bisnis Islami	.878	1.139
	Lokasi Usaha	.984	1.016
	Tingkat Pendidikan	.872	1.147

a. Dependent Variable: Pendapatan

### Asumsi Heteroskedastisitas



### Hasil Uji Park

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-17.948	18.999		-.945	.348
	lnX1	4.944	2.992	.197	1.652	.103
	lnX2	5.660	3.278	.197	1.727	.088
	lnX3	-.031	.533	-.007	-.058	.954

a. Dependent Variable: lne2

### Hasil Analisis Korelasi

Correlations					
		Etika Bisnis Islami	Lokasi Usaha	Tingkat Pendidikan	Pendapatan
Etika Bisnis Islami	Pearson Correlation	1	-.085	.347**	0.687
	Sig. (2-tailed)		.463	.002	.000
	N	77	77	77	77
Lokasi Usaha	Pearson Correlation	-.085	1	-.116	.131
	Sig. (2-tailed)	.463		.314	.257
	N	77	77	77	77
Pendidikan	Pearson Correlation	.347**	-.116	1	0.335
	Sig. (2-tailed)	.002	.314		.003
	N	77	77	77	77
Pendapatan	Pearson Correlation	.687**	.131	.335**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.257	.003	
	N	77	77	77	77
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

LAMPIRAN 3

DATA IDENTITAS RESPONDEN

Responden	Jenis Kelamin	Usia	Agama	Jenis Usaha	Tahun Mulai Kerja	Lama Bekerja	Pendidikan Terakhir	Pendapatan (Rp)
1	L	53	Islam	Elektronik	1999	19	3	1500000
2	P	68	Islam	Sepatu	2006	12	2	5000000
3	L	31	Islam	Pakaian	2010	8	2	1500000
4	L	53	Islam	Pakaian	2000	18	2	750000
5	L	52	Islam	Barang Antik	2000	18	3	3000000
6	L	41	Islam	Pakaian	2012	6	1	2000000
7	P	30	Islam	Pakaian	2015	3	4	1500000
8	L	42	Islam	Onderdil	1995	23	3	1500000
9	L	39	Islam	Sepatu	1994	24	2	800000
10	L	25	Islam	Sepatu	2015	3	1	900000
11	P	41	Islam	Onderdil	1995	23	2	750000
12	L	58	Islam	Onderdil	2013	5	3	3000000
13	L	40	Islam	Sepatu	2002	16	5	5500000
14	L	55	Islam	Elektronik	1985	33	4	2500000
15	L	44	Islam	Onderdil	1994	24	4	1000000
16	L	27	Islam	HP	2012	6	3	1500000
17	L	49	Islam	HP	2002	16	3	1500000
18	L	28	Islam	Sepatu	2010	8	1	2500000
19	L	52	Islam	HP	2002	16	4	5000000
20	L	42	Islam	Barang Antik	2001	17	2	1000000
21	L	42	Islam	Jam	2000	18	4	2000000

22	L	41	Islam	Onderdil	2000	18	3	1500000
23	L	42	Islam	Onderdil	2000	18	5	5000000
24	L	48	Islam	Helm	2010	8	4	3500000
25	L	53	Islam	Jam	1985	33	3	2000000
26	L	65	Islam	Elektronik	1993	25	4	2500000
27	L	53	Islam	Elektronik	1992	26	2	750000
28	P	55	Islam	Pakaian	1985	33	3	1700000
29	L	60	Islam	Pakaian	1985	33	3	2000000
30	L	62	Islam	Elektronik	1990	28	3	1500000
31	L	38	Islam	Onderdil	1998	20	3	2500000
32	L	53	Islam	Onderdil	1988	30	3	1900000
33	L	65	Islam	Onderdil	1997	21	4	800000
34	L	41	Islam	Onderdil	1999	19	4	1000000
35	L	53	Islam	Onderdil	1991	27	2	1000000
36	L	40	Islam	Onderdil	2004	14	1	2000000
37	L	58	Islam	Onderdil	1980	38	1	3000000
38	L	68	Islam	Onderdil	2010	8	2	1000000
39	L	42	Islam	Onderdil	2010	8	2	1000000
40	L	49	Islam	Onderdil	1999	19	3	1400000
41	L	43	Islam	Pakaian	2010	8	2	5000000
42	L	47	Islam	Onderdil	2005	13	4	3000000
43	L	28	Islam	Onderdil	2006	12	1	1000000
44	L	47	Islam	Onderdil	1989	29	2	900000
45	L	60	Islam	Onderdil	1980	38	2	1000000
46	L	68	Islam	Onderdil	1985	33	5	4000000
47	L	50	Islam	Onderdil	1993	25	4	750000

48	L	59	Islam	Onderdil	1979	39	4	2000000
49	L	36	Islam	Onderdil	1999	19	5	6000000
50	L	41	Islam	Onderdil	1990	28	1	1300000
51	P	45	Islam	Pakaian	1995	23	4	4000000
52	L	43	Islam	Onderdil	1995	23	3	2250000
53	L	55	Islam	Elektronik	1990	28	2	5000000
54	P	36	Islam	Pakaian	2010	8	4	2000000
55	P	41	Islam	Pakaian	1995	23	5	1000000
56	L	53	Islam	Sepatu	1990	28	2	900000
57	L	45	Islam	HP	2015	3	2	750000
58	L	38	Islam	Elektronik	2010	8	2	1000000
59	L	42	Islam	Helm	1998	20	3	2000000
60	L	42	Islam	Elektronik	2005	13	3	2500000
61	L	52	Islam	Onderdil	1990	28	4	4000000
62	L	57	Islam	Onderdil	1985	33	4	4000000
63	L	55	Islam	Onderdil	1990	28	5	3000000
64	L	62	Islam	Onderdil	1980	38	5	1000000
65	L	38	Islam	Sepatu	2008	10	4	4500000
66	L	54	Islam	Pakaian	1995	23	4	3000000
67	L	45	Islam	Elektronik	2010	8	4	1500000
68	L	30	Islam	Elektronik	2015	3	4	1500000
69	L	45	Islam	Helm	2005	13	3	2000000
70	L	35	Islam	HP	2012	6	3	2000000
71	L	55	Islam	Jam	1995	23	4	1500000
72	L	60	Islam	Onderdil	1988	30	3	5000000
73	L	47	Islam	Jam	2007	11	3	3000000

74	L	58	Islam	Elektronik	2010	8	4	3000000
75	L	38	Islam	Sepatu	2005	13	4	500000
76	L	51	Islam	Elektronik	1995	23	3	1500000
77	L	30	Islam	HP	2010	8	3	1500000



LAMPIRAN 4

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

Rsp	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1
1	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	66
2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	69
3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	4	68
4	3	4	3	4	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	59
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	72
6	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	66
7	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	67
8	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	67
9	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	59
10	4	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	61
11	3	4	3	3	5	3	3	3	3	4	5	5	5	5	4	58
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	70
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	71
14	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	63
15	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	4	68
16	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	67
17	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	63
18	4	3	4	5	5	4	5	4	3	3	4	4	5	4	4	61
19	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	69
20	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	5	3	4	55
21	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	65

22	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	<b>65</b>
23	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	<b>71</b>
24	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	<b>70</b>
25	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	<b>65</b>
26	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	<b>65</b>
27	4	4	4	5	5	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	<b>58</b>
28	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	<b>66</b>
29	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	<b>64</b>
30	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	5	5	3	<b>66</b>
31	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	<b>64</b>
32	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	<b>66</b>
33	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	2	3	4	<b>60</b>
34	4	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	4	3	4	5	<b>54</b>
35	3	3	4	3	3	3	3	4	5	4	3	2	4	4	4	<b>52</b>
36	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	3	<b>65</b>
37	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	5	<b>63</b>
38	4	3	4	3	5	3	4	3	5	3	3	3	2	5	4	<b>54</b>
39	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	2	4	<b>56</b>
40	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	<b>67</b>
41	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	<b>70</b>
42	5	5	5	3	5	5	5	4	4	3	4	5	3	3	3	<b>62</b>
43	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	<b>61</b>
44	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	5	4	3	4	<b>60</b>
45	3	3	4	4	4	4	5	5	5	3	5	3	3	5	5	<b>61</b>
46	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	<b>71</b>
47	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	<b>58</b>

48	4	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	<b>66</b>
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	<b>73</b>
50	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>69</b>
51	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>70</b>
52	4	3	3	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	<b>64</b>
53	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>69</b>
54	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	<b>65</b>
55	4	4	3	3	5	5	3	5	4	4	4	5	5	3	5	<b>62</b>
56	5	4	4	5	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	<b>56</b>
57	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	<b>58</b>
58	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	<b>55</b>
59	5	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4	5	4	4	5	<b>66</b>
60	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	<b>64</b>
61	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	<b>70</b>
62	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	<b>70</b>
63	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	3	3	4	3	<b>61</b>
64	4	5	4	3	4	4	3	5	5	4	4	5	4	3	4	<b>61</b>
65	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	2	<b>67</b>
66	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	<b>62</b>
67	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	<b>66</b>
68	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	<b>68</b>
69	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	<b>66</b>
70	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	3	<b>66</b>
71	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	<b>65</b>
72	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	<b>68</b>
73	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	<b>69</b>

74	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	72
75	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	3	58
76	5	4	4	5	4	4	5	5	2	5	5	4	3	4	4	63
77	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	68

LANJUTAN...

Rsp	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2	X3	Y
1	3	5	3	3	3	4	3	3	4	3	5	3	3	3	4	3	55	3	1500000
2	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	75	2	5000000
3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	67	2	1500000
4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	3	62	2	750000
5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	4	3	5	3	68	3	3000000
6	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	69	1	2000000
7	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	69	4	1500000
8	3	4	3	5	3	5	3	4	4	4	5	3	3	5	4	3	61	3	1500000
9	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	75	2	800000
10	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	75	1	900000
11	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	74	2	750000
12	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	73	3	3000000
13	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	73	5	5500000
14	5	5	5	5	4	5	3	5	3	5	5	5	4	5	4	5	73	4	2500000
15	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	3	5	4	69	4	1000000
16	4	5	3	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	3	4	70	3	1500000
17	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	3	5	5	5	71	3	1500000

18	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5	3	73	1	2500000
19	5	3	5	3	5	3	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	67	4	5000000
20	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	3	5	66	2	1000000
21	3	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	58	4	2000000
22	4	4	3	5	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	63	3	1500000
23	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	73	5	5000000
24	4	4	4	5	4	3	4	5	5	3	5	3	4	5	4	4	66	4	3500000
25	4	5	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	68	3	2000000
26	3	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	71	4	2500000
27	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	71	2	750000
28	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	74	3	1700000
29	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	76	3	2000000
30	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	72	3	1500000
31	4	5	5	5	4	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	70	3	2500000
32	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3	3	3	5	3	4	4	64	3	1900000
33	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	73	4	800000
34	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	5	4	5	71	4	1000000
35	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	5	3	5	4	3	4	68	2	1000000
36	3	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	3	63	1	2000000
37	4	5	5	5	4	4	5	5	3	3	5	3	5	5	5	4	70	1	3000000
38	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	3	5	5	5	4	5	73	2	1000000
39	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	61	2	1000000
40	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	3	68	3	1400000
41	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	68	2	5000000
42	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	68	4	3000000
43	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	68	1	1000000

44	5	4	5	3	5	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	69	2	900000
45	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	70	2	1000000
46	3	4	3	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	65	5	4000000
47	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3	65	4	750000
48	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	67	4	2000000
49	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	72	5	6000000
50	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	66	1	1300000
51	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	4	5	3	69	4	4000000
52	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	3	66	3	2250000
53	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	73	2	5000000
54	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	60	4	2000000
55	3	3	4	3	5	3	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	62	5	1000000
56	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	71	2	900000
57	4	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	59	2	750000
58	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	3	5	74	2	1000000
59	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	73	3	2000000
60	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	74	3	2500000
61	5	4	4	5	3	5	5	3	4	4	4	3	3	3	4	5	64	4	4000000
62	4	4	4	5	3	5	5	3	5	3	4	3	4	4	4	4	64	4	4000000
63	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	73	5	3000000
64	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	3	4	3	5	4	66	5	1000000
65	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	64	4	4500000
66	4	5	4	4	5	3	5	3	4	4	5	4	5	4	5	4	68	4	3000000
67	3	5	3	5	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	63	4	1500000
68	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	3	63	4	1500000
69	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	66	3	2000000

70	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	<b>66</b>	<b>3</b>	<b>2000000</b>
71	4	3	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	<b>70</b>	<b>4</b>	<b>1500000</b>
72	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	3	4	4	<b>66</b>	<b>3</b>	<b>5000000</b>
73	5	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4	3	4	4	5	3	<b>67</b>	<b>3</b>	<b>3000000</b>
74	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	<b>71</b>	<b>4</b>	<b>3000000</b>
75	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	5	<b>67</b>	<b>4</b>	<b>500000</b>
76	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	<b>73</b>	<b>3</b>	<b>1500000</b>
77	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	<b>62</b>	<b>3</b>	<b>1500000</b>





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133  
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: [pps@uin-malang.ac.id](mailto:pps@uin-malang.ac.id)

Nomor : B-108/Ps/HM.01/08/2018  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

09 Agustus 2018

Kepada  
Yth. Kepala BAKESBANGPOL Kota Malang  
di  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Berkenaan dengan tugas penulisan tesis bagi mahasiswa kami, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Didin Burhanuddin Rabbani  
NIM : 16801018  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Salim Al-Idrus, M.M.  
2. Dr. Siswanto, M.Si.  
Judul Tesis : Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan (Studi Pada Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Kota Malang)

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*





**PEMERINTAH KOTA MALANG**  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**  
 Jl. A. Yani No. 98 Telp. ( 0341 ) 491180 Fax. 474254  
 M A L A N G

Kode Pos 65125

**REKOMENDASI PELAKSANAAN PENELITIAN**  
**NOMOR : 072/85.08 P/35.73.406/2018**

Berdasarkan pemenuhan ketentuan persyaratan sebagaimana ditetapkan dalam Peraturan Walikota Malang Nomor 24 Tahun 2011 Tentang Pelayanan Pemberian Rekomendasi Pelaksanaan Penelitian dan Praktek Kerja Lapangan di Lingkungan Pemerintah Kota Malang Oleh Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Malang serta menunjuk surat Direktur Pascasarjana Univ. Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang No. B-108/Ps/HM.01/08/2018 tgl 09 Agustus 2018 Perihal: Permohonan Ijin Penelitian, kepada pihak sebagaimana disebut di bawah ini :

- a. Nama : DIDIN BURHANUDDIN RABBANI. (peserta : - orang terlampir).
- b. Nomor Identitas : 16801018.
- c. Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan (Studi Pada Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Kota Malang).

dinyatakan memenuhi persyaratan untuk melaksanakan penelitian tesis yang berlokasi di:

- Dinas Perdagangan Kota Malang.

Sepanjang yang bersangkutan memenuhi ketentuan sebagai berikut :

- a. Tidak melakukan penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul, maksud dan tujuan penelitian;
- b. Menjaga perilaku dan mentaati tata tertib yang berlaku pada Lokasi tersebut di atas;
- c. Mentaati ketentuan peraturan perundang-undangan.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, dan masa berlaku rekomendasi ini adalah sejak tanggal *ditetapkan s/d 13 September*.

Malang, 9 Agustus 2018  
 An. KEPALA BAKESBANGPOL  
 KOTA MALANG  
 Sekretaris,

**HERU MULYONO, SIP., MT.**  
 Pembina  
 NIP. 19720420 199201 1 001

Tembusan :  
 Yth. Sdr. - Direktur Pascasarjana Univ. Islam  
 Negeri Maulana Malik Ibrahim  
 Malang;  
 - Yang bersangkutan.

LAMPIRAN 7

FOTO-FOTO PENELITIAN





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Didin Burhanuddin Rabbani, anak terakhir dari empat bersaudara, pasangan Alm. Bapak H. Abdus Shomad Nur, BA dan Ibu Hj. Kutsiyah. Pendidikan dasarnya dikenyam di desa kelahirannya SDN Teja Timur 1 Pamekasan, SMP dan SMA telah ditempuhnya di PP. Al-Amien Preduan-Sumenep, dan baru lulus pada 2010. Sejak tahun 2012 penulis melanjutkan sekolah tinggi pada Prodi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pamekasan. Saat menjadi mahasiswa, selain melakukan pekerjaan sampingan, penulis juga aktif diberbagai organisasi, baik di dalam ataupun di luar kampus selama masa kuliah di jenjang sarjana. Selanjutnya pada 2016/2017 semester genap, penulis melanjutkan pada jenjang magister ekonomi syariah di Pascasarjana UIN Malang ini, selama menjadi mahasiswa pascasarjana, penulis juga sebagai dosen lepas di Institut Agama Islam (IAI) Darullughah Waddakwah (DALWA) Pasuruan, dan dengan karya tesis ini maka penulis dinyatakan lulus pada program magister ekonomi syariah Pascasarjana UIN Malang pada 02 November 2018.