

Pengaruh Etika Bisnis Islam Di Toko Ry. Lubis Panyabungan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen

Erni Yusnita Siregar¹ Sulina² Nurintan Siregar³
¹⁾²⁾³⁾ Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Madina
erni10.yusnitasiregar@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the influence of Islamic business ethics in increasing consumer buying interest in the RY store. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Mandailing Natal. The problem in this study is the sales turnover at the RY store. Lubis, which has experienced a significant decline. Especially since 2018 to 2022, it has shown a continuous decline. This decline in sales turnover identifies a decline in consumer buying interest in making purchases at the RY store. The research location is at the RY store. Lubis Aek Galoga Panyabungan. The method used is quantitative with a statistical method, taking samples with a sampling technique, namely non-probability sampling. The research sample amounted to 87 respondents. The variables used are justice, honesty, and ihsan/generosity. This study uses primary data using quantitative analysis. The results of the study show that the honesty variable has a positive and significant effect with a value of 2,904 on consumer buying interest. Justice has a positive and significant effect with a value of 3,788 on consumer buying interest. The ihsan/generosity variable has an effect and is significant with a value of 11,887. simultaneously that Fcount 177.496 > 2.71 F table, then Ha is accepted and Ho is rejected. Therefore, it is stated that the independent variables covering justice, honesty, and ihsan/generosity simultaneously influence the consumer buying interest variable significantly.

Keywords: Islamic Business Ethics, Consumer Buying Interest

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh etika bisnis Islam dalam meningkatkan minat beli konsumen di toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Mandailing Natal. Adapun permasalahan pada penelitian ini adalah mengenai omset penjualan toko RY. Lubis yang mengalami penurunan yang cukup signifikan. Terutama sejak tahun 2018 hingga 2022 menunjukkan penurunan yang terus menerus. Penurunan omset penjualan ini mengidentifikasi adanya penurunan minat beli konsumen untuk melakukan pembelian barang di toko RY. Lokasi Penelitian di toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan. Metode yang digunakan kuantitatif dengan metode statistik, mengambil sampel dengan teknik *sampling* yaitu *non probability sampling*, Sampel penelitian berjumlah 87 responden. Variabel yang digunakan adalah keadilan, kejujuran, ihsan/murah hati. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kejujuran berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sebesar 2.904 terhadap minat beli konsumen. Keadilan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai 3.788 terhadap minat beli konsumen. variabel ihsan/murah hati berpengaruh dan signifikan dengan nilai 11.887. secara simultan bahwa $F_{hitung} 177.496 > 2.71 F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Oleh karena itu dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi keadilan, kejujuran ihsan/murah hati secara bersamaan mempengaruhi variabel minat beli konsumen secara signifikan.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Keadilan, Minat Beli Konsumen

PENDAHULUAN

Dalam perekonomian, etika menuntut adanya pedagang yang menerapkan nilai-nilai yang terkandung dalam teori dan sistem perekonomian Islam. Dengan kata lain harus ada manusia yang berperilaku, berahlak secara profesional dalam bidang ekonomi baik itu dalam posisi produsen, konsumen pengusaha, karyawan ataupun pejabat pemerintah. Karena sesungguhnya etika bisnis merupakan cara melalui norma dan ketentuan yang dinilai baik ataupun buruk dalam berperilaku melakukan kegiatan bisnis, hal itu mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu perusahaan dan juga masyarakat (Prihanto, 2018).

Tujuan dari etika adalah agar manusia mengetahui dan mampu mempertanggung jawabkan apa yang ia lakukan. Dalam praktek bisnis kita dapat menemukan cara pandang masyarakat tentang bagaimana mereka melakukan kegiatan atau transaksi bisnis dengan tujuan mendapatkan nilai ekonomi sebagaimana yang diekspektasikan bagi sebagian pelaku bisnis beranggapan bahwa urusan bisnis adalah urusan mendapatkan manfaat ekonomi sebanyak-banyaknya sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang yang tak terbatas, atau tujuan kesejahteraan (Antoni, 2018). Salah satu etika yang harus diterapkan oleh pedagang adalah keadilan, kejujuran, ihsan/murah hati, untuk meningkatkan minat beli konsumen. Oleh karena itu pedagang harus mampu menarik perhatian konsumen serta menunjukkan sikap yang lebih baik.

Tabel 1
Omset Penjualan Toko R.Y Lubis Aek Galoga

No	Tahun	Jumlah Penjualan (Rp)
1	2018	Rp.720.000.000
2	2019	Rp.540.000.000
3	2020	Rp.432.000.000
4	2021	Rp.360.000.000
5	2022	Rp.288.000.000

Sumber: Laporan Toko RY. Lubis

Adapun permasalahan pada penelitian ini adalah mengenai omset penjualan toko RY. Lubis yang mengalami penurunan yang cukup signifikan. Terutama sejak tahun 2018 hingga 2022 menunjukkan penurunan yang terus menerus. Penurunan omset penjualan ini mengidentifikasi adanya penurunan minat beli konsumen untuk melakukan pembelian barang di toko RY. Lubis. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis, diduga ada dua faktor

yang mempengaruhi minat beli konsumen di toko RY. Lubis yaitu karena adanya covid 19 tingkat pendapatan dan kebutuhan masyarakat rendah sehingga menyebabkan berkurangnya minat beli konsumen atau kurangnya penerapan etika bisnis Islam.

KERANGKA TEORI

1. Etika Bisnis Islam

(Alma, 2015) Istilah etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar yang memimpin individu dalam membuat keputusan, etika berasal dari perasaan kebenaran yang ada pada tiap-tiap hati sanubari manusia. Bisnis berasal dari bahasa Inggris yang artinya perusahaan, urusan atau usaha. Maksudnya bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Thursina Dkk, 2020, mengatakan bahwa etika bisnis ialah suatu kegiatan bisnis yang para pelaku bisnis dapat mencakup nilai baik dan buruk, benar dan salah dalam melakukan transaksi bisnis yang diaplikasikannya atau diterapkannya pada kegiatan sehari-hari untuk mencapai tujuan bisnisnya. Dalam penelitian (Nova, 2023) etika bisnis Islam arahan bagi seorang muslim untuk dapat memahami tentang perbuatan yang benar atau salah dan halal maupun haram bahkan hal yang boleh atau tidaknya dilakukan yang sesuai dengan perintah Allah SWT. Dalam pandangan Islam, perdagangan merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah muamalah yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia.

Pada prinsipnya pedagang merupakan suatu bentuk usaha yang dibolehkan menurut ajaran Islam seperti pada ayat yang terkandung dalam surah Alquran yang bunyinya (Q.S.Hud:84):

﴿وَالِى مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ وَلَا تَنْقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ
إِنِّى أَرَأَيْكُمْ بِخَيْرٍ وَإِنَّ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ مُّحِيطٍ

Artinya: Dan kepada (penduduk) Madyan (Kami utus) saudara mereka, Syuaib. Dia berkata, “Wahai kaumku! Sembahlah Allah, tidak ada tuhan bagimu selain Dia. Dan janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan. Sesungguhnya aku melihat kamu dalam keadaan yang baik (makmur). Dan sesungguhnya aku khawatir kamu akan ditimpa azab pada hari yang membinasakan (Kiamat). (QS Hud:84)

Dari pembahasan di atas maka etika sangat erat kaitannya dengan perilaku manusia khususnya perilaku para pebisnis. Secara ringkas bahwa penulis menyimpulkan etika bisnis

Islam ialah suatu sikap baik buruknya seorang pebisnis, halal atau haramnya yang di perjualbelikan dalam dunia bisnis yang telah diatur sesuai dengan syariat Islam untuk mencapai kesejahteraan bersama.

Keadilan

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial hak alam semesta dan hak Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai *stake holder* dari perilaku adil seseorang semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya sesuai aturan syariah (Badroen Dkk, 2007). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman sebagaimana firman Allah SWT:(QS. An-Nahl: 90)

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat.(QS. An-Nahl: 90)

Menurut (Albab & Amufid, 2018) Keadilan adalah perilaku yang seimbang, dalam melakukan bisnisnya beliau mengutamakan keseimbangan. Misalnya seperti seorang pedagang ingin menjual barang dagangannya, barang tersebut merupakan sebuah barang kering dan ingin ditukarkan kembali tetapi penukaran tersebut harus dengan barang kering tidak diperbolehkan dengan barang basah, apapun bentuk kecurangan dan dapat merupakan merugikan orang lain, Rasulullah selalu memperhatikan hal tersebut agar tidak terjadi dalam pelayanan bisnis yang beliau kelola. Adapun indikator keadilan:

- a) Tidak membedakan antara sesama konsumen
- b) Tidak ada deskriminasi dalam bentuk apapun
- c) Tidak mengurangi timbangan ataupun ukuran

Allah adalah sang pencipta seluruh yang ada di muka bumi ini, dan adl (keadilan) merupakan salah satu sifatnya. Allah menganggap semua manusia itu sama dihadapannya dan memiliki potensi yang sama untuk berbuat baik, karena yang menjadi berbeda baginya hanya tingkat ketakwaan setiap individunya. Prinsip ini mengajarkan manusia agar dapat berlaku adil dalam segala perilaku terutama dalam konteks bisnis (Alfaqiih, 2017). Dalam

konteks ini penulis menyimpulkan berbuat adil ke sesama konsumen akan mendatangkan keberkahan dari Allah SWT. Adil dalam menjalankan bisnis merupakan perbuatan yang sangat terpuji bahwa keadilan ialah perbuatan yang baik terhadap orang lain yang tidak merugikan orang lain termasuk tidak membedakan antara yang disukai ataupun tidak terhadap konsumen.

Keadilan suatu etika bisnis juga berkaitan dengan keadilan dalam pemberian upah kepada karyawannya. Asas keadilan dalam pengupahan merupakan asas utama yang harus dipenuhi dalam arah dan perlindungan upah di Indonesia dan negara berkembang lainnya. Dikarenakan dalam pemenuhan upah harus memenuhi keadilan bagi pekerja atau buruh yang tidak menutup kemungkinan keadilan bagi pihak pengusaha dalam memberi upah. Asas keadilan pada pengupahan syariah mengandung beberapa makna yakni pertama, keadilan bermakna perlakuan yang sama dan persamaan hak dengan ukuran pekerja atau buruh sebagai subyek hukum serta ukuran keadilan pada upah yang sama pada pekerjaan yang sama. (Nuryanti, Fuad Fauzan: 2021)

Kejujuran

Dalam Bahasa Arab, kata jujur dikenal dalam istilah *ash-shidqu (siddiq)*, berarti nyata atau berkata benar. Maksudnya, kejujuran merupakan bentuk kesesuaian antara ucapan dan perbuatan atau antara informasi dan kenyataan. Dalam arti lain kejujuran berarti bebas dari kecurangan, mengikuti aturan yang berlaku, dan kelurusan hati. Menurut (Menne, 2017), kejujuran adalah sikap seseorang yang benar dalam segala kondisi baik dalam niat ucapan maupun perbuatan, dan mereka benar-benar dalam keimanan dan ketaatan kepada Allah. Seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli, jujur dalam arti luas tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkianat, tidak pernah ingkar janji (Farid, 2017).

Seorang penjual harus menyampaikan informasi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya tanpa manipulasi pembeli, serta tanpa mengurang-ngurangi timbangan yang ada, karna dengan sikap benar tanpa di sadari si penjual yang telah menerapkan sikap benar selain mendapatkan untung yang banyak juga mendapatkan ridho ilahi. Indikator kejujuran adalah (Mustari, 2011):

- a) Menyampaikan sesuai dengan kondisi barang
- b) Tidak menyembunyikan cacat barang

c) Tidak memanipulasi fakta/informasi

Terkhusus lagi terdapat perintah khusus untuk berlaku jujur bagi para pelaku bisnis karena memang kebiasaan mereka adalah melakukan penipuan dan menempuh segala cara demi melariskan barang dagangan. Dari Rifa'ah, ia mengatakan bahwa ia pernah keluar bersama Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam ke tanah lapang dan melihat manusia sedang melakukan transaksi jual beli. Beliau lalu menyeru, "Wahai para pedagang!" Orang-orang pun memperhatikan seruan Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam sambil menengadahkan leher dan pandangan mereka pada beliau. Lantas Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda.

إِنَّ النَّجَّارَ يُبْعَثُونَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فَجَارًا إِلَّا مَنْ اتَّقَى اللَّهَ وَبَرَ وَصَدَقَ

Artinya: "Sesungguhnya para pedagang akan dibangkitkan pada hari kiamat nanti sebagai orang-orang fajir (jahat) kecuali pedagang yang bertakwa pada Allah, berbuat baik dan berlaku jujur" (HR. Tirmidzi dan Ibnu Majah).

Dari pernyataan di atas penulis menyimpulkan dengan kejujuran seorang pedagang akan sangat bernilai dalam usaha membangun bisnisnya hingga sukses. Dimana kejujuran merupakan sifat yang sangat utama yang harus dimiliki pelaku bisnis. bersikap baik kepada orang lain tetapi tanpa kejujuran itu adalah kemunafikan, kejujuran adalah suatu pernyataan yang sesungguhnya ataupun tindakan yang sesuai dengan faktanya sehingga dapat dipercaya dan memberikan pengaruh baik bagi kesuksesan seorang yang menjalankan bisnisnya.

Ihsan/Murah Hati

Rasulullah SAW menganjurkan agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli. Murah hati dalam pengertian; ramah tamah, sopan santun, murah senyum suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab. (Farid, 2017) Sedangkan menurut (Nandani, 2017) Sikap ihsan lahir dari kesadaran manusia bahwa Allah itu ada, rasa lemah tak berdaya karena semua yang terjadi dimuka bumi ini atas kehendak Allah. Manusia harus berusaha senantiasa mengingat Allah dengan seperti itu maka dengan sendirinya manusia akan selalu berbuat ihsan.

Dari Abu Ya'la Syaddad bin Aus radhiallahuanhu dari Rasulullah shallallohu 'alaihi wa sallam pernah bersabda:

إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ الْإِحْسَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ، فَإِذَا قَتَلْتُمْ فَأَحْسِنُوا الْقِتْلَةَ وَإِذَا ذَبَحْتُمْ فَأَحْسِنُوا الذَّبْحَةَ وَلْيُجِدْ أَعْنَكُمْ شَفْرَتَهُ
وَلْيُرْخِ ذَبِيحَتَهُ .

Artinya: Sesungguhnya Allah telah menetapkan perbuatan baik (ihsan) atas segala sesuatu. Jika kalian membunuh maka berlakulah baik dalam hal tersebut. Jika kalian menyembelih berlakulah baik dalam hal itu, hendaklah kalian mengesah pisaunya dan menyenangkan hewan peliharaannya. (HR. Muslim)

Murah hati ini bagian dari upaya untuk menciptakan minat beli konsumen. Berikut ini indikator ihsan/murah hati dalam transaksi jual beli yaitu Kemurahan hati (Ramah, sopan santun dan senyum dalam melayani), Motif pelayanan (Memberikan kelonggaran waktu kepada pihak yang terhutang), dan Memberikan penawaran harga terhadap pelanggan.

2. Minat Beli Konsumen

Dalam Teori yang dituliskan dalam salahsatu Jurnal yang dikutip oleh Very Sidi dan Fichamelina: 2023, Minat adalah salah satu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu kepada objek tertentu seperti, pelajaran, benda, pekerjaan dan orang. Minat memiliki hubungan antara suatu hal yang bisa memberikan keuntungan dan menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Adapun minat bersifat tetap (persistent) dan ada juga unsur untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan didalam kegiatan maka semakin kuat pula minat tersebut, begitu pula sebaliknya minat itu akan menjadi pupus apabila tidak ada kesempatan dalam mengekspresikannya. (Jahja, 2011:63).

Minat merupakan sesuatu rasa suka maupun ketertarikan pada sebuah objek ataupun aktivitas, tanpa ada dorongan orang lain untuk menyukai suatu objek tersebut. Pada dasarnya minat yaitu sebuah penerimaan akan suatu relasi antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin dekat dan kuat hubungan itu, maka semakin besar pula minat. (Slameto, 2013:180). Menurut Dewa Ketut Sukardi yang mengutip pendapat dari Carl Safran, menyatakan bahwa ada 3 cara yang dapat dipergunakan dalam menentukan minat, yaitu: 1) Minat yang diekspresikan/Expressed Interest 2) Minat yang diwujudkan/Manifest Interest 3) Minat yang diinventarisikan/ Inventoral Interest. Menurut Kotler dan Keller

dalam Donni Juni Priansa (2017) yang menjabarkan mengenai indikator dari minat dalam konsumen diantaranya; 1) Perhatian (Attention), 2). Ketertarikan (Interest), 3). Hasrat atau keinginan (Desire) dan 4). Tindakan (Action).

Minat beli konsumen merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu atau dapat dikatakan juga sebagai pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk. (Lestari, 2021). Sedangkan menurut (Angraini, 2018) minat adalah, berupa perhatian kecenderungan hati kepada suatu keinginan untuk memberikan perhatian dan tindakan terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai rasa senang. Maka dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen adalah sesuatu yang berhubungan dengan rasa suka ataupun ketertarikan seseorang konsumen yang memperengaruhinya sehingga timbul rasa keinginan untuk memiliki suatu barang tersebut, sehingga para pedagang harus mengetahui kebutuhan konsumen pada umumnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan instrumen-instrumen yang sudah ditetapkan. Pihak yang menjadi sumber data primer adalah pemilik toko dan konsumen Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal. Sampel penelitian ini sebanyak 87 responden. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, Kuesioner dengan skala Likert dan Dokumentasi. Teknik Analisis data menggunakan uji Validitas dan Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis secara Parsial dan Simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika bisnis Islam dilakukan dengan cara menerapkan nilai keadilan, kejujuran dan ihsan/murah hati. Seperti tidak memanipulasi fakta. Menyampaikan informasi yang jelas dan meningkatkan motif pelayanan sehingga akan meningkatkan minat beli konsumen. Sesuai yang disampaikan oleh Hartanto & Indriyani, minat beli merupakan rasa tertarik atau rasa ingin

terhadap suatu objek yang dilihatnya yang timbul dari dalam diri atau sikap individu sehingga timbullah serangkaian tingkahlaku respon positif agar melakukan keputusan pembelian (Hartanto & Indriyani, 2022).

Hasil uji T dalam penelitian ini adalah:

Tabel 2 Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.320	.487		2.713	.008
	Keadilan	.191	.051	.201	3.788	.000
	Kejujuran	.169	.058	.201	2.904	.005
	Ihsan	.766	.064	.674	11.887	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Sumber: data diolah oleh SPSS 22

Berdasarkan pada tabel di atas nilai T tabel dengan signifikansi $0,008/3=0,05$ (Uji dengan 2 sisi) dengan $df= n-k-1$ atau $87-3-1=83$ maka diperoleh T tabel sebesar 1.663. Hasil analisis uji T adalah sebagai berikut:

Nilai T hitung diperoleh pada variabel keadilan sebesar 3.788 dan T tabel sebesar 1.663, maka perbandingan T hitung dengan T tabel adalah $3.788 > 1.663$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dengan perolehan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat diartikan bahwa prinsip keadilan (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, karena H_a diterima dan H_0 ditolak dengan maksud prinsip keadilan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen

Nilai T hitung pada variabel kejujuran sebesar 2.904 dan T tabel sebesar 1.663 maka perbandingan T hitung dengan T tabel adalah $2.904 > 1.663$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dengan nilai signifikansi $0,005 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat diartikan bahwa prinsip kejujuran (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, karena H_a diterima dan H_0 ditolak dengan maksud prinsip kejujuran berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

Nilai T hitung pada variabel ihsan/murah hati sebesar 11.887 dan T tabel sebesar 1.663 maka perbandingan T hitung dengan T tabel adalah $11.887 > 1.663$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat diartikan bahwa prinsip ihsan/murah hati (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen, karena H_a diterima dan H_0 ditolak dengan maksud prinsip ihsan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

Tabel 3 Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	304.174	3	101.391	177.496	.000 ^b
	Residual	47.412	83	.571		
	Total	351.586	86			

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

b. Predictors: (Constant), Ihsan, Keadilan, Kejujuran

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel 3 ditampilkan uji F yang dapat dipergunakan untuk memprediksi kontribusi aspek-aspek variabel keadilan, kejujuran, ihsan/murah hati terhadap minat beli konsumen. Dari perhitungan didapatkan nilai F tabel dengan signifikansi (0.05). Df (pembilang) 3 dan Df untuk (penyebut) = 83 dengan rumus: $Df = n - k - 1 = (87 - 3 - 1 = 83)$, maka diperoleh F tabel sebesar 2.71

Berdasarkan uji ANOVA atau F test yang dapat dilihat pada tabel di atas, maka dapat diperoleh F hitung sebesar 177.496 dan F tabel sebesar 2.71 dengan tingkat signifikansi 0,05 dan nilai signifikansi pada F tabel 0,000. Maka perbandingannya nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan F hitung $177.496 > 2.71$ F tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Oleh karena itu dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi keadilan, kejujuran ihsan/murah hati secara simultan atau bersamaan mempengaruhi variabel minat beli konsumen (Y) secara signifikan.

Berdasarkan pernyataan di atas variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap minat beli konsumen yang *pertama* adalah variabel ihsan/murah hati dengan nilai 11.887 dibandingkan dengan nilai keadilan dan kejujuran, artinya pemilik toko sudah menerapkan motif pelayanannya dengan maksimal. Kemudian variabel yang *kedua* adalah keadilan

dengan nilai 3.788 dengan nilai tersebut juga pengaruhnya terhadap minat beli konsumen artinya pemilik toko berbuat adil kepada sesama konsumen tanpa membedakannya. *ketiga* kejujuran merupakan nilai yang terendah sebesar 2.904, jika dibandingkan dengan keadilan tidak terlalu jauh, artinya dalam prinsip kejujuran pemilik toko harus lebih meningkatkan sifat jujur, termaksud menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen, agar minat beli konsumen lebih meningkat di toko RY. Lubis Aek Galoga. Oleh karena itu dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi keadilan, kejujuran, ihsan/murah hati secara simultan atau bersamaan mempengaruhi variabel minat beli konsumen (Y) secara signifikan karna H_0 ditolak dan H_a diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel keadilan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal. Hal ini menunjukkan pemilik toko mampu mengeluarkan pernyataan dengan selalu memberikan perlakuan yang sama kepada konsumen. Tidak pernah menawarkan barang dengan harga yang berbeda. Tidak mengurangi timbangan/takaran barang yang telah dibeli konsumen. Maka dari itu pemilik toko harus mempertahankan prinsip keadilan.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel kejujuran menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan Kabupaten. Mandailing Natal. Hal ini menunjukkan pemilik toko mampu menerapkan prinsip kejujuran dengan mengeluarkan pernyataan, barang dagangan yang dijual kepada konsumen sesuai dengan kondisinya tanpa melebih-lebihkan ataupun mengurangi. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan oleh konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel ihsan/murah hati menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik toko mampu menerapkan prinsip ihsan/murah hati dengan mengeluarkan pernyataan ramah, sopan santun serta murah senyum dalam melayani konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara simultan diperoleh variabel independen yang meliputi keadilan, kejujuran, ihsan/murah hati secara simultan atau bersamaan dapat mempengaruhi variabel dependen terhadap minat beli konsumen secara positif dan signifikan di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan. Artinya jika prinsip keadilan, kejujuran dan ihsan/murah hati secara bersama-sama diterapkan oleh pemilik toko maka minat beli konsumen lebih meningkat untuk belanja di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

DAFTAR PUSTAKA

- Albab, U., Maula, R., & Amufid, A. R. 2018. Perjalanan Bisnis Rasulullah Sebagai Dasar Etika Bisnis Islam. *As-Salam: Jurnal Studi Hukum Islam & Pendidikan*, 7(2), 247–262.
- Alfaqih, Abdurrahman. 2017. Prinsip-prinsip Praktik Bisnis dalam islam bagi pelaku usaha muslim. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 24(3), 448–466.
- Alma, Buckhari. 2015. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraini, Ivana. 2018. *Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Pasar Rukoh Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Antoni. 2018. Etika dan Bisnis Perspektif Ekonomi Islam. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 1–18.
- Badroen, Fasial Dkk. 2007. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana
- Farid. 2017. *Kewirausahaan Syariah*. Depok: Kencana
- Hartanto, B., & Indriyani, L. 2022. *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Lestari, Indah. 2021. *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu*. Universitas Islam Riau
- Menne, Firman. 2017. *Nilai-nilai Spiritual dalam entitas bisnis syariah* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Mustari, M. dan Rahman, M, Taufiq. 2011. *Nilai Karakter Refleksi Untuk Pendidikan Karakter*. Yokyakarta. Laksbang Pressindo.
- Nandani, Ayuwan. 2017. Konsep Ihsan dalam QS Al-Ahzab Ayat 41-42. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, 6(1), 69–82.
- Nova, Dalilla. 2023. *Analisis Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen(Studi Pada Toko Sate Kerang Khadeejah Banda Aceh)*.
- Nuryanti, Fuad Fauzan, 2021. *Pengaruh Sistem Pembayaran Upah Terhadap Kesejahteraan Pekerja di PT. Sindora Seraya Bantayan Rokan Hilir Riau Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Indonesian Journal Of Business Economics and Management, Volume 1, No 1. 39-44
- Prihanto, Hendi. 2018. *Etika Bisnis dan Profesi: Sebuah Pencarian*. Depok: Rajawali Pers.

- Thursina, Fuad, Z., & Hafidhah. 2020. Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Riyadh Store di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 52–67.
- Very Sidi, Ficha Melina, 2023 *Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah*, *Journal Islamic Business and Finance (IBF)*, Volume 4, No 2. 131-143
- Wahab, dan Abdur Rahman. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar : Dalam Prespektif Islam*. Prenada Media.