

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi berjalan seiring dengan perkembangan manusia dan pengetahuan teknologi yang dimiliki. Pembagian kerja sebagai sebuah aktivitas ekonomi yang telah ditemui sejak generasi pertama keturunan Adam dan Hawa. Salah satunya aktivitas dalam perdagangan.¹ Perdagangan dalam konsep fiqh muamalah sangatlah luas yang artinya menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.²

Dewasa ini, pemasaran telah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Hal ini diakibatkan banyaknya perubahan yang sangat pesat dalam dunia pasar. Salah satu perubahan yang terjadi dalam pemasaran adalah pada strategi pemasaran yang dikenal dengan *marketing mix*.

Marketing mix (bauran pemasaran) adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran, yakni produk, harga, promosi, dan lokasi usaha.³ Lokasi merupakan salah satu bauran pemasaran yang

¹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2*, (Pekanbaru : Al-Mujtahadah Press, 2010), h. 129

² Hendi Suhendi, *fiqh Muamalah*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 67

³ Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran*, (Pekanbaru : SUSKA Press, 2012), h. 83

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 yang tepat bagi bidang usaha merupakan modal untuk mencapai tujuan, demikian juga sebaliknya, pemilihan lokasi yang salah akan menghambat segala gerak gerik usaha sehingga akan membatasi kemampuan memperoleh keuntungan maupun kelangsungan usaha. Pemilihan usaha yang tepat dan strategis kemungkinan akan memberikan laba yang maksimum bagi para pedagang.⁴

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 member 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.⁵

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwasanya lokasi usaha sangat mempengaruhi pendapatan para pedagang, karena tempat yang strategis memungkinkan kalangan mana saja berminat untuk mengunjungi pasar, jadi para

⁴ *Ibid*, h. 112

⁵ Robinson Tarigan, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2004), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



pedagang harus peka terhadap keinginan konsumen terutama masalah lokasi usaha yang didirikan.

Allah berfirman dalam surah An-nisa ayat 85 :

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 memberikan syafa'at yang buruk, niscaya ia akan memikul bahagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (QS.An-Nisa 85)*

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa syafa'at yang baik adalah sesuatu perbuatan yang memberikan kebaikan kepada orang lain, maka seseorang yang melakukannya akan mendapatkan pahala dari Allah, seperti halnya para pedagang yang menjual barang dagangannya untuk dimiliki oleh para pembeli yang membutuhkan. Begitu juga sebaliknya syafa'at yang buruk adalah jika seseorang tersebut juga akan menanggungnya.

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran, dan setiap kegiatan pemasaran ditujukan untuk mencari atau menciptakan pasar. Pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan

transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan penjualan dan pembeli bertemu.⁶

Sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan yang dikeluarkan Ikatan Akuntan Indonesia tahun 1994, penghasilan didefinisikan sebagai kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk pemasokan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.⁷

Semakin tinggi pendapatan seorang konsumen, maka akan semakin tinggi daya belinya sehingga permintaannya terhadap barang akan semakin meningkat pula.⁸ Namun bila ada penurunan dalam daya beli segmen pasar yang dipilih, terjadi perubahan selera, atau semakin banyak pesaing yang masuk ke dalam industri, maka profitabilitas perusahaan akan mengalami penurunan.⁹

Islam tidak menolak kehidupan dan kebutuhan materialistis, tapi menjadikan materi sebagai segalanya itulah yang tidak bisa diterima. Manusia bekerja bukan saja mencari uang, tapi juga harus tahu bagaimana mencari dan menempatkan uang yang halal, sehingga terkadang antara panduan dan kenyataan praktisi dilapangan akan berlawanan arah, seperti ada bisnis yang

⁶ Kasmir, Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Kencana, 2004), h. 106

⁷ Budi Raharjo, *Laporan Keuangan Perusahaan*, (Gadjah Mada University Press, 2009), h. 55

⁸ Akhmad Mujahidin, *Op, Cit*, h. 5

⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta : Andi, 2008), h. 67

berkaitan dengan riba, penipuan, perjudian, dan masih banyak lagi yang diharamkan oleh syariah.¹⁰

Salah satu usaha kecil yang berkembang saat ini adalah penjualan pakaian. Pakaian yang diproduksi berasal dari berbagai daerah, ada dari Bandung, Jawa, Sumatra Barat, dan lain-lain. Dalam meningkatkan pendapatan pedagang, hal-hal yang dilakukan pedagang pakaian adalah membuat tempat peneduhan, lokasi yang bersih, dan yang paling utama lokasi mudah untuk dicari oleh pelanggan, sehingga pelanggan atau konsumen bisa nyaman berinteraksi dilokasi penjualan. Tidak hanya itu pedagang harus memberikan pelayanan yang baik, sopan, ramah tamah, jujur dan bersahabat serta memperhatikan kualitas pakaian yang diinginkan karena pelayanan yang akan menjadi ikon bagi pedagang ditengah kompetisi.

Usaha pakaian merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yaitu dalam kegiatan tersebut terjadinya transaksi antar dua orang atau lebih dalam memasarkan suatu barang atau jasa. Dalam kaedah ushul fikih yang mendasar dalam konsep Islam dikatakan bahwa asal dari kegiatan muamalah itu adalah boleh atau kecuali datang atau ada dalil yang mengharamkannya.¹¹ Begitu juga halnya usaha pakaian yang di tekuni pekerja merupakan usaha yang boleh dilakukan selama pekerjaan itu tidak menyimpang dari ajaran-ajaran Islam.

¹⁰Faisal Badron, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana Perdana Media Grup, 2006), h. 13

¹¹Ahmad Basyir, *Asas Hukum Mua'malat* (Yogyakarta: Uii Pers, 2003) h. 34.

Salah satu strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya dikenal dengan *place* (tempat). Tempat sangat menentukan omset para pedagang, oleh karena itu semakin bagus persepsi masyarakat tentang tempat pasar maka semakin meningkat pula pendapatan para pedagang, begitu juga sebaliknya.¹² Pasar merupakan tempat dimana terjadinya akad jual beli antara penjual dan pembeli. Ada berbagai macam produk atau dagangan yang bisa diperjual belikan di pasar, diantaranya adalah pakaian.

Dalam lingkungan pasar Kampar terdapat banyak usaha jual beli, yang mana lokasi pasar tersebut juga berpengaruh dengan pendapatan penjualan produsen. Dalam fenomena penjualan pakaian, lokasi penjual yang berada di depan (Los) dengan yang dibelakang, logikanya mungkin kita beranggapan bahwa lokasi pedagang yang didepan lah yang akan lebih banyak mendapatkan penjualan atau jual beli, karena lokasi di depan lebih mudah dilihat dan lebih dekat dijangkau oleh pembeli(strategis). Tapi kenyataannya, lokasi penjual yang dibelakang lebih banyak pendapatan dibanding lokasi yang strategis, karena ada beberapa faktor diantaranya pembeli tersebut sudah menjadi langganan dari penjual tersebut, dan terkadang ada beberapa pembeli yang hanya berniat untuk membeli sayuran atau bahan dapur lainnya, dikarenakan lokasi penjual pakaian tersebut berdekatan dengan lokasi penjualan bahan pangan. Maka pembeli pun ingin membeli pakaian tersebut tanpa adanya niat dari rumah, maksudnya hanya

¹² Fandy Tjiptono, *Op, Cit*, h. 125

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

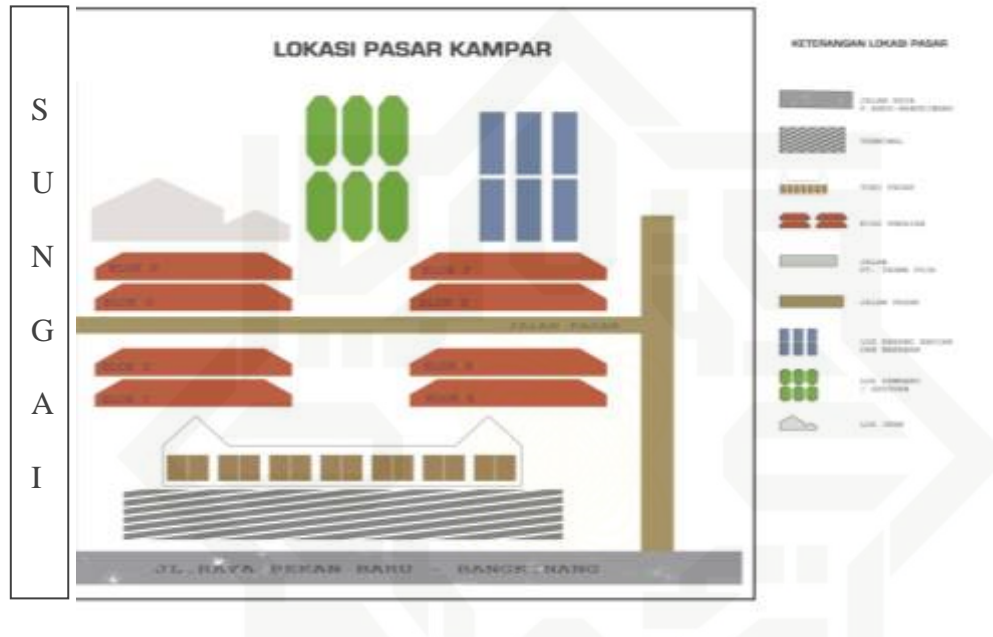
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karena pembeli tersebut melihat secara langsung pakaian yang di pajang maka mereka pun langsung tertarik untuk membeli pakaian tersebut.

Gambar I.1
Denah Lokasi Pasar



Sumber: Arsip desa tahun 2018

Berdasarkan denah diatas, Pasar Kampar merupakan satu-satunya pasar yang ada di Kecamatan kampa yang mana merupakan salah satu tempat mata pencarian masyarakat setempat. Berdasarkan denah lokasi diatas dapat dilihat bahwa pasar Kampar terdapat 3 tempat lokasi los yang terletak di posisi pasar bagian belakang dan terdapat 8 blok los pakaian.

Hal ini dapat dilihat dari tebal berikut ini :

TABEL I.1

**RATA-RATA PENDAPATAN PERBULAN YANG DIPEROLEH PEDAGANG
PAKAIAN DI PASAR KAMPAR**

No	Nama Pedagang	Rata-rata Pendapatan Penjual Perbulan	Blok Pedagang	Ket. Lokasi
1	Dasril	Rp 6.500.000	Blok H	Tidak strategi
2	Safar	Rp 3.500.000	Blok F	Strategis
3	Cindin	Rp 3.000.000	Blok B	Strategis
4	Izal	Rp 5.000.000	Blok C	Tidak Strategis
5	Inas	Rp 6.000.000	Blok G	Tidak Strategis
6	Fauzi	Rp 3.500.000	Blok D	Strategis
7	Iyal	Rp 3.600.000	Blok A	Strategis
8	Miwar	Rp 3.800.000	Blok E	Strategis
9	Dayat	Rp 3.500.000	Blok A	Strategis
10	Anto	Rp 5.200.000	Blok G	Tidak Strategis
11	Sana	Rp 5.000.000	Blok D	Tidak Strategis
12	Yanti	Rp 6.000.000	Blok C	Tidak Strategis
13	Ira	Rp 5.500.000	Blok H	Tidak Strategis
14	Romi	Rp 4.000.000	Blok F	Strategis
15	Iro	Rp 3.500.000	Blok E	Strategis

Sumber: Hasil Olahan 2018

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, ternyata teori dan fakta yang terjadi di lapangan tidak sesuai. Di dalam teori dikatakan tempat sangat menentukan pendapatan sedangkan dilapangan tempat yang tidak strategis yang pendapatannya meningkat. Menilai gejala tersebut, maka peneliti ingin mengetahui dan mengkaji pengaruh lokasi usaha dagang terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Kampar menurut perspektif ekonomi syariah. Untuk itu, peneliti akan berusaha wujudkan dalam karya tulis dengan judul **“Pengaruh Lokasi Usaha Dagang Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian di Pasar Kampar Kecamatan Kampa Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, supaya lebih terarah penulis membatasi permasalahan ini pada pedagang yang hanya menjual Pakaian Laki-laki yang berlokasi di Pasar Kampar ditinjau menurut perspektif Ekonomi Syariah.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi usaha dagang terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Kampar Kecamatan Kampa?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap pengaruh lokasi usaha dagang dengan pendapatan pedagang pakaian di Pasar Kampar ?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui lebih dalam pengaruh lokasi usaha dagang dengan pendapatan pedagang pakaian di Pasar Kampar Kecamatan Kampa.
 - b. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap pengaruh lokasi usaha dagang dengan pendapatan pakaian di Pasar Kampar.
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis terhadap permasalahan yang diteliti.
 - b. Untuk menambah *khazanah* ilmu pengetahuan, dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur skripsi tentang Ekonomi Islam di Perpustakaan Uin Suska Riau.

- c. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan Studi Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Syariah Dan Hukum, Jurusan Ekonomi Islam, UIN SUSKA Riau.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Kampar Kecamatan Kampa.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian adalah orang-orang yang terlibat dalam penelitian. Sebagai subjek dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pakaian yang berlokasi di Pasar Kampar Kecamatan Kampa.
- b. Objek Penelitian adalah apa yang hendak diselidiki didalam kegiatan penelitian. Sebagai objek dari penelitian ini adalah pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Kampar Kecamatan Kampa menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

3. Populasi dan Sampel

Populasi berasal dari bahasa Inggris *population* yang berarti jumlah penduduk. Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pakain di Pasar Kampar Kecamatan Kampa yang berjumlah 15 orang.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Dalam penentuan sampel penulis mengambil seluruh pedagang yang berjumlah 15 orang dengan metode *total sampling*.

4. Sumber dan Jenis Data

a. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah para pedagang pakaian Pasar Kampar.

b. Jenis Data

1) Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari hasil observasi dan menyebarkan angket kepada para pedagang pakaian di Pasar Kampar.

2) Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari data kepustakaan dan kitab-kitab yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti.

5. Teknik dan Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulis skripsi ini, maka penulis menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Observasi, yaitu teknik yang menurut adanya pengamatan dari penelitian baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitian.¹³
- b. Angket adalah metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada pedagang pakaian.
- c. Dokumentasi, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data-data atau bahan-bahan yang dibutuhkan dengan cara membaca, mempelajari, mencatat, dan merangkum data-data yang berkaitan dengan masalah pokok pembahasan.

6. Teknik dan Analisis Data

a. Uji Instrument Penelitian

1. Uji validitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuisioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien r hitung $\geq r$ tabel. Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi product moment*:

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}}$$

¹³ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2009), h.51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = deviasi rata-rata variabel X

$$= X - \bar{X}$$

y = Deviasi rata-rata variabel Y

$$= Y - \bar{Y}$$

2. Uji Reabilitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh konsisten sialat ukuran untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama dan tidak berubah – rubah(stabilitas), konsisten dan dapat diandalkan. Peneliti melakukan uji reabilitas dengan menggunakan metode alpha. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,06$. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan $> 0,8$ adalah baik.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continiue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.

2) Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas.

Untuk melakukan pengujian terhadap asumsi ini dilakukan dengan menggunakan analisis grafik plot. Apabila titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Hipotesis Penelitian

1. Analisis Regresi Linear Sederhana (r)

Uji korelasi sederhana (r) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan mengetahui arah hubungan yang terjadi. Dalam pengolahan data ini penulis menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS 23.

2. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen(X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel independen terhadap variabel dependen, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan seberapa besar persentase variabel – variabel independen. Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin baik variabel.

Untuk mengetahui besarnya persentase variabel independen(tingkat literasi keuangan syariah) dalam mempengaruhi variabel dependen (pendapatan), dilakukan analisa koefisien determinasi, dengan formulasi :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

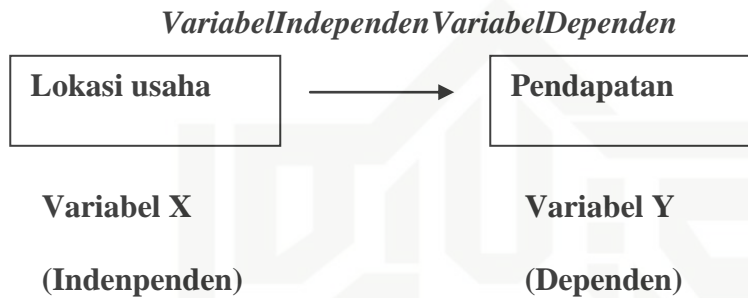
R = Koefisien korelasi

F. Kerangka Berfikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengelolaan keuangan. Penelitian terdiri dari variabel independent (X) adalah tingkat literasi keuangan syariah dan variabel dependent (Y) adalah pengelolaan keuangan. Untuk mencari hubungan X dan Y,

menggunakan teknik korelasi sederhana. Model kerangka berfikir dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar I. 2
Model Kerangka Berfikir



G. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dari landasan analisis teori diatas dapat disusun hipotesa yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara empiris yaitu :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Kampar Kecamatan Kampar (**H₁**).
2. Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Kampar Kecamatan Kampa (**H₀**).

H. Variabel

Defenisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator	Skala
Lokasi (X)	Lokasi adalah tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan tempat memajangkan barang-barang dagangannya.	1. Kemudahan dalam mencapai konsumen 2. Kondisi lingkungan bisnis 3. Tersedianya lokasi dan biaya 4. Tersedianya sumber daya	Ordinal
Pendapatan (Y)	Pendapatan adalah uang dari barang dan jasa yang dihasilkan berdasarkan harga pasar yang berlaku (hasil jual beli barang dan jasa)	1. Aturan pemerintahan 2. kebutuhan 3. perbandingan tempat 4. pendidikan	Ordinal

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut :

Pengukuran variabel bebas dan variabel dalam penelitian ini diatur dengan skala likert dengan skala penilaian (skor) 1 sampai 5, dengan varian jawaban untuk masing-masing item pertanyaan sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS) = Skor 5

Setuju (S) = Skor 4

Cukup Setuju (CS) = Skor 3

Tidak Setuju (TS) = Skor 2

Sangat Tidak Setuju = Skor 1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

I. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan antara lain yang mencakup latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, model penelitian, hipotesa, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM DESA KAMPAR

Yang meliputi keadaan geografis, keadaan demografis, pendidikan dan agama, sosial ekonomi masyarakat serta adat istiadat desa Kampar.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Bab ini berisikan tentang teori yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian, berupa pengertian pendapatan, faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan, standar pendapatan yang baik, pendapatan dalam Ekonomi Islam, pengertian lokasi, standar lokasi yang baik, hal-hal yang dipertimbangkan dalam penentuan lokasi, konsep lokasi dalam ekonomi Islam.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang pengaruh lokasi usaha dagang terhadap pendapatan pedagang pakaian di pasar kampar

Kecamatan Kampa, serta bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang pengaruh lokasi usaha dagang terhadap pendapatan pedagang pakaian di pasar Kampar Kecamatan Kampa.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.