

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DAN RELIGIUSITAS
PEDAGANG MUSLIM DI PASAR BATUR KABUPATEN
BANJARNEGARA**



SKRIPSI

Oleh :

SITI QODARIYAH
NPM: 20130730150

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PRODI MUAMALAT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Qodariyah

NPM : 20130730150

Judul : **IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DAN RELIGIUSITAS
PEDAGANG MUSLIM DI PASAR BATUR KABUPATEN BANJARNEGARA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan disuatu perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 16 Maret 2017

Yang membuat pernyataan

Siti Qodariyah

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan” (QS. Al-Insyirah: 6)

“Selesaikan apa yang sudah kamu mulai “

*“Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang
senantiasa berusaha”*

(BJ. Habibie)

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk sepasang malaikatku

Mereka yang begitu istimewa dalam hidupku.

Ibu Tunut Jumiyah dan Bapak Sutarno. Terimakasih selalu mendoakanku

dalam setiap sujud-sujud panjangmu.

Untuk kakak- kakakku, , Ahmad Santoso, Nurani Lestari Ningrum, Tuhiroh,

dan M Farikhun yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, seyum

dan doanya untuk keberhasilan ini.

Cinta kalian yang memberikan kobaran semangat yang menggebu terimakasih

dan sayang ku untuk kalian.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK.....	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB.....	xvi
BAB I.....	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI	9
A. PENELITIAN TERDAHULU	9
B. KERANGKA TEORI	12
1. Religiusitas.....	12
2. Etika	16
3. Bisnis Islam.....	24
4. Larangan Dalam Bisnis Islam.....	28
5. Jual Beli atau Perdagangan	29
C. KERANGKA TEORITIK.....	33
1. Kerangka Berfikir	34
2. Hipotesis	35
D. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	35
1. Variabel Bebas	35
2. Variabel Terikat	36

BAB III	38
A. METODE PENELITIAN.....	38
1. Populasi Penelitian.....	38
2. Tempat Penelitian	38
3. Perhitungan Sampel	39
B. METODE PENGUMPULAN DATA.....	39
1. Metode Observasi	39
2. <i>Quesioner</i> (Angket)	40
C. SUMBER DATA	41
D. VALIDITAS DAN RELIABILITAS	41
E. ANALISIS DATA	41
1. Analisis Diskriptif.....	42
2. Uji Multikoleniaritas.....	42
3. Uji Normalitas.....	43
4. Uji Heteroskedastisitas.....	43
5. Uji Signifikan F.....	43
6. Uji t Parsial	43
7. Uji Regresi Linear Berganda	44
8. Uji Determinasi (R^2).....	45
BAB IV	
PEMBAHASAN	46
A. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	45
B. HASIL PENYEBARAN KUESIONER	47
C. KARAKTERISTIK RESPONDEN	48
D. DESKRIPSI VARIABEL PENELITIAN.....	51
1. Dimensi keyakinan.....	52
2. Dimensi Praktik Agama.....	53
3. Dimensi Ilmu Pengetahuan	54
4. Dimensi Akhlaq	56
5. Dimensi Pengamalan/Konsekuensi.....	57
6. Implementasi Etika Bisnis Islam	58
E. UJI INSTRUMEN PENELITIAN	60
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas	65
F. ANALISIS DATA	67
1. Uji Multikoleniaritas.....	67
2. Uji Nirmalitas.....	69
3. Uji Heteroskedastisitas.....	70
G. REGRESI LINEAR BERGANDA	71
H. UJI HIPOTESIS.....	73

1. Uji F (Uji Model)	73
2. Uji Signifikansi Parsial	74
3. R Square R ²	79
I. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	
1. Pengaruh Dimensi Keyakinan terhadap Implementasi Etika bisnis Islam	80
2. Pengaruh Dimensi Praktik Agama terhadap Implementasi Etika Bisnis Islam...	82
3. Pengaruh Dimensi Pengetahuan Agama Terhadap Implementasi Etika Bisnis Islam.....	83
4. Pengaruh Dimensi Akhlaq terhadap Implementasi Etika Bisnis Islam	84
5. Pengaruh dimensi Pengamalan terhadap Implementasi Etika Bisnis Islam	85
6. Pengaruh Religiusitas (Dimensi keyakinan, praktik agama, ilmu, akhlak, pengalaman) terhadap Implementasi Etia Bisniss Islam	86
BAB V	
PENUTUP.....	88
A. KESIMPULAN.....	88
B. SARAN.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden.....	48
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Dimensi Keyakinan	52
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Dimensi Praktik Agama.....	53
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Dimensi Ilmu	55
Tabel 4.6 Diskripsi Jawaban Dimensi Akhlaq.....	56
Tabel 4.7 Diskripsi Jawaban Dimensi Pengamalan	57
Tabel 4.8 Diskripsi Jawaban Implementasi Etika Bisnis Islam	58
Tabel 4.9 Validitas Instrumen Penelitian.....	61
Tabel 4.10 Reliabilitas	66
Tabel 4.11 Uji Multikoleniaritas.....	68
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4.13 Uji F	74
Tabel 4.14 Uji Parsial Variabel.....	75
Tabel 4.15 Uji R Square.....	79

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pemasaran Bisnis Islami.....	23
Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian.....	34
Gambar 4.3 Jenis Kelamin Responden.....	49
Gambar 4.4 Porsi Usia responden.....	50
Gambar 4.5 Jenis Usaha Responden.....	51