

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Pasar Kayu Agung

Pasar Kayu Agung merupakan salah satu dari dua pasar tradisional yang ada di kecamatan Kayu Agung. Asal mula pasar Kayu Agung berada di tengah kota tepatnya yang sekarang sudah dibuat taman kota Kayu Agung Residen Yahya. Dulu disekitar sana, juga terdapat pasar kalangan atau hari pasaran yang ada sejak lama, mulai ada tradisi kalangan yang sudah tertata sejak zaman penjajahan jepang antara tahun 1942.¹⁰⁸ Seiring berjalannya waktu, setiap hari Jum'at sore banyak pedagang-pedagang datang dari berbagai daerah menaiki perahu di sungai komering untuk menawarkan hasil bumi seperti tapai (tape), buah, sayuran, bahkan ada yang menjual kerajinan gerabah atau bahkan kebutuhan rumah tangga. Kala itu, mereka akan menggelar dagangannya di sekitaran Pasar Kayu Agung yakni dipinggiran sungai komering tepatnya antara didepan Masjid Agung Sholihin sampai dengan ke jembatan Kayu Agung. Malam harinya yakni Jum'at malam Sabtu ada yang disebut malam tapai yakni semacam night market tradisional.¹⁰⁹ Dan dihari sabtu nya ada pasar kalangan atau hari pasaran.

Seiring perkembangan zaman, semakin ramai sehingga tidak layak lagi berada di lokasi tersebut, dan dipindah ke lokasi sekarang yang baru di jalan Letnan Mukhtar Saleh, pada tahun 2000. Hari pasaran atau kalangan yang

¹⁰⁸ Wawancara Jang Wahab dengan Yusrizal seorang tetua adat dan mantan sekretaris adat suku Kayu Agung, "Sejarah Kalangan Kayu Agung", *on line*, di channel Youtube Kayuagung Radio <https://www.youtube.com/watch?v=KPlcp-AQyYE&t=19s>, 6 Januari 2021, diakses tanggal 17 Oktober 2021

¹⁰⁹ Dedi Kurniawan mantan camat kota Kayu Agung, "Romansa Malam Tapai", *on line*, <https://www.radarsriwijaya.com/2017/10/30/romansa-malam-tapai>, 30 Oktober 2017, diakses pada tanggal 17 Oktober 2021

sejak lama ada, masih diadakan di Pasar yang baru ini setiap hari Sabtu, yang mana jika hari pasaran tiba, Pasar Kayu Agung lebih ramai dikunjungi masyarakat dari hari biasanya. Namun, sejak adanya Covid-19 pasar kalangan setiap hari Sabtu ditiadakan di Pasar Kayu Agung dan di pindah ke desa Kijang setiap hari selasa.¹¹⁰

B. Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu peneliti akan menyajikan data responden yang diambil dari 35 pedagang di Pasar Kayu Agung. Adapun karakteristik responden disajikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan lama berdagang.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	15	42.85%
Perempuan	20	57.15%
Total	35	100%

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas, lebih banyak responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 20 orang atau 57.15% dan sisanya laki-laki sebanyak 15 orang atau 42.85%.

¹¹⁰ Wawancara dengan Tohir Yanto, mantan kepala dinas pasar dan kebersihan kabupaten Ogan Komering Ilir tahun 2014 – 2016, pada tanggal 16 Oktober 2021

2. Usia

Tabel 4.2

Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
< 40	13	37.14%
40 >	22	62.86%
Total	35	100%

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas, lebih banyak responden berusia diatas 40 tahun sebanyak 22 orang atau 62.86% dan sisanya usia dibawah 40 tahun sebanyak 13 orang atau 37.14%.

3. Tingkat Pendidikan

Tabel 4.3

Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SD	14	40%
SMP	10	28.57%
SMA	11	31.43%
Total	35	100%

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas, lebih banyak responden berpendidikan terakhir SD sebanyak 14 orang atau 40%, kemudian SMA sebanyak 11 orang atau 31.43% dan SMP sebanyak 10 orang atau 28.57%.

4. Lama Berdagang

Tabel 4.4

Lama Berdagang Responden

Lama Berdagang	Jumlah	Persentase
< 1 Tahun	1	2.86%
1 – 5 Tahun	14	40%
5 Tahun >	20	57.14%
Total	35	100%

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas, lebih banyak responden dengan lama berdagang diatas 5 tahun sebanyak 20 orang atau 57.14%, kemudian 1 – 5 tahun sebanyak 14 orang atau 40% dan sisanya dibawah 1 tahun sebanyak 1 orang atau 2.86%.

C. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel. Apabila nilai r hitung $>$ r tabel, maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid. Dan apabila nilai r hitung lebih kecil dari pada r tabel maka butir pertanyaan dalam kuesioner pada variabel tersebut tidak valid. Pada penelitian ini diuji kepada 35 sampel ($n=35$, $df=33$) dengan tingkat signifikansi 5% didapatkan nilai r-tabel adalah 0,3338.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman Etika Bisnis Islam (X1)

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.668	0.334	Valid
2	0.727	0.334	Valid
3	0.760	0.334	Valid
4	0.745	0.334	Valid
5	0.746	0.334	Valid
6	0.767	0.334	Valid
7	0.384	0.334	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan hasil uji validitas pada kuesioner diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dapat dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,334.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X2)

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.680	0.334	Valid
2	0.541	0.334	Valid
3	0.765	0.334	Valid
4	0.631	0.334	Valid
5	0.636	0.334	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan hasil uji validitas pada kuesioner diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dapat dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,334.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Perilaku Pedagang Muslim (Y)

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.783	0.334	Valid
2	0.488	0.334	Valid
3	0.421	0.334	Valid
4	0.782	0.334	Valid
5	0.852	0.334	Valid
6	0.541	0.334	Valid
7	0.707	0.334	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan hasil uji validitas pada kuesioner diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dapat dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,334.

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reabilitas variabel pemahaman etika bisnis Islam, religiusitas dan perilaku pedagang muslim dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Pemahaman Etika Bisnis Islam	0.785	0.60	Reliabel
Religiusitas	0.658	0.60	Reliabel
Perilaku Pedagang Muslim	0.786	0.60	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, pengujian reliabilitas kuesioner menghasilkan angka Cronbach's Alpha $> 0,60$. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari variabel pemahaman etika bisnis Islam, religiusitas dan perilaku pedagang muslim teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah memiliki data yang berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* sebagai berikut:

Tabel 4.9

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.80064828
Most Extreme Differences	Absolute	.217
	Positive	.114
	Negative	-.217
Test Statistic		.217
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.063
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, uji normalitas diketahui nilai Exact Sig (2-tailed) $0.063 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.10

Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.154	7.638		.020	.984		
	X1	.527	.157	.532	3.359	.002	.680	1.470
	X2	.519	.391	.210	1.328	.194	.680	1.470

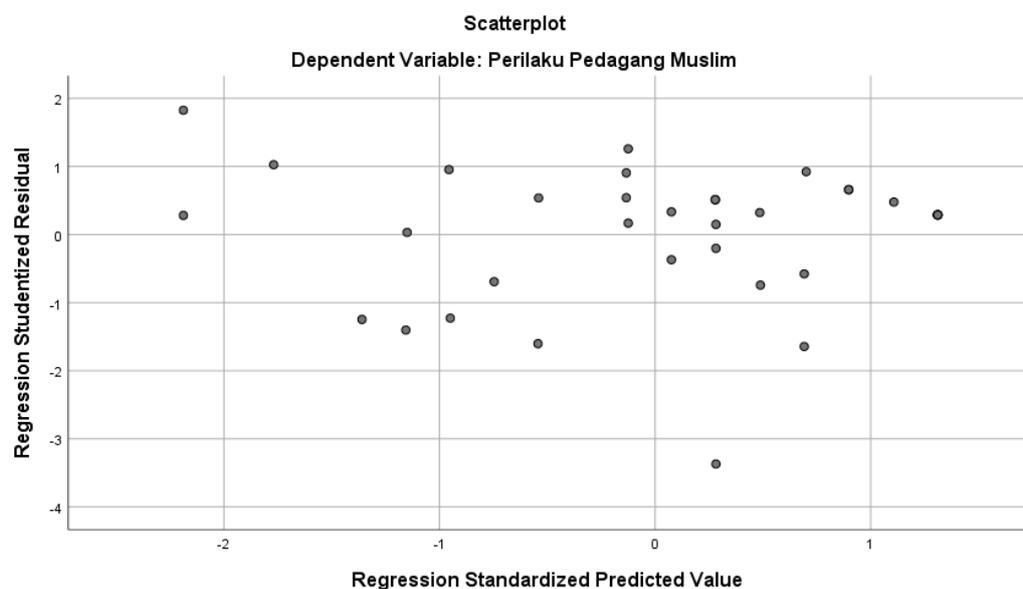
a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 4.10 diatas terlihat bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10 ($1.470 < 10$) dan nilai tolerance lebih besar dari 0.100 ($0.680 > 0.100$). Maka dapat disimpulkan penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Gambar 4.1

Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan hasil gambar di atas terlihat titik-titik menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, dan tidak mempunyai pola yang teratur, jadi dapat disimpulkan variabel bebas tidak terjadi heterokedastisitas.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan dan dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang muslim. Setelah dilakukan pengelolaan data tabel regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 4.11

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.154	7.638		.020	.984
	Pemahaman Etika Bisnis Islam	.527	.157	.532	3.359	.002
	Religiusitas	.519	.391	.210	1.328	.194

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang Muslim

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel pemahaman etika bisnis Islam (X1) adalah 0.527, variabel religiusitas (X2) adalah 0.519 dan konstanta sebesar 0.154 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 0.154 + 0.527 X_1 + 0.519 X_2$$

Model persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Konsanta sebesar 0.154 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel pemahaman etika bisnis Islam (X1) dan religiusitas (X2), maka nilai variabel perilaku pedagang (Y) adalah 0.154.
2. Koefisien regresi variabel pemahaman etika bisnis Islam (X1) sebesar 0.527 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai pada variabel X1 akan memberikan kenaikan skor sebesar 0.527.
3. Koefisien regresi variabel religiusitas (X2) sebesar 0.519 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai pada variabel X2 akan memberikan kenaikan skor sebesar 0.519.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat berpengaruh atau tidaknya variabel secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi linier berganda. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima, diketahui t_{tabel} dalam penelitian ini dengan rumus $(df = n - k) = 35 - 3 = 32$, dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel yang diteliti, serta menggunakan uji dua arah maka dapat ditentukan t_{tabel} pada penelitian ini sebesar 2.03693.

Tabel 4.12

Hasil Uji Parsial

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.154	7.638		.020	.984
	Pemahaman Etika Bisnis Islam	.527	.157	.532	3.359	.002
	Religiusitas	.519	.391	.210	1.328	.194

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang Muslim

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, diperoleh nilai t_{hitung} variabel pemahaman etika bisnis Islam (X_1) sebesar 3.359 yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2.03693 dengan nilai signifikansi $0.002 < \alpha (0.05)$. Dengan demikian, H_1 yang menyatakan pemahaman etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim diterima. Artinya, variabel pemahaman etika bisnis Islam memiliki pengaruh yang berarti terhadap keseluruhan model regresi. Jika terjadi kenaikan pada variabel pemahaman

etika bisnis Islam, maka akan berpengaruh terhadap variabel perilaku pedagang muslim.

Sedangkan, variabel religiusitas (X2) diperoleh nilai t hitung 1.328 yang lebih besar dari t tabel yaitu 2,03693 dengan nilai signifikansi $0.194 > \alpha (0.05)$, sehingga H2 yang menyatakan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim ditolak. Artinya, variabel religiusitas tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap keseluruhan model regresi. Jika terjadi kenaikan pada variabel religiusitas, belum tentu mempunyai pengaruh yang berarti.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen atau bebas (X), secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau terikat (Y). Dikatakan berpengaruh apabila F hitung $> F$ tabel atau nilai signifikansi < 0.05 . Diketahui F tabel dalam penelitian ini dengan rumus : $df (n1) = k-1$ atau $3 - 1 = 2$, $df (n2) = n-k$ atau $35 - 3 = 32$, dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel yang diteliti, maka dapat ditentukan F tabel pada penelitian ini sebesar 3,295.

Tabel 4.13

Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	221.602	2	110.801	13.295	.000 ^b
	Residual	266.683	32	8.334		
	Total	488.286	34			

a. Dependent Variable: Perilaku Pedagang Muslim

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pemahaman Etika Bisnis Islam

Berdasarkan hasil uji F di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 13.295 yang lebih besar dari F tabel yaitu 3,295 dan probabilitas signifikansi $0.000 < \alpha (0.05)$, sehingga H3 yang menyatakan pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pedagang muslim diterima. Jadi, secara bersama-sama variabel pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim. Artinya, jika religiusitas pedagang diiringi dengan pemahaman etika bisnis Islam maka akan mempengaruhi perilaku dalam berdagang.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2), merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui hasil dari model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.674 ^a	.454	.420	2.887

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pemahaman Etika Bisnis Islam

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.454, yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 45,4%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel independen (pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas) terhadap variabel dependen (perilaku pedagang muslim) adalah

45.4%% sedangkan sisanya 54.6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

G. Pembahasan

1. Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim

Berdasarkan hasil pengujian, dapat diketahui bahwa pemahaman etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku pedagang. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t hitung $3.359 > t$ tabel 2.03693 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Artinya, hipotesis yang menyatakan pemahaman etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku pedagang muslim diterima. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa apabila seorang pedagang muslim memahami tentang etika bisnis dalam Islam dengan baik, maka perilakunya dalam berdagang juga akan baik.

Variabel ini diukur dengan lima indikator yakni kesatuan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan. Sebagian besar pernyataan pada kuesioner dari kelima indikator tersebut mendapat jawaban setuju, tetapi juga terdapat banyak jawaban kurang setuju dan ada beberapa jawaban tidak setuju bahkan sangat tidak setuju. Pada pernyataan ke-2 dalam variabel pemahaman etika bisnis Islam di kuesioner mengenai tidak seharusnya seorang pedagang menimbun barang dagangan kemudian menjualnya ketika harga naik, banyak jawaban tidak setuju. Kemudian jawaban responden di pernyataan ke-17 pada variabel perilaku pedagang yang menyatakan bahwa mereka tidak pernah melakukan penimbunan barang kemudian menjualnya ketika harga naik, terdapat jawaban kurang

setuju sebanyak 8,57% dan tidak setuju sebanyak 14,28%. Artinya sebagian pedagang belum mengetahui jika tidak seharusnya melakukan praktek *ihthikar* atau penimbunan barang yang dalam hal ini makanan pokok (populasi pedagang sembako) untuk kemudian menjualnya kembali ketika harga naik. Sehingga dengan tidak mengetahui hal itu menyebabkan pedagang tersebut berperilaku tetap melakukan penimbunan barang. Dengan demikian menunjukkan bahwa masih banyak pedagang di pasar Kayu Agung yang belum mengetahui etika bisnis dalam Islam dengan baik, sehingga berpengaruh terhadap perilakunya dalam berdagang. Apabila seorang pedagang muslim memahami tentang etika bisnis dalam Islam dengan baik, maka perilakunya dalam berdagang juga akan baik. Begitupun sebaliknya.

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Shinta Fitriana (2014), Lidya Watie (2019), dan Sufitri (2020) yang pada hasil penelitiannya menyatakan bahwa pemahaman etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim.

2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim

Berdasarkan hasil pengujian, dapat diketahui bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t hitung $1.328 < t \text{ tabel } 2.03693$ dan nilai signifikansi $0,194 > 0,05$. Artinya, hipotesis yang menyatakan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku pedagang muslim ditolak. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa seberapapun tingkat religiusitas yang dimiliki seorang pedagang,

tidak mempengaruhi baik maupun buruk perilakunya dalam melakukan transaksi jual beli. Dengan demikian, jika terjadi kenaikan ataupun penurunan pada variabel religiusitas, maka tidak akan mempengaruhi variabel perilaku pedagang. Semakin seorang pedagang mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi tidak akan berpengaruh terhadap perilakunya dalam berdagang. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat religiusitas seorang pedagang tidak akan mempengaruhi perilakunya dalam berdagang.

Hal tersebut diukur melalui indikator keyakinan (aqidah), praktik agama (peribadatan) dan pengamalan (akhlak). Dari ketiga indikator tersebut hampir semua responden memberikan tanggapan sangat setuju dan setuju, seperti pernyataan mengenai mereka tidak pernah meninggalkan sholat meskipun sedang berdagang terdapat 68,57% tanggapan sangat setuju, 28,57 tanggapan setuju dan hanya terdapat 2,85% tanggapan kurang setuju. Artinya sebagian besar pedagang di pasar Kayu Agung memiliki tingkat religiusitas yang tinggi. Namun tingginya tingkat religiusitas pedagang tersebut, tidak diikuti dengan perilaku pedagang yang baik pula ketika melakukan transaksi jual beli. Karena, dari item-item pernyataan pada variabel perilaku pedagang masih terdapat tanggapan kurang setuju, tidak setuju, bahkan ada tanggapan sangat tidak setuju. Seperti pernyataan mereka tidak pernah menyembunyikan kecacatan barang yang dijual terdapat 5,71% tanggapan tidak setuju dan pernyataan mereka tidak pernah melakukan penimbunan barang kemudian menjualnya ketika harga naik, terdapat jawaban kurang setuju sebanyak 8,57% dan tidak setuju sebanyak 14,28%. Hal tersebut menunjukkan bahwa seberapapun tingkat religiusitas

yang dimiliki seorang pedagang, tidak mempengaruhi baik maupun buruk perilakunya dalam melakukan transaksi jual beli.

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Diah Sulistiyani (2015), yang pada hasil penelitiannya menyatakan bahwa religiusitas tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pedagang muslim.

3. Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam dan Religiusitas (Secara Simultan) Terhadap Perilaku Pedagang Muslim

Berdasarkan hasil uji F dari variabel independen pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim di pasar Kayu Agung. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji F hitung sebesar $13.295 > F \text{ tabel } 3.295$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis ke tiga yang menyatakan bahwa pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pedagang diterima. Jika pemahaman etika bisnis Islam seseorang diiringi dengan religiusitas maka akan mempengaruhi perilakunya dalam berdagang.

Dari hasil penelitian ini juga diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.454, hal ini berarti 45.4% perilaku pedagang muslim di pasar Kayu Agung dipengaruhi oleh pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas, sedangkan sisanya 54.6% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar penelitian.