

ANALISIS FAKTOR AL-SAMAN AL-ADL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMBAKO PASAR KARIANGO KABUPATEN PINRANG

Oleh

Hannani¹, Besse Faradiba², Nurhikmah³

^{1,2,3}Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare

Email: [1hannani@iainpare.ac.id](mailto:hannani@iainpare.ac.id), [2bessefaradiba@iainpare.ac.id](mailto:bessefaradiba@iainpare.ac.id), [3nurhikmah@gmail.com](mailto:nurhikmah@gmail.com)

Abstrak

Al-saman Al- adl (harga yang adil) merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan tersebut diridhoi oleh kedua belah pihak dalam akad, baik sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang atau jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan dalam mengumpulkan data menggunakan kuisioner yang dibagikan kepada responden. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu metode komputasi dan statistik yang berfokus pada analisis statistik, matematik atau numerik dari kumpulan data. Hasil penelitian ini menunjukkan *al-saman al-adl* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian berdasarkan pengujian regresi linear berganda yang dilakukan pada uji parsial didapatkan *al-saman al-adl* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 33,2% dan 17.2% dan uji simultan sebesar 50,5%

Kata Kunci: *al-saman, al-adl, Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli.[1] Pasar kariango awalnya hanyalah pasar dengan lingkungan yang cukup kecil dengan jumlah pedagang yang masih tergolong sedikit, namun karena tingginya minat masyarakat berbelanja di Pasar Kariango ini maka, lokasi di pindahkan ke daerah yang lebih luas dengan dilakukan pembangunan kios yang merata, setelah melakukan observasi untuk melihat kondisi pasar Kariango secara langsung terdapat \pm 50 kios dan \pm 50 lapak pedagang untuk penjualan sembako. Pasar Kariango juga merupakan salah satu pasar rakyat yang hanya diadakan setiap hari Selasa dan Jumat mulai pukul 06.30-12.00 dan hari Minggu pada pukul 15.00-17.30 khusus penjualan produk sembako saja. Sembako adalah singkatan dari sembilan makanan pokok yang terdiri dari berbagai bahan makanan dan minuman yang umumnya

dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia.[2] Tanpa kebutuhan sehari-hari, kehidupan masyarakat dapat terganggu karena kebutuhan pokok merupakan kebutuhan sehari-hari yang paling utama. Di bawah ini adalah daftar nama anggota bahan pokok sembako sesuai dengan keputusan meteri Industri Perdagangan no.115/mpp/kep/1998 tanggal 27 Februari 1998, yaitu antara lain : 1) Beras dan Sagu, 2) Jagung, 3) Sayur-sayuran dan Buah-buahan, 4) Daging baik sapi ataupun ayam, 5) Susu, 6) Gula Pasir, 7) Garam yang mengandung Yodium, 8) Minyak Goreng, 9) Minyak Tanah atau Gas Elpiji [3].

Menurut pemikiran Islam, harga sejalan dengan *Maqasid Asy-Syari'ah*, yang berarti memaksimalkan kemaslahatan manusia dan meminimalkan kerugian manusia. Akan bertentangan dengan mekanisme pasar jika Nabi langsung menetapkan harga. Namun, pasar dapat berfungsi secara seimbang dalam keadaan tertentu untuk menegakkan keadilan

manusia dengan memerangi distorsi pasar. sehingga pasar dapat berjalan dengan seimbang.[4]

Fokus dalam penulisan ini ialah harga pasar yang adil dalam keputusan pembelian produk sembako.[5] Penelitian ini, berfokus pada pengaruh *Al- saman Al-Adl* terhadap keputusan pembelian sembako di pasar Kariango Kabupaten Pinrang, Tepatnya pada akhir tahun 2022 negara telah mulai menyusun kembali perekenomian setelah pandemic sehingga dapat meningkatkan pendapatan negara dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat[6]. Hal ini yang membuat masyarakat terkhususnya menengah kebawah merasakan keresahan karena harga barang yang tinggi namun penghasilan yang tidak mengalami kenaikan sedangkan produk sembako merupakan salah satu kebutuhan pokok yang sangat penting[7]. Melihat langsung ke lapangan tempat yang akan diteliti dan ternyata memang masih ada saja penjual yang masih melakukan kecurangan dengan penetapan harga jualnyayang agak tinggi dengan memanfaatkan kondisi untuk menaikkan harga semua barang daganganya. salah satunya beras, minyak, cabai dan telur yang terus mengalami kenaikan

Berdasarkan latar belakang di atas untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian maka diperlukan perumusan masalah, adapun perumusan masalah yang dapat disimpulkan sebagai berikut[8]:1) Apakah *al-saman al-adl* (harga) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Kariango Kabupaten Pinrang? 2)Apakah *al-saman al-adl* (adil) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Kariango Kabupaten Pinrang? 3)Apakah *al-saman al-adl* (harga yang adil) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Kariango Kabupaten Pinrang?, adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:1) Untuk mengetahui apakah *al-saman al-adl* (harga) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Kariango Kabupaten Pinrang, 2) Untuk

mengetahui apakah *al-saman al-adl* (adil) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Kariango Kabupaten Pinrang 3)Untuk mengetahui apakah *al-saman al-adl* (harga yang adil) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Kariango Kabupaten Pinrang.

LANDASAN TEORI

Pengertian Al-saman Al-Adl

Secara etimologis, kata Al-tsaman berasal dari bahasa Arab, al-samanu jamaknya asmanun yang berarti harga. Kata Al Adl berasal dari bahasa Arab yang artinya keadilan. Dalam kamus bahasa Arab, kata al-adilun jamaknya udulun dan udalatun yang berarti adil. adil adalah sama berat; tidak berat sebelah; tidak memihak; berpihak kepada yang benar; berpegang kepada kebenaran; sepatutnya; tidak sewenang-wenang. Jadi, al-saman al-adl (harga adil) merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan tersebut diridhoi oleh kedua belah pihak dalam akad, baik sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang atau jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Konsep Harga Yang Adil Dalam Islam

Konsep harga yang adil adalah nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual itu ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibn Taymiyyah berhubungan dengan prinsip *lâ dharar*, yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain,maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya tindakan kezaliman[9]. Selain itu, Ibn Taymiyyah juga mengemukakan bahwa pasar kompetitif hnaya terjadi jika tidak ada pengaturan yang mengganggu keseimbangan harga kecuali terjadi suatu usaha-usaha yang mengganggu terjadinya keseimbangan, yaitu kondisi di mana semua faktor produksi digunakan secara optimal dan tidak ada idle,

sebab harga pasar kompetitif merupakan kecenderungan yang wajar[10]. Ibn Taymiyyah juga mengungkapkan bahwa jika masyarakat menjual barang dagangannya dengan harga normal (kenaikan harga dipengaruhi oleh kurangnya persediaan barang karena menurunnya *supply* barang), maka hal seperti ini tidak mengharuskan adanya regulasi terhadap harga[7]. Karena kenaikan harga tersebut merupakan kenaikan harga yang adil dan berada dalam persaingan sempurna, tanpa unsur spekulasi.

Keadilan sangat penting dalam pembentukan harga. [6]Menurut Al-Ghazali bahwa harga yang adil adalah 5-10% dari manfaat suatu barang, ketika biaya yang ditawarkan masuk akal dan sesuai dengan sistem pasar dan aturan yang berlaku, ekuitas nilai akan terjadi.[11] Ketidakadilan harga, sebaliknya, akan terjadi jika harga ditetapkan dengan cara yang salah yang dipengaruhi oleh keinginan elemen politik untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Dari sini dapat kita simpulkan bahwa teori Al-Ghazali menunjukkan bahwa keuntungan yang dapat diambil berkisar antara 5-10% dari harga pokok produk yang dijual oleh pedagang di pasar[12], sehingga pembeli yang membeli barang dagangan tersebut tidak merasa terzalimi dengan penetapan harga, dengan demikian dapat menciptakan pasar yang diridhoi Allah SWT.

Mekanisme Al-saman Al Adl (Harga Adil)

Mekanisme harga adalah suatu proses yang bekerja berdasarkan gagasan bahwa konsumen dan produsen baik di pasar *output* (barang) maupun *input* (faktor produksi) akan saling menarik. Dengan adanya suatu harga, individu dapat menjual barang yang dimilikinya dengan harga yang wajar dan dapat diterima oleh masyarakat[13] Harga adalah penentuan nilai moneter barang. Ketika kuantitas yang diminta oleh pengguna dan nilai perbedaan keuntungan pengguna bertepatan dengan perbedaan harga modal, maka harga keseimbangan pasar telah tercapai.

Harga ini dicapai melalui tawar menawar antara pembeli dan penjual[14]. Tidak ada tekanan ke atas atau ke bawah pada harga ketika berada dalam ekuilibrium. Kuantitas yang diminta dan kuantitas yang ditawarkan sama pada harga ekuilibrium. Penting untuk dicatat bahwa harga ekuilibrium memiliki dua ciri penting yaitu:

1. Mereka adalah harga-harga yang secara spontan akan menimbulkan dirinya melalui tindakan kuasa permintaan dan penawaran.
2. Apabila tertumbuh, mereka akan teguh kecuali kuasa-kuasa permintaan dan penawaran sendiri berubah.

Kesamaan penawaran dan permintaan adalah satu-satunya kondisi keseimbangan yang harus dipenuhi untuk mencapai posisi ekuilibrium

Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan pembelian merupakan proses pembelian yang dilalui oleh seorang konsumen akhir yang dimulai dari timbulnya rasa butuh sampai kepada perasaannya setelah melakukan pembelian. Menurut Schiffman dan Kanuk, keputusan pembelian adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, memberi menggunakan mengevaluasi dan menghabiskan suatu produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya. Sedangkan menurut Tjiptono, keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Perilaku konsumen tidak terlepas dari pengambilan keputusan pembelian suatu produk (barang maupun jasa), di mana proses pengambilan keputusan melibatkan banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan pembelian suatu produk dari berbagai hal yang mempengaruhi dan

memberikan saran ketika akan bertindak dalam memutuskan pembelian[15]

Keputusan Pembelian Menurut Pandangan Islam

Al-Quran dan hadist memberikan petunjuk yang sangat jelas tentang konsumsi agar perilaku konsumsi manusia jadi terarah dan agar manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasul-Nya akan menjamin kehidupan manusia yang adil dan sejahtera dunia dan akhirat[16].

Pandangan Islam mengenai konsumsi yang Islami juga selalu mempertimbangkan keadaan barang atau produk bukan merupakan barang haram, tidak berlebih-lebihan dalam jumlah konsumsi. Diantara ajaran yang penting berkaitan dengan konsumsi, misalnya perlu memperhatikan asas *maslahah*, manfaat dan keberkahan[14].

Kegiatan konsumsi terhadap barang atau produk yang halal dan bermanfaat akan memberikan berkah bagi konsumen. Berkah ini akan hadir jika seluruh

hal berikut dilakukan dalam konsumsi:

- 1) Barang atau produk yang dikonsumsi bukan merupakan barang haram.
- 2) Tidak berlebih-lebihan dalam konsumsi[17]

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sensus, dimana responden adalah semua konsumen yang melakukan pembelian sembako di Pasar Kariango, Kabupaten Pinrang yaitu sebanyak 57 orang. Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini dijabarkan dalam tabel menggunakan Rumus Slovin

Tabel 1. Data daftar harga sembako berdasarkan purposive sampling.

| No | Daftar Sembako | Jumlah Penjual | Purposive Sampling |
|--------------|-------------------------------|----------------|--------------------|
| 1 | Beras dan sagu | 29 | 7,4 |
| 2 | Jagung | 47 | 8,2 |
| 3 | sayur-sayuran dan buah-buahan | 81 | 8,9 |
| 4 | Daging (ayam, ikan) | 57 | 8,5 |
| 5 | Susu | - | - |
| 6 | Gula Pasir | 34 | 7,7 |
| 7 | Garam | 23 | 6,9 |
| 8 | Minyak Goreng | 19 | 6,5 |
| 9 | Minyak tanah/Gas Elpiji | 4 | 2,8 |
| Total | | | 57 |

Sumber Data: Observasi di Pasar Kariango 2022

Pendekatan yang digunakan dalam karya ini bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka untuk mewakili dan menganalisis data melalui uji statistic.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Kariango yang berada di Desa Pananrang Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang. Penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu: variabel terikat (*dependent variabel*) dan variabel bebas (*independent variabel*) Variabel Tetap atau terikat (*Dependent*)

Keputusan Pembelian (Y). Adapun indikator-indikator variabel Keputusan Pembelian yaitu: Pengenalan kebutuhan, pencarian produk, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku setelah pembelian. Variabel Bebas (*Independent*) Dalam operasional variabel ini yang digunakan adalah: *Al-saman* (Harga) (X1) Indikator-indikator variabel *Al-Saman* yaitu: keterjangkaun harga, kesesuaian harga dengan

kualitas produk, daya saing harga dan kedua *Al-adl* (Adil) (X2) Indikator-indikator variabel *Al Adl* yaitu: perilaku adil, kesesuaian sikap dengan penetapan harga.

Uji Validitas dan Uji Reabilitas dilakukan dengan perbandingan r hitung dengan nilai r table. Untuk mengetahui reliabilitas seluruh instrumen dilakukan dengan menggunakan uji *cronbach alpha* serta uji normalitas data. Setelah data normal *valid dan realible* maka dilakukan pengujian data menggunakan analisis regresi linear berganda untuk melihat pengaruh antar variable.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kevalidan angket kuisisioner yang digunakan oleh penelitian dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari responden.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel *al-saman* (X1)

| Variabel | Pernyataan | R hitung | R tabel | Keterangan |
|-----------------------------|------------|----------|---------|------------|
| <i>al-saman</i> /harga (X1) | 1 | 0,606 | 0,266 | Valid |
| | 2 | 0,720 | 0,266 | Valid |
| | 3 | 0,445 | 0,266 | Valid |
| | 4 | 0,720 | 0,266 | Valid |
| | 5 | 0,779 | 0,266 | Valid |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24

Berdasarkan table 2 di atas, hasil uji validitas dari pernyataan 1 diperoleh nilai r hitung sebesar (0,606) > r tabel (0,266) artinya seluruh pernyataan pada variabel X1 dalam penelitian ini valid, sesuai dengan yang dikatakan imam ghazali yaitu jika pada tingkat signifikansi 5% nilai r hitung> r tabel maka instrument pernyataan dikatakan valid.

Tabel.3 Uji Validitas Variabel *al-adl* (X2)

| Variabel | Pernyataan | R hitung | R tabel | Keterangan |
|--------------------------|------------|----------|---------|------------|
| <i>al-adl</i> /adil (X2) | 1 | 0,780 | 0,266 | Valid |
| | 2 | 0,868 | 0,266 | Valid |
| | 3 | 0,490 | 0,266 | Valid |
| | 4 | 0,493 | 0,266 | Valid |
| | 5 | 0,493 | 0,266 | Valid |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24

Berdasarkan tabel 3 di atas, hasil uji validitas dari pernyataan 1 diperoleh nilai r hitung sebesar (0,780) > r tabel (0,266) artinya pada pernyataan *al-adl* variabel X2 dalam penelitian ini valid, sesuai dengan yang dikatakan imam ghazali yaitu jika pada tingkat signifikansi 5% nilai r hitung> r tabel maka instrument pernyataan dikatakan valid.

Tabel 4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

| Variabel | Pernyataan | R hitung | R tabel | Keterangan |
|-------------------------|------------|----------|---------|------------|
| Keputusan Pembelian (Y) | 1 | 0,784 | 0,266 | Valid |
| | 2 | 0,481 | 0,266 | Valid |
| | 3 | 0,506 | 0,266 | Valid |
| | 4 | 0,482 | 0,266 | Valid |
| | 5 | 0,784 | 0,266 | Valid |
| | 6 | 0,550 | 0,266 | Valid |
| | 7 | 0,727 | 0,266 | Valid |
| | 8 | 0,784 | 0,266 | Valid |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24

Berdasarkan tabel 4 di atas, hasil uji validitas dari pernyataan 1 di peroleh nilai r hitung sebesar (0,784) > r tabel (0,266) artinya dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Y dalam penelitian ini valid, sesuai dengan yang dikatakan imam ghazali yaitu jika pada tingkat signifikansi 5% nilai r hitung> r tabel maka instrument pernyataan dikatakan valid.

1. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa kuisisioner yang telah disusun benar-benar efektif dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang

valid. Berikut ini hasil uji reliabilitas alpha cronbach`s:

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel *al-saman* (X1)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .637 | 5 |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24

Berdasarkan tabel 5 di atas, menunjukkan bahwa nilai N of Items (banyaknya item atau pernyataan angket) terdapat 5 item pernyataan dengan nilai *cronbach`s alpha* sebesar 0.637. Karena nilai *cronbach`s alpha* 0,637 > 0,60, maka sebagaimana dasar kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa ke-5 pernyataan yang terdapat dalam angket/kuisisioner untuk variabel *al-saman* (X1) dinyatakan reliabel atau konsisten, sesuai dengan yang dikatakan umar sekaran yaitu nilai *cronbach`s alpha* > 0,60 maka dinyatakan reliabel atau reliabilitas diterima.

Tabel 6. Uji Reliabilitas Variabel *al-adl* (X2)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .642 | 5 |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, menunjukkan bahwa nilai N of Items (banyaknya item atau pernyataan angket) terdapat 5 item pernyataan dengan nilai *cronbach`s alpha* sebesar 0.642. Karena nilai *cronbach`s alpha* 0,642 > 0,60, maka sebagaimana dasar kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa ke-5 pernyataan yang terdapat dalam angket/kuisisioner untuk variabel *al-adl* (X2) dinyatakan reliabel atau konsisten, sesuai dengan yang dikatakan umar sekaran yaitu nilai *cronbach`s alpha*

> 0,60 maka dinyatakan reliabel atau reliabilitas diterima.

Tabel.7 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .781 | 8 |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, menunjukkan bahwa nilai N of Items (banyaknya item atau pernyataan angket) terdapat 5 item pernyataan dengan nilai *cronbach`s alpha* sebesar 0.781. Karena nilai *cronbach`s alpha* 0,781 > 0,60, maka sebagaimana dasar kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa ke-10 pernyataan yang terdapat dalam angket/kuisisioner untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan reliabel atau konsisten, sesuai dengan yang dikatakan umar sekaran yaitu nilai *cronbach`s alpha* > 0,60 maka dinyatakan reliabel atau reliabilitas diterima.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan uji kolmogrov-simirnov, Jika Asymp.Sig (2-tailed) > 0.05, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Tabel.8 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

| | | |
|----------------------------------|----------------|-------------------|
| N | | 57 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.33506387 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .109 |
| | Positive | .083 |
| | Negative | -.109 |
| Test Statistic | | .109 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .090 ^c |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24

Berdasarkan tabel 8 di atas, diketahui bahwa nilai sig. pada uji *Kolmogrov Smirnov*

yakni $0,090 > 0,05$ sesuai dengan kriteria kenormalan maka dapat dikatakan sampel berasal dari populasi yang berdistribusi secara normal.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

Uji Korelasi

Tabel.9 uji korelasi

| | | al-saman | al-adl | keputusan pembelian |
|---------------------|---------------------|----------|--------|---------------------|
| al-saman | Pearson Correlation | 1 | .426** | .616** |
| | Sig. (2-tailed) | | .001 | .000 |
| | N | 57 | 57 | 57 |
| al-adl | Pearson Correlation | .426** | 1 | .309* |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | | .020 |
| | N | 57 | 57 | 57 |
| keputusan pembelian | Pearson Correlation | .616** | .309* | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .020 | |
| | N | 57 | 57 | 57 |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24

Berdasarkan tabel 9 di atas, diketahui nilai koefisien korelasi variabel al-saman (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,616. Dan nilai koefisien korelasi variabel al-adl (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,309. Nilai koefisien inilah yang kemudian dijadikan syarat penentuan perhitungan sumbangan efektif untuk melihat seberapa persen hubungan antara kedua variabel.

Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

T tabel = t (0,025; 57-2-1)

= 0,025 ; 54 = 2,002 (berdasarkan distribusi nilai t tabel)

Tabel 10. Hasil Uji regresi berganda untuk uji hipotesis H1 dan H2 (Uji parsial)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 10.854 | 4.151 | | 2.615 | .012 |
| | al-saman (X1) | 1.006 | .201 | .593 | 5.013 | .006 |
| | al-adl (X2) | .083 | .175 | .056 | .475 | .637 |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24

Berdasarkan tabel 10. dapat diketahui bahwa:

Pengujian Hipotesis pertama (H1)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,013 > 2,002$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh al-saman/harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Pengujian Hipotesis kedua (H2)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,637 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,475 < 2,002$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh al-adl/adill (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan uji t di atas, untuk melihat sumbangan variabel independen terhadap dependen ada analisis regresi dapat dilakukan dengan menghitung suumbangan efektif sebagai berikut:

- 1) Sumbangan efektif variabel al-saman (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).
 $SE(X1)\% = 0,593 \times 0,616 \times 100\%$
 $SE (X1)\% = 33,2 \%$
- 2) Sumbangan efektif variabel al-adl (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)
 $SE(X2)\% = 0,056 \times 0,309 \times 100\%$
 $SE (X2)\% = 17,3 \%$
- 3) Sumbangan efektif (SE) total dapat dihitung sebagai berikut:
 $SE \text{ total} = SE (X1)\% + SE (X2)\%$
 $SE \text{ total} = 33,2\% + 17,3\%$
 $SE \text{ total} = 50,5\%$

Berdasarkan dari hasil perhitungan sumbangan efektif di atas maka variabel al-saman (X1) yang memiliki pengaruh paling besar atau dominan keputusan pembelian yaitu sebesar 33,2% kemudian di ikuti denan variabel al-adl (X2) sebesar 17,3% . Total dari penjumlahan pada semua semua variabel sebesar 50,5% atau sama dengan nilai R Square karena besarnya pengaruh kedua kriteria yang dihitung dari penelitian ini

sehingga dapat dikatakan bahwa al-saman al-adl berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya untuk melihat besarnya sumbangan predictor terhadap jumlah kuadrat regresi maka diperlukan perhitungan sumbangan relative. Perhitungan sumbangan relative sebagai berikut:

- 1) Sumbangan relatif variabel al-saman (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

$$SR(X1)\% = SE(X1)\% / R^2$$

$$SR(X1)\% = 33,2\% / 50,5\%$$

$$SR(X1)\% = 65,7\%$$
- 2) Sumbangan relatif variabel al-adl (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

$$SR(X2)\% = SE(X2)\% / R^2$$

$$SR(X2)\% = 17,3\% / 50,5\%$$

$$SR(X2)\% = 34,2\%$$
- 4) Sumbangan relatif (SE) total dapat dihitung sebagai berikut:

$$SR\ total = SR(X1)\% + SR(X2)\%$$

$$SR\ total = 65,7\% + 34,2\%$$

$$SR\ total = 100\%$$

Berdasarkan dari hasil di atas, dapat diketahui besarnya relatif (SR) variabel al-saman (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 65,7%, sementara sumbangan relative (SR) variabel al-adl (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 34,2% , untuk total sumbangan relative (SR) adalah sebesar 100% atau sama dengan 1. Sesuai dengan pedoman pengukuran tingkat hubungan yang dikemukakan dalam buku siyono maka tingkat hubungan dapat dikatakan sangat kuat.

Uji F (simultan)

Uji F berujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Menentukan F tabel

$$F\ tabel = F(k; n-k)$$

$$= F(2; 57-2)$$

$$= F(2; 55) = 3.165$$

Tabel 11 Hasil Uji regresi linear berganda untuk uji hipotesis H3 (Uji parsial F)

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 189,220 | 2 | 94,610 | 16,732 | ,000 ^b |
| | Residual | 305,341 | 54 | 5,654 | | |
| Total | | 494,561 | 56 | | | |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa pengujian Hipotesis ketiga H3 berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $16,732 > F\ tabel\ 3,165$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh al-saman/harga (X1) dan al-adl/adil (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y).

Koefisien determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel.12 Model summary Analisis regresi berganda

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .619 ^a | .505 | .488 | 2.378 |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24

Berdasarkan output di atas dapat diketahui bahwa R square sebesar 0,383, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 38,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *al-saman* (harga) terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji Parsial (Uji T) pada tabel 4.12, hipotesis H1 diperoleh bahwa *al-saman* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengujian pengaruh variabel al-saman (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

dapat diketahui dengan melihat nilai t hitung sebesar $5,013 >$ dari nilai t tabel $2,002$. Adapun untuk nilai signifikansi sebesar $0,006 <$ $0,05$.

Hal ini sesuai dengan dasar pengambilan keputusan bahwa dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$. Dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Sehingga hipotesis 1 yang menyatakan bahwa al-saman (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

ini didukung dengan adanya pengaruh yang sama antara al-saman atau harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Terutama dalam pembelian Sembilan bahan pokok yang menjadi bahan pokok atau kebutuhan mingguan hingga bulanan. Selain itu juga harga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian biasanya yang menjadi faktor adalah penetapan harga di pasar tersebut merupakan harga yang wajar. Menurut iriyanti "Persepsi kewajaran harga sebagai penilaian bagi suatu hasil dan bagaimana suatu proses nantinya mendapatkan suatu hasil yang dapat diterima dan pastinya dalam suatu kewajaran dalam arti lain masuk akal".

2. Pengaruh *al-adl* (adl) terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji Parsial (Uji T) pada, hipotesis H2 diperoleh bahwa *al-adl* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengujian pengaruh variabel *al-adl* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat diketahui dengan melihat nilai t hitung sebesar $0,475 >$ dari nilai t tabel $2,002$. Adapun untuk nilai signifikansi sebesar $0,637 <$ $0,05$. Hal ini sesuai dengan dasar pengambilan keputusan bahwa dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi lebih besar dari $0,05$. Dan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel. Sehingga hipotesis 2 yang menyatakan bahwa al-adl (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

3. Pengaruh *al-saman al-adl* (harga yang adil) terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) pada tabel 4.13, hipotesis H3 diperoleh bahwa *al-saman al-adl* (harga yang adil) memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Pengujian pengaruh variabel *al-saman* (X1) dan *al-adl* terhadap keputusan pembelian (Y) dapat diketahui dengan melihat nilai F hitung sebesar $16,732 >$ dari nilai t tabel $3,165$. Adapun untuk nilai signifikansi sebesar $0,000 <$ $0,05$. Hal ini sesuai dengan dasar pengambilan keputusan bahwa dapat dikatakan berpengaruh secara simultan signifikan apabila nilai signifikansi lebih kecil $0,05$, dan nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Diterimanya hipotesis (Ha) menunjukkan dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa *al-saman* (X1) *al-adl* (X2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) sembako di Pasar Kariango.

Hasil penelitian ini juga memuat beberapa teori diantaranya yaitu teori al-saman al-adl atau kita kenal sebagai teori harga namun dalam hal ini lebih memfokuskan kepada teori harga yang adil dalam pandangan islam, kedua teori keputusan pembelian. Sebagaimana dijelaskan bahwa harga yang adil dalam perspektif ekonomi islam adalah harga yang tidak menimbulkan dampak negatif (bahaya) ataupun kerugian bagi para pelaku pasar, baik dari sisi penjual maupun pembeli. Selain itu juga ada teori harga yang adil dalam pandangan ibnu taimiyah bahwa harga yang adil merupakan adil bagi para pedagang berarti barangt-barang dagangan mereka tidak dipaksa untuk dijual pada tingkat harga yang dapat menghilangkan nilai keuntungan moral.

Kesimpulannya bahwa dengan adanya harga yang adil memberikan keakuratan terhadap konsumen sehingga dapat menetapkan keputusan pembelian dengan cerdas dan tepat sehingga dapat mencapai kemaslahatan secara bersama antara penjual dan pembeli. Namun dalam penelitian ini seperti hasil pengujian dari kuisioner yang tersebar bahwa *al-saman* atau harga lebih berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian dibandingkan *al-adl*/adil terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini kemudian dapat dikaitkan berdasarkan dari beberapa referensi tinjauan relevan di atas sehingga dapat menguatkan hasil penelitian ini. Selain itu, Habibah juga mengatakan hal yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, karena harga adalah jumlah atau nilai uang dari barang atau produk yang ditawarkan sehingga harus membayar untuk barang atau jasa yang dibeli. Selanjutnya Namun jika ditarik secara garis tengah tetap secara simultan *al-saman al-adl* (harga yang adil) memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian hasil penelitian ini dikuatkan oleh beberapa teori diantaranya yang mengatakan bahwa keadilan harga akan terjadi ketika harga yang ditawarkan itu wajar dan sesuai dengan mekanisme pasar serta aturan yang berlaku.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian terkait dengan pengaruh *al-saman al-adl* (harga yang adil) terhadap keputusan pembelian sembako di pasar Kariango Kab. Pinrang di tengah Pandemi Covid-19, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian di atas bahwa beberapa temuan yang merujuk pada variabel *al-saman* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y), dimana kesimpulan hasil penelitian menunjukkan *al-saman* (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 33,2% .
2. Berdasarkan hasil penelitian di atas pada variabel *al-adl* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), dimana kesimpulan hasil penelitian menunjukkan *al-adl* (X2) berpengaruh namun sangat kecil terhadap keputusan pembelian (Y) pada Pasar kariango, kabupaten Pinrang sebesar 17,3%.
3. Hasil pengujian uji simultan (uji F) yang dilakukan di atas dapat diketahui bahwa

ada pengaruh variabel *al-saman* (X1) dan *al-adl* (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 50.5%.

Saran

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambahkan variabel independen agar lebih mudah melihat pengaruh harga yang dapat memengaruhi keputusan pembelian para konsumen, serta dapat memperkuat penelitian yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Faradiba and M. Musmulyadi, "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 'Alpokatkocok_Doubig' Di Makassar," *PAY J. Keuang. dan Perbank.*, vol. 2, no. 2, pp. 52–61, 2020, doi: 10.46918/pay.v2i2.751.
- [2] Nicklouse Christian Lempoy, "Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas, Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder," *Emba*, vol. 3, no. 1, pp. 1072–1083, 2015, doi: 10.1007/s00101-004-0690-4 [doi].
- [3] A. Latif *et al.*, "Nilai-Nilai Dasar Dalam Membangun Ekonomi Islam," pp. 153–169.
- [4] A. D. Alfarauq and D. K. Yusup, "Pengaruh Pengetahuan Pasar Modal Syariah Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Kaum Milenial Garut Di Pasar Modal Syariah," *Finans. J. Shariah Financ. Manag.*, vol. 1, no. 1, pp. 33–41, 2020, doi: 10.15575/fsfm.v1i1.10052.
- [5] dkk Mahdum Kholit Al-Asror, "ANALISIS PENETAPAN HARGA ODD-EVEN PRICE DAN STANDARD MARK-UP PRICING Di Toko Gayatri Desa Braja Harjosari Kecamatan Braja Selehah Kabupaten Lampung Timur," *Islam. Law J.*, vol.

- 01, no. 02, pp. 1–12, 2023.
- [6] W. Sahir, “Relevance of al-*saman al-‘adl* on Modern Transaction,” *Al-Kharaj J. Islam. Econ. Bus.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–13, 2021, doi: 10.24256/kharaj.v3i1.1416.
- [7] Dedi, Ibnu Rusydi, and Nursyamsi, “Aplikasi Mashlahat Dalam Transaksi Ekonomi Syariah Kontemporer Di Indonesia Perspektif Legislasi,” *al-Afkar, J. Islam. Stud.*, vol. 5, no. 4, pp. 190–206, 2022, doi: 10.31943/afkarjournal.v5i4.351.
- [8] M. Aisyanti¹, R. Nugroho², and T. H. Dwihandoko³, “PASAR MODAL PADA MAHASISWA PTS DI MOJOKERTO (Studi Kasus pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Islam Majapahit, STIE Al-Anwar Mojokerto, dan Universitas Mayjen Sungkono),” no. 2, pp. 1–11.
- [9] H. Fajrussalam, A. Agnia, A. Fazriyah, A. R. Fadillah, and N. W. Nengsih, “Pandangan Ekonomi Islam terhadap Jual Beli Online dengan Sistem Dropship,” *J. Pendidik. dan Konseling*, vol. 5, pp. 1349–1358, 2023.
- [10] P. Ujrah, D. Akad, and I. Bi, “RESPONSIBILITAS PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SELATAN TERHADAP MEKANISME HARGA (Analisis tentang Proteksi Harga Pala dalam Perspektif Hukum Islam) Fakhurrrazi,” *J. Al-Mudharabah Vol. 2 Ed. 2 Tahun 2020*, vol. 2, pp. 40–60, 2020.
- [11] N. A. Ridzal and W. A. Hasan, “Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal Dengan Meningkatkan Jiwa Wirausaha Dalam Pemanfaatan Sumber Daya Alam Di Kelurahan Masiri Kecamatan Batauga Kabupaten Buton Selatan,” *J. Pengabd. Kpd. Masy. MEMBANGUN NEGERI*, vol. 3, no. 2, pp. 26–35, 2019, doi: 10.35326/pkm.v3i2.447.
- [12] J. Susyanti and P. Pardiman, “Pengembangan Ekonomi Kreatif di Jawa Timur,” *J. Pus. Stud. Jawa Timur*, vol. 2, no. 1, 2022, [Online]. Available: <http://jpsjt.unisma.ac.id/index.php/jpsjt/article/view/33>
- [13] A. Gide, “Merosotnya Pariwisata Sebagai Jantung Ekonomi Bali,” *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., pp. 5–24, 2022, [Online]. Available: <http://bemfeb-unud.com/wp-content/uploads/2021/08/MEROSOTNYA-PARIWISATA-SEBAGAI-JANTUNG-EKONOMI-BALI.pdf>
- [14] M. R. Bangun and D. I. Batubara, “Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan Inovasi Rasa Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Pada Cv. Stella Catering Medan,” *JEKKP (Jurnal Ekon. Keuang. dan Kebijak. Publik)*, vol. 3, no. 1, pp. 16–24, 2021, doi: 10.30743/jekkp.v3i1.4071.
- [15] B. Faradiba, “Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan serta Loyalitas Pengguna Belanja Online Selama Pandemi COVID-19,” *Ganaya J. Ilmu Sos. dan Hum.*, vol. 4, no. 1, pp. 21–28, 2021, [Online]. Available: <http://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/1245>
- [16] Riki; Agussalim M.; Rizka Hadya, “JM, VOL. 3, NO. 3, September 2021, Hal: 511-522 ISSN-P: 2355-0376 ISSN-E: 2656-8322 PENGARUH PENILAIAN PRESTASI KERJA DAN PROMOSI JABATAN TERHADAP SEMANGAT KERJA KARYAWAN PADA POLTEKKES KEMENTERIAN KESEHATAN RI PADANG,” vol. 3, no. 3, pp. 1–23, 2016.
- [17] Y. Apriyanti, “P Perancangan Pengembangan Kawasan Wisata Pemancingan Untuk Peningkatan

Ekonomi Masyarakat Desa Jada Bahrin,” *Din. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 4, pp. 1004–1011, 2022, doi: 10.31849/dinamisia.v6i4.10001.