

IMPLEMENTASI NILAI NILAI ISLAM DALAM BERDAGANG PADA PUSAT NIAGA PALOPO

Mar Atin Sholekhah

Abstract:

Studi ini dilatar belakangi dengan banyaknya transaksi dipasar yang mengandung unsur curang. Hal ini disebabkan tingginya keinginan masyarakat untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dalam waktu sesingkat-singkatnya sehingga menggeser nilai-nilai kejujuran yang terkandung didalam berwirausaha. Padahal kunci dari kesuksesan dalam berwirausaha terletak pada kejujuran dan keadilan serta bekerja dengan mengharap ridha Allah swt. Penelitian mengacu pada satu pokok permasalahan yaitu bagaimana pengimplementasian nilai-nilai Islam bagi pedagang pada Pusat Niaga Palopo. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan yaitu: metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket dan observasi. Alat ukur yang digunakan yaitu uji validitas dan realibilitas. Dalam penelitian ini menggunakan teknis analisis deskriptif, karena dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel, oleh karena itu analisis ini tidak berbentuk perbandingan atau hubungan. Penelitian ini di lakukan pada 80 pedagang di Pusat Niaga Palopo/PNP. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai keislaman bagi pedagang pada Pusat Niaga Palopo tergolong dalam tingkatan sedang. Artinya tidak buruk dan tidak pula bisa dikatakan baik, namun setidaknya ada terbesit kesadaran dalam diri seorang wirausaha dengan mengikuti nilai-nilai Islam dalam berbisnis usaha.

Kata Kunci: *nilai-nilai Islam, pedagang.*

1. PENDAHULUAN

Sekarang ini, transaksi yang kebanyakan terjadi dipasar mengandung unsur curang. Mereka melakukan penimbunan barang dengan tujuan menaikkan harga berlipat ganda karena persediaan barang hanya sedikit sedangkan kebutuhan konsumen sangat besar dan mendesak. Hal ini disebabkan tingginya keinginan masyarakat untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dalam waktu sesingkat-singkatnya sehingga menggeser nilai-nilai kejujuran yang terkandung didalam berwirausaha. Hal ini dibuktikan dari cara mereka memanipulasi harga dimana sebagian penjual menetapkan harga lebih tinggi daripada harga sebenarnya. Selain itu, para pedagang menutupi cacat barang dagangannya sehingga membuat pembeli terkecoh oleh barang yang ditawarkan kepadanya. Seorang wirausahawan sejati tentunya akan menghargai setiap proses yang telah berjalan, dan dalam proses tersebut pastilah membutuhkan kesabaran sehingga buah dari kesabaran tersebut akan menghasilkan tercapainya tujuan yang di inginkan. Kuarangnya penerapan akan nilai keisalaman menyebabkan tumbuhnya sifat curang, tidak jujur dalam berdagang dan kurangnya akan pemahaman nilai-nilai yang terkandung dalam berbisnis usaha dapat menyebabkan seseorang tidak dapat mengendalikan dirinya apabila sudah berada di puncak kegagalan atau keberhasilan. Oleh karena itu sebaiknya dalam memulai usaha harus mengetahui nilai-nilai yang terkandung didalam berdagang seperti: percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, keberanian mengambil resiko, kepemimpinan, berorientasi kemasa depan, serta kreatifitas dann inovasi. Di dalam berwirausahapun juga didasarkan pada kemampuan afektif dan kognitif sebagaimana di jelaskan Menurut Ibnu Soedjono yaitu , karena kemampuan afektif mencakup sikap, nilai, aspirasi perasaan dan emosi yang semuanya sangat bergantung pada kondisi lingkungan yang ada, maka dimensi kemampuan afektif dan kemampuan kognitif merupakan bagian dari pendekatan kemampuan kewirausahaan.

Pengimplementasian nilai-nilai Islam dalam berdagang diharapkan dapat menciptakan tumbuhnya jiwa-jiwa wirausaha yang berbudi pekerti dan merupakan salah satu faktor pendorong kemakmuran serta kemajuan ekonomi di suatu bangsa. Karena bangsa yang makmur pasti memiliki jiwa-jiwa yang hebat yaitu jiwa-jiwa yan menjunjung tinggi nilai-nilai agama didalamnya. Indonesia merupakan negara Islam terbesar didunia oleh karena itu besarnya harapan kita sebagai warga negara akan kemajuan ekonomi suatu bangsa yang dilandasi oleh nilai-nilai Islam didalamnya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam menunjang penelitian yang berjudul “Implementasi Nilai-Nilai Islam dalam Berdagang Pada Pusat Niaga Palopo” maka peneliti melakukan peninjauan dari beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan judul tersebut.

Heri Irawan (2017) “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Penjual Sembako Di Pasar Sentral Sinjai”¹, Dimana hasil dari penelitian ini yaitu bahwa di pasar sentral sinjai tidak dapat di pungkiri bahwa masih terdapat dari beberapa pedagang yang enggan menerapkan etika bisnis islam. Dengan asumsi bahwa mereka sudah terbiasa dengan sisitem perdagangan yang hanya mementingkan maraup profit duniawi tanpa mementingkan keuntungan bisnis menuju akhirat.

Helmi Rahmatullah (2016) “Implementasi Aspek-Aspek Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta Tahun 2016”² hasil dari penelitiannya yaitu bahwa di pasar Ngasem sebagian besar dari aspek-aspek etika bisnis sudah sesuai dengan syariat Islam, namun ada juga tidak sesuai dengan syariat Islam seperti halnya dalam masalah pencatatan utang piutang.

¹Heri Irawan, “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Penjual Sembako Di Pasar Sentral Sinjai”, *skripsi*. (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin, 2017).

²Helmi Rahmatullah “Implementasi Aspek-Aspek Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta Tahun 2016”, *Skripsi*. (Yogyakarta :Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016).

Umi Musrida (2017) “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)”³ hasil penelitian ini yaitu penerapan etika bisnis Islam belum di terapkan dengan baik oleh para pedagang di pasara betung, hal ini dapat di lihat dari masih banyaknya para pedaganag yang melakukan penimbunan barang dan masih banyak dari para pedagang yang tidak menerapkan nilai kejujuran dalam berdagang.

Fitri Amalia (2016) “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok”⁴ hasil dari penelitian ini yaitu bahwa sebagian besar pedagang di bazar madinah depok menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis sesuai dengan syariat Islam. Hal ini di karenakan para pedagang di sana bekerja bukan semata-mata mencari profit duniawi semata melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridaan Allah swt atas apa yang diusahakannya.

Elida Elfi Burus Dan Nuriani (2016) “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)”⁵ hasil penelitian ini yaitu bahwa RM wongsolo menerapkan etika bisnis Islam dalam usahanya dengan baik dapat dilihat dari karyawannya, kepemimpinannya dan kualitas produknya. Bagi mereka bukan hanya dunia yang menjadi tujuan namun tujuan sebenarnya adalah akhirat dan dari keuntungan yang di peroleh dari usaha yang di jalankan di keluarkan zakatnya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode ilmiah karena telah memenuhi kidah-kaidah ilmiah yaitu konkret/empiris, obyektif, terukur, rasional daan sistematis.⁶Penggunaan metode ini disesuaikan dengan tujuan pokok dari yang ingin dilakukan yaitu mengetahui sebagaimana besar pengimplementasian nilai-nilai Islam dalam kewirausahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang di Pusat Niaga Palopo. Penentuan populasi yang digunkan yaitu populasi yang tidak diketahui. Digunakan populasi tidak diketahui dikarenakan kepala pasar di Pusat Niaga Palopo tidak memiliki informasi yang jelas mengenai data-data yang ada.Sampel merupakan bagian populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sampling insidental dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan di temui sebagai sumber data.⁷

³Umi Musrida “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)”, *Skripsi*. (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2017).

⁴Fitri Amalia, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok”, *Jurnal*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016).

⁵Elida Elfi Burus Dan Nuriani “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)”, *Jurnal*. (Sumatra Utara: 2016).

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2011), h, 7.

⁷ Sigiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung : Alvabeta, 2013), h, 156

Analisis data merupakan bagian yang amat penting, karena dengan analisislah data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian.⁸ Adapun teknik analisis yang di gunakan yaitu Analisis Deskriptif, dimana analisis deskriptif adalah bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel.⁹ Karena dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel, oleh karena itu analisis ini tidak berbentuk perbandingan atau hubungan. Adapun teknik analisis ini menggunakan rumus: $P = \frac{F}{N} \times 100\%$

Keterangan:

P = Angka Presentase

F = Frekuensi jawaban

N = Jumlah sampel (responden)

100 = Angka pembulatan.

Dengan menggunakan rumus analisis kuantitatif dalam bentuk tabel, maka akan di ketahui seberapa besarlah pengimplementasian nilai-nilai islam dalam berdagang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif karakteristik responden adalah menguraikan gambaran mengenai identitas responden, disajikan dalam bentuk tabel yang dinyatakan dalam persentase, maka akan dapat diketahui sejauh mana identitas responden dalam penelitian ini.

Dimana telah ditetapkan 80 pedagang di jadikan sebagai responden dan 80 kuisioner yang dibagikan kepada responden telah dikembalikan dan semuanya dapat diolah lebih lanjut, karena itu akan disajikan deskripsi identitas responden yang diuraikan sebagai berikut:

Berdasarkan tingkatan usia, responden ternyata banyak didominasi oleh orang dewasa (21-45) karena terdapat 50 responden (62,5%), sedangkan usia terkecil jumlahnya adalah remaja (12-20) yaitu 7 responden (8,8%) dan kelompok usia lansia (46+) berjumlah 23 responden (28,8%). Dapat disimpulkan bahwa rata-rata para pedagang yang berada di Pusat Niaga Palopo mempunyai umur 21-45 tahun.

Berdasarkan pendidikan terakhir yang dimiliki responden, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden, 54 atau 57,5% diantaranya tamatan SMA, 11 orang atau 13,8% sarjana, 12 orang atau 15,0% SMP, dan tamatan SD 3 orang atau 3,4%.

karakteristik responden berdasarkan tingkat penghasilan yang paling dominan yaitu Rp. 1.500.000-+ sebesar 50 responden atau 62,5%, selanjutnya penghasilan Rp. 1.000.000 sebanyak 21 responden atau 26,3% dan penghasilan Rp. 500.000 sebanyak 9 responden atau 11,3%.

Para pedagang banyak menggeluti usaha di bidang makanan dan minuman yaitu berjumlah 24 responden atau 30,0%, disusul usaha pakaian sebanyak 19 responden atau 23,8%, usaha lain-lain sebanyak 16 respnden atau 20,0% (usaha lain-lain yang dimaksud disini ialah berbagai jenis usaha selain daripada usaha yang tampilkan pada tabel diatas), kemudian mebel sebanyak 8 responden atau 10,0%, selanjutnya usaha sepatu sebanyak 7 responden atau 8,8% dan usaha tas sebanyak 6 responden atau 7,5%.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “Saya menjual barang yang halal” dari kuesioner yang diisi dan di analisis responden. Diketahui bahwa 71 (88,8%) pedagang menyatakan sangat setuju,

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung: Alfabeta, 2003), h, 142

⁹ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), h, 142

7 (8,80%) pedagang menyatakan setuju, 2 (2,50%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, tidak ada pedagang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “Barang yang dijual sesuai dengan syariat Islam” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 53 (66,30%) pedagang menyatakan sangat setuju, 25 (31,30%) pedagang menyatakan setuju, 2 (2,50%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, tidak ada pedagang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “Barang yang diperdagangkan tidak mengandung unsur gharar” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 29 (36,30%) pedagang menyatakan sangat setuju, 40 (50,00%) pedagang menyatakan setuju, 4 (5,00%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, 4 (5,00%) pedagang menyatakan tidak setuju dan 3 (3,80%) pedagang menyatakan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “Saya menyatakan keadaan barang apabila barang yang diperdagangkan memiliki bagian yang cacat” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 20 (25,00%) pedagang menyatakan sangat setuju, 36 (45,0%) pedagang menyatakan setuju, 8 (10,00%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, 15 (18,80%) wirausahawan menyatakan tidak setuju dan 1 (1,30%) pedagang menyatakan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “Professional dalam bekerja” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 46 (57,5%) pedagang menyatakan sangat setuju, 33 (41,3%) pedagang menyatakan setuju, 1 (1,3%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, dan tidak ada pedagang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “Berlaku jujur dalam berdagang” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 49 (61,3%) pedagang menyatakan sangat setuju, 28 (35,0%) pedagang menyatakan setuju, 2 (2,5%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, 1 (1,3%) pedagang menyatakan tidak setuju dan tidak ada pedagang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “Saya mengutarakan kelemahan serta kelebihan barang yang saya dagangkan” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 20 (25,5%) pedagang menyatakan sangat setuju, 39 (48,8%) pedagang menyatakan setuju, 14 (17,5%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, 7 (8,8%) pedagang menyatakan tidak setuju dan tidak ada pedagang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “Bersikap adil dalam berdagang” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 34 (42,5%) pedagang menyatakan sangat setuju, 43 (53,8%) pedagang menyatakan setuju, 2 (2,5%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, 1 (1,5%) pedagang menyatakan tidak setuju dan tidak ada pedagang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “Tidak memihak dalam hal perdagangan” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 24 (30,0%) pedagang menyatakan sangat setuju, 41 (51,3%) pedagang menyatakan setuju, 14 (17,5%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, 1 (1,5%) pedagang menyatakan tidak setuju dan tidak ada pedagang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “Dalam hal perdagangan tidak ada unsur bunga” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 31 (38,8%) pedagang menyatakan sangat setuju, 38 (47,5%) pedagang menyatakan setuju, 9 (11,3%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, 2 (2,5%) pedagang menyatakan tidak setuju dan tidak ada pedagang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “Memberikan jangka waktu pelunasan pembayaran utang bagi pembeli” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 10 (12,5%) pedagang menyatakan sangat setuju, 34 (42,5%) pedagang menyatakan setuju, 18 (22,5%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, 15 (18,8%) pedagang menyatakan tidak setuju dan tidak ada pedagang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “ Menciptakan tali persaudaraan antar penjual dan pembeli ” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 36 (45,0%) pedagang menyatakan sangat setuju, 44(55,0%) pedagang menyatakan setuju, dan tidak ada pedagang menyatakan netral/ragu-ragu,tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “ Kadang-kadang apabila uang pembeli kurang sedikit dari harga, saya kan berikan barang sebagai bentuk dari sedekah ” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 19 (23,8%) pedagang menyatakan sangat setuju, 37(46,3%) pedagang menyatakan setuju, 20 (25,0%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, 4 (5,0%) pedagang menyatakan tidak setuju dan tidak ada pedagang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “ Selalu mengutamakan bekerja mencari Ridha Allah swt ” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 60 (75,0%) pedagang menyatakan sangat setuju, 18(22,5%) pedagang menyatakan setuju, 1 (1,3%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu, 1 (1,3%) pedagang menyatakan tidak setuju dan tidak ada pedagang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Frekuensi jawaban item pertanyaan “ Saya menjual barang-barang yang saya tahu kejelasannya” dari kuesioner yang diisi dan dianalisis. Diketahui bahwa 34 (42,5%) pedagang menyatakan sangat setuju, 45(56,3%) pedagang menyatakan setuju, 1 (1,3%) pedagang menyatakan netral/ragu-ragu,dan tidak ada pedagang yang menyatakan tidak setuju dansangat tidak setuju.

Untuk mengetahui bagaimanakah pengimplementasian nilai-nilai Islam di Pusat Niaga Palopo/PNP maka dengan melihat tabel di atas penulis menentukan rata-rata nilai dan standar deviation yang akan di jadikan patokan dalam penilaian besarnya pengimplementasian nilai-nilai Islam dalam berdagang Pada Pusat Niaga Palopo yaitu seperti pada tabel berikut ini:

N	Valid	80
	Missing	0
Mean		63,9375
Std. Deviation		4,77955

Sumber: data diolah, 2018 dengan SPSS Ver.22

Dari tabel diatas dapat di lihat nilai rata-rata dari data yang diolah yaitu sebanyak 63,9375 dengan standar deviation 4,77955, dan nilai ini akan di jadikan acuan penulis untuk mengetahui bagaimanakah pengimplementasian nilai-nilai Islam dalam berdagang di Pusat Niaga Palopo/PNP. Dengan mengikuti kerangka pikir yang ada, penulis akan menemukan jawaban dari permasalahan yang timbul.

Dimana penilaian yang akan dilakukan dengan menentukan tinggi, sedang dan rendah dari data yang ada, dalam hal ini penilaian akan mencari nilai minimum dan nilai maksimum. Dimana nilai minimum didapat dari mean –standar deviation, yaitu $63,9375 - 4,77955 = 59,15795$ sedangkan nilai maksimum didapat dari mean + standar deviation, yaitu $63,9375 + 4,77955 = 68,71705$.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	16	20,0	20,0	20,0
sedang	51	63,8	63,8	83,8
rendah	13	16,3	16,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas, di ketahui bahwa nilai “pengimplementasian nilai-nilai Islam dalam berdagang” dimana tinggi 16 (20,0%), sedang 51 (63,8), dan rendah 13 (16,3). Sehingga

dapat disimpulkan bahwa pengimplementasian nilai-nilai Islam dalam berdagang pada Pusat Niaga Palopo tergolong sedang.

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel pengambilan keputusan memulai usaha kecil di Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu. Hal itu dapat dilihat dari nilai thitung = 5,605 > ttabel = 1,664 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini sesuai dengan hipotesis (H1) yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara motivasi dengan pengambilan keputusan. Adapun pengaruh motivasi terhadap pengambilan keputusan yaitu sebesar 21,5% atau menurut tabel interperitasi pengaruhnya lemah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anzizhan, Syafaruddin , Sitem Pengambilan Keputusan Pendidikan, Jakarta :2004
- Ardana, Komang, et.al ,Perilaku Keorganisasian. Cet I, Yogyakarta,Graha Ilmu:2008.
- Fauzi, Ahmad , Psikologi Umum, h. 60. Dikutip Fitriani, Analisis Faktor-Faktor Motivasi Yang Memengaruhi Minat Perempuan Memilih Berwirausaha, Skripsi Stain, Jurusan Syariah, Tahun 2013
- Gemina, Dwi, Endang Silaningsih, dan Erni Yuningsih, Pengaruh Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Dengan Kemampuan Usaha Sebagai Variabel Mediasi Pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia,Jurnal:Fakultas Ekonomi Univesitas Djuanda Bogor, 2016
- Gilarso, T , Pengantar Ilmu Ekonomi Makro, Yogyakarta:Kanisius,2004.
- Herjanto, Eddy , Manajemen Operasional, Ed.Iii; Jakarta; Grasindo;2008.
- Irawan, Hendri , Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memutuskan Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang, Skripsi, Malang: Universitas Islam Negeri (Uin) Malang, 2009.
- Irawan, Andi, Dan Bayu Airlangga Putra, Kewirausahaan Ukm Pemikiran Dan Pengalaman, Yogyakarta; Graha Ilmu,2007.
- Priyanto, Duwi, Cara Kilat belajar analisis Data Dengan spss 20, Ed. 1, Yogyakarta: CV. Andi offset, 2012.
- Pristiana, Ulfi,Et.Al,“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wanita Berwirausaha Di Kota Surabaya’’,Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis Vol.9 No. 1 Maret 2009, Email: Siti_Mujanah2003@Yahoo.Com ,Jurnal, H.60. [Http://www.ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/rebis/article/download/41/31](http://www.ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/rebis/article/download/41/31)
- Riduwan Dan Sunarto, Pengantar Statistic Untuk Penelitian, Bandung: Alfabet, 2009
- Robbins, Stephen P. Dan Timothy A. Judge ,Perilaku Organisasi , Ed.12.Jakarta. Salemba Empat.2008.
- Setiadi, Nugroho J, Perilaku Konsumen Konsep Dan Aplikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran, Cet, I; Bogor: Kencana, 2003.

- Sastrohadiwiryono, Siswanto, Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan Administratif Dan Operasional, Cet. I; Jakarta: Bumi Aksara: 2002.
- Sari, Ayu Agus, Makalah Sistem Pengambilan Keputusan Dalam Sebuah Ukm, <https://Ayuagussari13.Wordpress.Com/2015/02/10/Makalah-Sistem-Pengambilan-Keputusan-Dalam-Sebuah-Ukm>
- Setiadi, Nugroho J, Perilaku Konsumen (Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran), Ed. I. Cet. I; Jakarta: Kencana, 2003.
- Siregar, Syofian, Statistic Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif, Jakarta: Bumi Aksa, 2014.
- Setiadi, Nugroho J, Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran), Ed. I. Cet. I; Jakarta: Kencana, 2003.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Cet. Ke-4, Bandung: Alfabeta, Cv, 2011.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 2012.
- Sugiyono, Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi, Cet 2, Bandung: Alfabeta, Cv, 2014.
- Subanan, Harimurti, Manajemen Usaha Kecil, Ed. I. Bpfe – Yogyakarta, 1994
- Sukirno, Sadono, Et.Al, Pengantar Bisnis, Jakarta: Kencana, 2004.
- Sulistyo, “Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Dengan Basis Ekonomi Kerakyatan Di Kabupaten Malang”, Modernisasi, Volume 6, Nomor 1, Pebruari 2010, Jurnal, h.64. <http://Ejournal.Unikama.Ac.Id/Index.Php/Jeko/Article/Download/31/626>.
- Sunan Abu Daud/ Abu Daud Sulaiman bin Asy as Assubuhastani Bairul-Libanon: Darul Kutub Ilmiah, Kitab : Talak/ Juz 2/ No. 2201, 1996 M
- Supranto, Teknik Pengambilan Keputusan, cet.III. Jakarta. PT. Rineka Cipta, 2005.
- Supranto, Teknik Pengambilan Keputusan, Cet.III. Jakarta. Pt. Rineka Cipta, 2005
- Tohar, M, Membuka Usaha Kecil, Yogyakarta. Kanisius. 2000
- Wahjono, Sentot Imam, Perilaku Organisasi, Ed I, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2010.
- Prasetya Ferilian, <http://Prasetyaferilian.Blogspot.Co.Id/2011/11/Faktor-Faktor-Yang-Mempengaruhi.Html>.
- Delia8L, <https://Delialestari38.Wordpress.Com/2014/11/02/Ciri-Ciri-Usaha-Kecil-keunggulan-Dan-Kelemahan-Dari-Bisnis-Usaha-Kecil/>.
- Stacey Leung, <https://Applelovestory.Wordpress.Com/Pengembangan-Usaha-Kecil-Menengah-Ukm/>.
- Sumadi, Agus Resi dan Eka Sulistyawati, “Pengaruh Sikap, Motivasi, Dan Lingkungan Terhadap Niat Berwirausaha”, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 2, 2017: 1007-1029, Jurnal.