

PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN LOKASI TERHADAP KESEJAHTERAAN PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL

Rizki Agustin¹, Imam Mawardy²
rizkiagustin228@gmail.com¹, imammawardy86@gmail.com²
Universitas Sunan Giri Surabaya

ABSTRAK

Pasar tradisional merupakan salah satu pilar ekonomi yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan pasar tradisional tidak hanya menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat, tetapi juga menjadi sarana bagi banyak pedagang untuk mencari mata pencaharian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam dan lokasi terhadap kesejahteraan pedagang di pasar tradisional. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah pedagang di pasar tradisional yang berada di kecamatan Mojosari. Peneliti menyebarkan 96 kuesioner yang disebar secara online melalui media google form. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan hasil perhitungan uji t dapat diketahui bahwa etika bisnis Islam (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan pedagang (Y), ini dibuktikan dengan uji t yang menunjukkan nilai t-hitung sebesar 11,989 dengan signifikansi 0,000 sehingga dinyatakan hipotesis 1 diterima. Selanjutnya, variabel lokasi (X2) dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan pedagang (Y), dengan nilai t-hitung sebesar 0,925 dan signifikansi sebesar 0,357 sehingga hipotesis 2 tidak dapat diterima. Sedangkan berdasarkan perhitungan nilai Koefisien Determinasi (R²) nilai hubungan (R) yaitu sebesar 0,790. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) yaitu sebesar 0,624 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh etika bisnis Islam dan lokasi terhadap kesejahteraan pedagang sebesar 62,4%. Sisanya sebesar 37,6% dipengaruhi oleh faktor lain selain X1 dan X2 yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam; Lokasi; Kesejahteraan; Pedagang; Pasar Tradisional

ABSTRACT

Traditional markets are one of the economic pillars that have an important role in the Indonesian economy. The existence of traditional markets not only provides the daily needs of the community, but also becomes a means for many traders to make a living. This research aims to find out the influence of Islamic business ethics and location on the welfare of traders in traditional markets.

This study uses a quantitative research method. The population of this study is traders in traditional markets in Mojosari district. The researcher distributed 96 questionnaires that were distributed online through google form media. The analysis technique used is multiple linear regression.

Based on the results of the t-test calculation, it can be seen that Islamic business ethics (X1) has a significant positive effect on the welfare of traders (Y), this is evidenced by the t-test which shows a t-count value of 11.989 with a significance of 0.000 so that hypothesis 1 is declared accepted. Furthermore, the location variable (X2) was declared not to have a significant effect on the welfare of traders (Y), with a t-calculation value of 0.925 and a significance of 0.357 so that hypothesis 2 could not be accepted. Meanwhile, based on the calculation of the Coefficient of Determination (R²) value, the relationship value (R) is 0.790. From this output, the determination coefficient (R Square) was obtained which was 0.624 which contains the understanding that the influence of Islamic business ethics and location on the welfare of traders is 62.4%. The remaining 37.6% was influenced by other factors other than X1 and X2 that were not included in this research model.

Keywords: *Islamic Banks; Religiosity; Risk Perception; Subjective Norms; Perceived Behavioral Control*

PENDAHULUAN

Salah satu pilar perekonomian yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia adalah pasar tradisional. Tidak hanya menyediakan kebutuhan harian masyarakat, keberadaan pasar tradisional juga memberikan sarana bagi banyak pedagang untuk mencari nafkah. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan, pada tahun 2019 pasar tradisional yang tersebar di seluruh Indonesia terdapat kurang lebih 13.450. Pasar tradisional menyerap tenaga kerja sebanyak 12,6 juta orang dan menyumbang 15% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Aina, 2018).

Kehidupan sehari-hari masyarakat sangat dipengaruhi oleh pasar. Bagi masyarakat, pasar bukan hanya tempat bertemunya pembeli dan penjual, melainkan tempat interaksi sosial. Pasar adalah tempat terjadinya jual beli barang dengan banyak pelanggan lainnya, disebut mall, pasar tradisional, toko, pertokoan, alun-alun, pusat bisnis dan nama lainnya (Al-'Assal, 2019).

Perdagangan memainkan peran penting dalam mendorong ekonomi ke depan; Salah satu alasan utamanya adalah bahwa kebutuhan seorang individu tidak dapat terpenuhi tanpa bantuan orang lain. Dalam Islam, terlibat dalam perdagangan sangat dihargai. Karena perdagangan adalah semacam komitmen di mana keputusan dibuat untuk kepentingan masyarakat secara keseluruhan serta untuk keuntungan pribadi, itu dianggap sebagai karir yang terhormat (Sukrianto, 2023).

Hal ini terdapat dalam Al Quran dan Hadits Nabi. Makna “bekerja” sangat diutamakan dan sebagaimana ditegaskan Allah SWT dalam surat an-Nisa (4):29, bekerja pun merupakan ibadah dan keharusan bagi umat Islam.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.”

"Perhatikan perdaganganmu," kata Nabi dalam hadits. “Sesungguhnya dunia perdagangan itu ada sembilan dari sepuluh pintu rezeki” (HR. Ahmad), dari hadits tersebut Islam menganjurkan umatnya untuk mencari rezeki melalui perdagangan. Berdagang merupakan usaha yang mulia namun jika hal tersebut diikuti sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan misalnya halal dan baik, menggunakan cara yang baik, sesuai dengan batasan, tidak menyakiti sesama manusia, menjauhkan diri dari unsur riba, gharar, judi, serta tidak pula melupakan tanggung jawab sosial untuk zakat, infaq, dan shadaqah (Al-'Assal, 2019).

Pekerjaan berdagang sudah menjadi pekerjaan nabi Muhammad SAW yang dapat kita contoh sebagai pembelajaran berharga dalam dunia berdagang, konsep bisnis yang diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW yaitu shiddiq, tabligh, amanah, dan fathonah (Al-'Assal, 2019).

Kesejahteraan merupakan seseorang yang beruntung dengan pemenuhan kebutuhan sehari-harinya, kecukupan rezeki halal, merasa cukup kebutuhan batinnya, berkah rezekinya keluarga yang sakiah mawaddah wa rahmah, serta merasa bahagia. Karena kebahagiaan bukan diukur dari sedikit banyaknya harta yang dimilikinya namun diukur dari bagaimana kita mampu mensyukuri yang telah diberi (Arline, 2020).

Tahun terakhir ini tercatat bahwa keberadaan pasar tradisional menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utamanya adalah persaingan dengan pasar modern seperti

ritel modern, swalayan, dan pusat perbelanjaan. Pasar modern yang didukung dengan fasilitas yang lebih baik, kenyamanan, dan manajemen yang lebih modern, serta kemudahan akses bagi konsumen, telah menarik minat pembeli yang sebelumnya berbelanja di pasar tradisional, selain itu, pergeseran gaya hidup dan preferensi konsumen juga turut mempengaruhi keberadaan pasar tradisional. Konsumen saat ini cenderung lebih memilih pasar modern yang menawarkan kenyamanan, kebersihan, dan kepastian akan harga) sehingga menyebabkan jumlah pengunjung di pasar tradisional cenderung menurun dari tahun ke tahun (Aliyah, 2020).

Pasar dipisahkan menjadi banyak segmen berdasarkan evolusinya, termasuk pasar bersejarah dan sejumlah pasar kontemporer. Pasar tradisional umum di kota-kota kecil dan desa-desa, memiliki banyak kios, biasanya tidak menggunakan teknologi kontemporer, dan menarik banyak pedagang kelas menengah ke bawah. Seiring berjalannya waktu, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang pesat, persaingan perusahaan menjadi semakin ketat (Brata, 2021).

Karena persaingan yang ketat, pebisnis tidak akan berhenti untuk meningkatkan pendapatan, tetapi mereka sering mengabaikan etika perusahaan. Fenomena penipuan yang banyak terjadi di pasar tradisional antara lain penipuan skala. Misalnya jual berat 1 kg yang sebenarnya setara dengan 800 gram atau 900 gram. Penipuan dalam pengukuran pada saat penjualan menggunakan takaran yang berbeda dengan pada saat penjualan. Penipuan ukuran, seperti menjual kain 1 meter yang sebenarnya hanya berukuran 90 cm. Dan pedagang yang mempunyai timbangan lebih dari satu akan menggunakan timbangan yang tepat saat saya berjualan dan timbangan yang salah saat saya berjualan (Arijanto, 2012).

Islam mengajarkan bahwa kejujuran adalah syarat dasar dalam kegiatan berbisnis. Nilai dan keutamaan kejujuran telah dipraktikkan Nabi Muhammad dengan kejujurannya dalam berdagang. Sebagaimana firman Allah SWT pada QS. Asy-Syu'ara: 181-183:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.”

Ayat yang disebutkan di atas telah mendesak setiap orang untuk jujur dalam urusan bisnis mereka, terutama perusahaan komersial. Salah satu contoh penipuan komersial adalah variasi dalam penimbangan, pengukuran, dan penilaian komoditas. Etika bisnis dalam kapasitas Islam untuk mengawasi (mengatur) olahraga ekonomi, karena filsafat etika sebagian besar didasarkan pada evaluasi klinis dan teologis. Premis evaluasi ini dalam konteks kehidupan komunal adalah bahwa kita sering menemukan bahwa prinsip-prinsip agama dikaitkan dengan hal-hal baik, mengerikan, dan jahat, termasuk individu yang dianiaya. Penghasilan adalah faktor terpenting dalam perdagangan, dan terkadang orang akan bertindak tidak bermoral (moral) untuk menghasilkan uang (Sahri, 2022).

Pedagang pasar tradisional harus menggunakan taktik yang tepat untuk melestarikan dan meningkatkan kesejahteraan mereka dalam menghadapi kesulitan ini. Etika bisnis yang digunakan pedagang di pasar tradisional adalah salah satu faktor kunci yang dapat berdampak pada kesejahteraan mereka (Sahri, 2022).

Seperangkat prinsip, keyakinan dan nilai yang dikenal sebagai etika bisnis berfungsi sebagai aturan bagi pelaku bisnis saat mereka menjalankan aktivitasnya. Kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap lingkungan serta masyarakat merupakan komponen etika bisnis. Dengan mempraktikkan etika bisnis yang kuat, pedagang di pasar konvensional dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mendapatkan kepercayaan dari

pelanggan mereka, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan mereka (Kulsum, 2022).

Selain etika bisnis, lokasi pasar tradisional juga dapat mempengaruhi kesejahteraan pedagang. Kemudahan akses, lokasi yang strategis, dan dekat dengan area permukiman atau pusat kegiatan ekonomi menjadi daya tarik konsumen memilih berbelanja di pasar tradisional. Sebaliknya, pasar tradisional yang terletak di lokasi yang kurang strategis atau sulit dijangkau dapat menyebabkan jumlah pengunjung dan pendapatan pedagang menurun (Arijanto, 2012).

Dengan memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang unsur-unsur yang memengaruhi kesejahteraan pedagang, penelitian ini berupaya untuk mengeksplorasi "Pengaruh Etika Bisnis dan Lokasi Terhadap Kesejahteraan Pedagang di Pasar Tradisional." Harapannya adalah bahwa penelitian ini akan menawarkan panduan bagi administrator pasar dan pedagang pemerintah untuk mengembangkan strategi yang berhasil guna meningkatkan daya saing dan kesejahteraan pedagang secara keseluruhan dalam lingkungan pasar tradisional.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penyelidikan ini. Penelitian menggunakan metode kuantitatif melibatkan distribusi kuesioner ke populasi besar dan kecil (Sugiyono, 2019).

Teknik deskriptif untuk penelitian adalah teknik yang digunakan untuk menentukan apakah ada variabel independen, baik satu atau lebih dari mereka, tanpa membandingkan variabel itu sendiri atau mencari korelasi dengan faktor lain (Tanzeh, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Penyajian data penelitian memungkinkan untuk mengamati profil data penelitian dan hubungan terkini antara variabel yang diteliti. Data deskriptif yang dikumpulkan dari responden digunakan untuk mengkarakterisasi karakteristik responden. 96 responden diberikan kuesioner ini; responden ini adalah pedagang yang tersebar di seluruh pasar tradisional Kabupaten Mojokerto. Tabel di bawah ini menunjukkan temuan identifikasi dari responden penelitian:

Usia

Tabel 1 menunjukkan data berdasarkan usia responden di Surabaya. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia		
Kategori	Jumlah	Persentase
20-25	5	5,2
26-30	8	8,3
31-35	9	9,4
36-40	12	12,5
41-45	37	38,6
46-50	25	26
Total	96	100

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25

Data responden yang telah diperoleh sesuai karakteristik akan dikategorikan berdasarkan usia. Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden terbanyak berada pada usia 41-45 tahun, memiliki jumlah responden sebesar 37 (38,6%). Paling sedikit responden berada pada usia 20-25 tahun yaitu 5 responden (5,2%), pada usia 26-30 tahun yaitu 8 responden (8,3%), pada usia 31-35 tahun yaitu 9 responden (12,5%), pada usia 36-40 tahun yaitu 12 responden (12,5%) dan pada usia 46-50 tahun yaitu 25 responden (26%).

Jenis Kelamin

Adapun kategori jenis kelamin responden dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		
Kategori	Jumlah	Persentase
Laki-laki	60	62,5
Perempuan	36	37,5
Total	96	100

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25

Responden penelitian ini kemudian dikategorikan pada dua kategori jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa rata-rata responden adalah laki-laki sebanyak 60 responden dengan persentase sebesar 62,5%. Sedangkan kategori perempuan merupakan responden yang sedikit yang berjumlah 36 responden dengan persentase sebanyak 37,5%.

Pendidikan Terakhir

Adapun kategori pendidikan terakhir responden dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir		
Kategori	Jumlah	Persentase
SD	30	31,25
SMP	37	38,54
SMA/K	29	30,21
Total	96	100

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25

Responden penelitian ini kemudian dikategorikan berdasarkan pendidikan terakhir. Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden terbanyak berpendidikan terakhir SMp dengan jumlah 37 reponden (38,54%). Paling sedikit responden berpendidikan terakhir SMA/K yaitu 29 responden (30,21%), pada pendidikan terakhir SD yaitu 30 responden (31,25%).

Pendapatan perbulan

Adapun kategori pendapatan per bulan responden bisa dilihat di tabel berikut ini:

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Pendapatan Per Bulan		
Kategori	Jumlah	Persentase
Dibawah UMR	43	44,79
Diatas UMR	53	55,21
Total	96	100

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25

Responden penelitian ini kemudian dikategorikan berdasarkan pendapatan per bulan. Tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden terbanyak berpendapatan dibawah UMR per bulannya dengan jumlah 43 reponden (44,79%). Sedangkan responden yang berpendapatan diatas UMR per bulannya hanya sebanyak 53 responden (55,21%).

Analisis Data

Uji validitas

Tujuan pengujian validitas adalah untuk mengevaluasi keabsahan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Jika item pada kuesioner menghasilkan data yang dapat diukur, kuesioner tersebut dianggap valid. Perangkat lunak SPSS Statistics Versi 25 memfasilitasi analisis penilaian validasi penelitian. Penilaian validitas kuesioner melibatkan ambang batas signifikansi sebesar 5% dan difokuskan pada sampel yang terdiri dari 96 peserta, dengan menggunakan pemeriksaan validasi. Kesimpulan diambil dari hasil penilaian validitas untuk setiap item, dengan menggunakan metode korelasi total item yang sesuai. Hasil penilaian validitas dapat ditemukan dalam tabel yang disediakan di bawah ini:

Tabel 5
Hasil Uji Validitas X

Variabel	Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r tabel (Taraf Signifikasi 5%)	Keterangan
X1	X1	0,092	0,195	TIDAK VALID
	X2	0,060		TIDAK VALID
	X3	0,066		TIDAK VALID
	X4	0,420		VALID
	X5	0,311		VALID
	X6	0,332		VALID
	X7	0,478		VALID
	X8	0,413		VALID
	X9	0,402		VALID
	X10	0,372		VALID
	X11	0,118		TIDAK VALID
	X12	0,162		TIDAK VALID
	X13	0,173		TIDAK VALID
	X14	0,154		TIDAK VALID
	X15	0,124		TIDAK VALID

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25

Tabel 6
Hasil Uji Validitas X2

Variabel	Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r tabel (Taraf Signifikasi 5%)	Keterangan
X2	X16	0,393	0,195	TIDAK VALID
	X17	0,134		VALID
	X18	0,250		VALID
	X19	0,143		TIDAK VALID
	X20	0,240		TIDAK VALID
	X21	0,095		VALID
	X22	0,350		VALID
	X23	0,206		VALID
	X24	0,357		VALID
	X25	0,425		VALID
	X26	0,101		VALID
	X27	0,211		VALID
	X28	0,314		VALID
	X29	0,191		TIDAK VALID
	X30	0,081		TIDAK VALID

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 25

Tabel 7
Hasil Uji Validitas Y

Variabel	Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r tabel (Taraf Signifikasi 5%)	Keterangan
Y	Y.1	-0,092	0,195	TIDAK VALID
	Y.2	0,000		TIDAK VALID
	Y.3	0,000		TIDAK VALID
	Y.4	0,052		TIDAK VALID
	Y.5	0,290		VALID
	Y.6	0,299		VALID
	Y.7	0,127		TIDAK VALID
	Y.8	0,320		VALID
	Y.9	0,345		VALID
	Y.10	0,277		VALID
	Y.11	0,370		VALID
	Y.12	0,438		VALID
	Y.13	0,378		VALID
	Y.14	0,331		VALID
	Y.15	0,227		VALID

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25

Uji Reabilitas

Tes keandalan digunakan untuk mengevaluasi kuesioner dan menunjukkan seberapa konsisten hasil penilaian bertahan dari waktu ke waktu. Dinyatakan secara berbeda, ketergantungan adalah metrik yang menunjukkan tingkat kepercayaan atau ketergantungan alat pengukuran. Metode reliabilitas Alpha Cronbach digunakan karena setiap pertanyaan dalam uji reliabilitas menggunakan skala pengukuran interval. Instrumen dapat dianggap dapat diandalkan jika nilai alfabanya lebih dari 0,500 (Sugiyono, 2013).

Tabel 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reabilitas Coeficient	Cronbach Alpha	Keterangan
Etika Bisnis Islam (X1)	15 Item Pernyataan	0,616	Reliabel Moderat
Lokasi (X2)	15 Item Pernyataan	0,601	Reliabel Moderat
Kesejahteraan Pedagang (Y)	15 Item Pernyataan	0,607	Reliabel Moderat

Sumber : Hasil Output SPSS 25

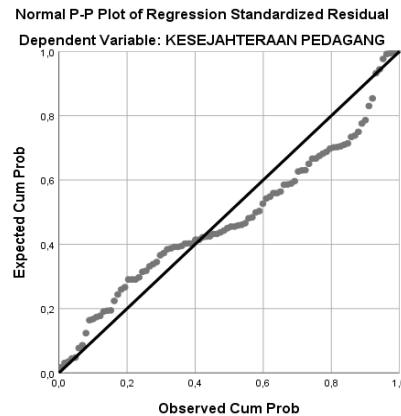
Penelitian ini nilai Alpha Cronbach untuk variabel etika bisnis Islam (X1) didapatkan sebesar 0,616. Nilai Alpha Cronbach yang diperoleh variabel lokasi (X2) sebesar 0,601. Nilai Alpha Cronbach yang diperoleh variabel kesejahteraan pedagang (Y) sebesar 0,607. Hasil Alpha Cronbach yang didapatkan dari semua variabel penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Untuk menentukan apakah data yang dikumpulkan didistribusikan secara teratur atau tidak, uji normalitas digunakan. Analisis grafik dan analisis statistik adalah dua metode yang digunakan untuk menentukan apakah residu dalam uji normalitas didistribusikan secara

teratur atau tidak. Tes Kolmogorov Smirnov akan digunakan dalam tes normalitas ini. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov bergantung pada kesimpulan bahwa jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, nilai sisa didistribusikan normal; Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, nilai sisanya tidak.

Gambar 1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Output SPSS 25

Uji normalitas menunjukkan pada garis probability plot terlihat titik-titik menyebar mengikuti sumbu diagonal. Dengan demikian data penelitian ini dinyatakan berdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinearitas

Korelasi variabel independen model regresi dipastikan menggunakan Uji Multikolinearitas. Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, pengujian dianggap bebas dari multikolinearitas (Sugiyono, 2013).

Tabel 4.9 di bawah ini menampilkan temuan uji multikolinearitas data:

Tabel 9
Uji Multikolieritas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Etika Bisnis Islam	0,965	1,037	Tidak terjadi multikolinearitas
Lokasi	0,965	1037	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25

Menurut penelitian ini, nilai toleransi adalah 0,836 dan nilai VIF untuk etika bisnis Islam adalah 1,034. Dengan nilai toleransi 0,836, nilai VIF persepsi lokasi ditemukan sebesar 1,196. Oleh karena itu, multikolinearitas tidak ada dalam data penelitian.

Uji Analisis Regresi Berganda

Studi ini memprediksi sejauh mana prinsip dan lokasi bisnis Islam memiliki dampak yang menguntungkan pada kesejahteraan pedagang menggunakan tes analisis regresi langsung. Data dari survei bersama digunakan dalam investigasi ini. SPSS versi 25 digunakan untuk melakukan perhitungan pengujian ini. Tabel berikut menampilkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda:

Tabel 10
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,025	4,379		4,345	,000
	ETIKA BISNIS ISLAM	,658	,055	,776	11,989	,000
	LOKASI	,046	,050	,060	,925	,357
a. Dependent Variable: KESEJAHTERAAN PEDAGANG						

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Dari persamaan regresi itu dapat diartikan bahwa:

1. Konstanta sebesar 19,025 artinya kesejahteraan akan turun sebesar 19,025 jika variabel lokasi dan etika bisnis Islam bernilai 0.
2. Variabel etika bisnis Islam mempunyai koefisien sebesar 0,658 yang berarti akan naik sebesar 65,8% jika nilainya meningkat sebesar 1%. Sebaliknya variabel etika bisnis Islam akan turun sebesar 65,8% jika turun sebesar 1%.
3. Koefisien variabel lokasi sebesar 0,046 yang menunjukkan bahwa kenaikan nilai variabel lokasi sebesar 1% akan menghasilkan kenaikan sebesar 4,6%. Sebaliknya, akan terjadi penurunan sebesar 4,6% jika variabel lokasi turun sebesar 1%.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t)

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Apabila nilai signifikan (Sig), lebih kecil dari 0,05.

Tabel 11
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,025	4,379		4,345	,000
	ETIKA BISNIS ISLAM	,658	,055	,776	11,989	,000
	LOKASI	,046	,050	,060	,925	,357
a. Dependent Variable: KESEJAHTERAAN PEDAGANG						

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Pada tabel diketahui bahwa

1. Nilai t hitung variabel etika bisnis Islam dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dapat diambil kesimpulan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan pedagang.
2. Sedangkan t hitung variabel lokasi dengan nilai signifikan sebesar $0,357 > 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan pedagang.

Uji F

Intinya, tujuan dari pengujian ini adalah untuk menunjukkan apakah setiap variabel independen dalam model memiliki efek gabungan pada variabel dependen atau terikat. Hipotesis dibantah jika nilainya kurang dari 0,05 (Subagiyo, 2017). Tabel berikut menampilkan hasil pengujian:

Tabel 12
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	892,671	2	446,336	77,275	,000 ^b
	Residual	537,162	93	5,776		
	Total	1429,833	95			
a. Dependent Variable: KESEJAHTERAAN PEDAGANG						
b. Predictors: (Constant), LOKASI, ETIKA BISNIS ISLAM'						
Sumber : Hasil Output SPSS 25						

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima artinya X1 dan X2 secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Penentuan (KD) digunakan dalam perhitungan statistik untuk menentukan sejauh mana Etika Bisnis Islam (X1) dan Lokasi (X2) berdampak pada Kesejahteraan Pedagang (Y).

Tabel 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,790 ^a	,624	,616	2,403
a. Predictors: (Constant), LOKASI, ETIKA BISNIS ISLAM				
b. Dependent Variable: KESEJAHTERAAN PEDAGANG				
Sumber : Hasil Output SPSS 25				

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Jelas dari hasil tabel di atas bahwa besarnya nilai hubungan (R) adalah 0,790. Berdasarkan hasil tersebut, koefisien penentuan (R Square) sebesar 0,624, menunjukkan bahwa 62,4% kesejahteraan pedagang dipengaruhi oleh praktik bisnis syariah dan tempat mereka beroperasi. Selain X1 dan X2, faktor lain yang bukan bagian dari model penelitian juga berdampak pada 24,0% sisanya.

Pembahasan

Data yang telah dianalisis selanjutnya akan melakukan proses pembahasan yang dikaitkan dengan teori yang ada, berikut ini pemahasaan:

Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kesejahteraan Pedagang

Berdasarkan hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan pedagang. Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dari etika bisnis Islam terhadap kesejahteraan pedagang. Maka hipotesis pertama yang diajukan peneliti tentang adanya pengaruh positif dan signifikan etika bisnis Islam terhadap kesejahteraan pedagang di pasar tradisional

diterima.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian dari Sahri, (2022); Kulsum, (2022) yang membuktikan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan pedagang.

Pedagang pasar tradisional apabila ingin memperbanyak pembeli yang membeli barang dagangannya maka perlu mempertahankan etika bisnis Islam didalamnya. Calon pembeli yang memiliki jiwa religiusitas yang tinggi tentu akan lebih aman apabila berbelanja pada pedagang yang mengaplikasikan etika bisnis Islam didalamnya, serta akan merasa diuntungkan karena saling terbuka sehingga menimbulkan rasa percaya dan puas.

Pengaruh Lokasi terhadap Kesejahteraan Pedagang

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa lokasi tidak mempunyai dampak nyata terhadap kesejahteraan pedagang. Analisis regresi berganda menunjukkan bahwa lokasi tidak mempunyai dampak menguntungkan terhadap kesejahteraan pedagang. Oleh karena itu, hipotesis kedua para peneliti yang menyatakan bahwa lokasi mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap kesejahteraan pedagang di pasar tradisional tidak terbukti.

Pada penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa variabel lokasi (X2) tidak signifikan meningkatkan kesejahteraan pedagang (Y) karena berada di pinggir jalan raya dan kurangnya lahan parkir sehingga pengunjung yang membawa mobil harus parkir jauh dari pasar, hal ini akan membuat mereka enggan berbelanja dan mengurangi pendapatan pedagang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Lokasi terhadap Kesejahteraan Pedagang di Pasar Tradisional serta uraian yang telah dijelaskan dalam bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat simpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil uji signifikansi yang diperoleh dari variabel etika bisnis Islam menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap kesejahteraan pedagang. Prinsip-prinsip bisnis Islam memiliki dampak yang positif pada kesejahteraan pedagang, menurut hasil uji regresi berganda religiusitas.
2. Berdasarkan hasil uji signifikansi yang diperoleh dari variabel lokasi menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kesejahteraan pedagang. Hasil uji regresi berganda dari lokasi menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh positif dari lokasi terhadap kesejahteraan pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aina, K. (2018). Perilaku Pedagang Dipasar Tradisional Kedungwuni Kabupaten Pekalongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Hukum Islam*, 2(2), 45-50.
- Al- 'Assal, A. (2019). Sistem, Prinsip, Dan Tujuan Ekonomi Islam (Terjemahan), CV. Pustaka Setia, Surabaya.
- Arline, D. H. (2020). Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrumangu Cilacap). Skripsi. IAIN Purwokerto.
- Aliyah, I. (2020). Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan. *Cakra Wisata*, 18(2), 3-10.
- Arijanto, A. (2012). Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis, Rajawali Pers, Jakarta.
- Brata, I. (2021). Pasar Tradisional Ditengah Arus Budaya Global. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 50-56.
- Sahri. (2022). Etika Bisnis Islami Dan Pengaruhnya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Produk Kerajinan Cukli Di Kota Mataram. Skripsi. Universitas Mataram.
- Sukrianto. (2023). Efektivitas Manajemen Kredit (Studi Kasus Koperasi Prima Dana Dan Koperasi Karya Bersama) Desa Hungayona. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(01), 25-30.
- Kulsum, S. N. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Religiusitas Terhadap

Kesejahteraan Pedagang Dipasar Tradisional Desa Mangunkerta Cugenang Cianjur.
Skripsi. Universitas Sunan Gunung Djati Bandung.
Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Alfabet, Bandung.
Tanzeh, A. (2011). Metodologi Penelitian Praktis Cet I, Teras, Yogyakarta.
Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D) Cet I,
Alfabeta, Bandung.
Subagiyo, R. (2017). Metode Penelitian Islam Cet I, Alim's Publishing, Jakarta.