

# Aldi

*By* Aldi Jayansyah

---

WORD COUNT

6567

TIME SUBMITTED

17-MAY-2026 04:35AM

PAPER ID

121633836



## Etika Bisnis Islam Memoderasi Pengaruh Tarif dan Persaingan Bisnis Terhadap Kesejahteraan Sopir Berbasis di Kota Parepare

### Article

#### Author

Aldi Jayansyah\*,  
Arwin,  
Zainal Said,  
Sulkarnain

#### Affiliation

Institut Agama Islam  
Negeri Parepare

#### Corresponding Author:

aldijys540@gmail.com

#### Data:

Received: 25 April 2026;  
Revised: 9 Mei 2026;  
Published: 16 Mei 2026

#### DOI:

10.32764/margineco.v10i1.7136

### Abstract

This study examines the role of Islamic business ethics in moderating the influence of tariffs and business competition on the welfare of intercity public transportation drivers in Parepare City. Using a quantitative approach with an associative research design, data were collected from 100 respondents through purposive sampling techniques. The data were obtained using Likert scale questionnaires and analyzed using PLS-SEM. The results indicate that tariffs ( $\beta = 0,342$ ;  $p < 0,05$ ) and business competition ( $\beta = 0,369$ ;  $p < 0,05$ ) have a positive and significant effect on drivers' welfare. In contrast, Islamic business ethics does not have a significant effect either directly or as a moderating variable ( $p > 0,05$ ). This condition occurs because the practice of Islamic business ethics among drivers has not been implemented consistently and remains limited to conceptual understanding rather than practical application. The  $R^2$  value of 0,27 indicates that the model explains only a small proportion of the variation in welfare, suggesting that other factors outside the model still play a more dominant role. These findings imply that economic factors, such as tariffs and competitive dynamics, are more influential in determining drivers' welfare than normative factors. This study provides important implications for the formulation of fair and sustainable tariff policies and competition management.

**Keywords:** Business Competition; Islamic Business Ethics; Tarif; Welfare.

### Abstrak

Penelitian ini menguji peran etika bisnis Islam dalam memoderasi pengaruh tarif dan persaingan bisnis terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah di Kota Parepare. Dengan pendekatan kuantitatif dan desain asosiatif, data dikumpulkan dari 100 responden melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui instrumen kuesioner skala likert yang dianalisis menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa tarif ( $\beta = 0,342$ ;  $p < 0,05$ ) dan persaingan bisnis ( $\beta = 0,369$ ;  $p < 0,05$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan sopir. Sebaliknya, etika bisnis Islam tidak memiliki pengaruh signifikan baik secara langsung maupun sebagai variabel moderasi ( $p > 0,05$ ). Ini disebabkan karena praktik Etika bisnis tidak diterapkan secara konsisten di kalangan sopir hanya sebatas pemahaman. Nilai  $R^2$  sebesar 0,230 mengindikasikan bahwa model hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi kesejahteraan, sehingga faktor lain di luar model masih berperan dominan. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor ekonomi seperti tarif dan dinamika persaingan lebih dominan dalam menentukan kesejahteraan sopir dibandingkan faktor normatif. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi perumusan kebijakan tarif dan pengelolaan persaingan yang lebih adil dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam; Kesejahteraan; Persaingan Bisnis; Tarif.

### PENDAHULUAN

Transportasi darat merupakan sektor strategis yang menopang mobilitas masyarakat, distribusi barang, serta konektivitas ekonomi antar wilayah (Ladjin, 2021; Trianah et al., 2024). Sama halnya di Kota Parepare sebagai simpul transportasi regional pada jalur Trans Sulawesi, angkutan umum antar daerah memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat. Tingginya mobilitas penumpang dari Parepare ke berbagai wilayah seperti Makassar, Enrekang, Barru, Mamuju, hingga Morowali menempatkan sopir angkutan umum sebagai aktor kunci dalam menjaga kelancaran sistem transportasi regional (BPS Kota Parepare, 2024).

Dinas Perhubungan Kota Parepare (2025) menyatakan bahwa terdapat sekitar 530-unit angkutan umum antar daerah yang aktif beroperasi setiap harinya, melayani lebih dari 5.000 penumpang lintas kabupaten. Angka ini menunjukkan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap jasa transportasi konvensional dalam mendukung kegiatan ekonomi dan sosial di wilayah tersebut. Selain itu, Informasi dari komunitas mengungkapkan bahwa jumlah sopir angkutan umum antar daerah berbasis di kota Parepare menunjukkan trend positif dari tahun ke tahun bahkan mencapai ratusan sopir dengan rute ke berbagai wilayah.

Namun demikian, kesejahteraan sopir angkutan umum masih menghadapi tekanan yang kompleks. Secara ekonomi, tarif menjadi sumber utama pendapatan, tetapi penetapan tarif yang tidak proporsional dapat menimbulkan dilema (Putri, 2022). Tarif yang terlalu rendah akan menekan pendapatan di tengah meningkatnya biaya operasional, sedangkan tarif yang terlalu tinggi berpotensi menurunkan jumlah penumpang. Kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) sebagai komponen utama biaya operasional transportasi juga berdampak pada peningkatan biaya usaha dan penurunan daya beli masyarakat, sehingga secara tidak langsung mempengaruhi permintaan jasa transportasi (Arwin, 2023; Rahmawati, 2021).

Selain tarif, persaingan bisnis dalam sektor transportasi juga mengalami peningkatan yang signifikan. Kehadiran transportasi berbasis digital, travel online, serta layanan bus antarkota dengan sistem yang lebih fleksibel telah memperluas ruang kompetisi. Kondisi ini memicu perebutan penumpang, tekanan penurunan tarif, serta ketidakpastian jumlah muatan harian, yang pada akhirnya berdampak pada instabilitas pendapatan dan meningkatnya kerentanan ekonomi sopir (Nur & Yusuf, 2020; Rasyid, 2022).

Meskipun demikian, pendekatan ekonomi konvensional yang hanya menitikberatkan pada tarif dan persaingan belum sepenuhnya mampu menjelaskan variasi tingkat kesejahteraan sopir dalam kondisi pasar yang relatif sama (Saviet et al., 2023). Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas ekonomi tidak hanya dipengaruhi oleh mekanisme pasar, tetapi juga oleh nilai-nilai etika. Etika bisnis Islam yang berlandaskan prinsip kejujuran (*sidq*), amanah (*al-'adl*), dan tanggung jawab berperan dalam membentuk perilaku ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan (Orhan & Kavakci, 2024).

Dalam lingkup transportasi, penerapan etika bisnis Islam tercermin dalam penetapan tarif yang adil dan transparan, pelayanan yang berkualitas, serta persaingan yang sehat tanpa praktik curang. Nilai-nilai ini berpotensi meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sehingga dapat memperkuat stabilitas pendapatan. Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai norma moral, tetapi juga sebagai variabel yang berpotensi memoderasi pengaruh tarif dan persaingan terhadap kesejahteraan sopir.

Terdapat penelitian terdahulu yang mengkaji perbandingan efisiensi antara pengemudi layanan transportasi berbasis aplikasi dan taksi konvensional. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah produktivitas pengemudi, sedangkan variabel independennya adalah tingkat persaingan dan sistem operasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya persaingan mendorong pengemudi menjadi lebih efisien dalam memanfaatkan waktu kerja, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan (Cramer & Krueger, 2016). Berikutnya menggunakan variabel dependen berupa pendapatan pekerja sektor transportasi dan variabel independen berupa intensitas persaingan dan adopsi teknologi. Kesamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel kesejahteraan (pendapatan) dan persaingan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan yang diiringi dengan adaptasi strategi kerja mampu meningkatkan peluang pendapatan, khususnya bagi pekerja yang responsif terhadap perubahan pasar (Berger et al., 2018). Penelitian oleh Hall dan Krueger (2018) meneliti perilaku kerja pengemudi *ride-sharing* dengan variabel dependen berupa tingkat pendapatan dan variabel independen berupa fleksibilitas kerja serta tingkat persaingan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan tidak selalu berdampak negatif, melainkan dapat mendorong peningkatan kualitas layanan dan jam kerja yang lebih optimal sehingga berdampak positif terhadap kesejahteraan pengemudi (Hall & Krueger, 2018). Pelaku usaha cenderung meningkatkan inovasi layanan dan efisiensi, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan (Sundararajan, 2016). Persaingan yang sehat dapat menciptakan peluang ekonomi baru dan meningkatkan produktivitas individu, sehingga memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan pekerja sektor informal (Rauch & Schleicher, 2015).

Secara empiris, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada hubungan langsung antara tarif, persaingan, dan pendapatan dalam kerangka ekonomi konvensional. Kajian yang mengintegrasikan etika

bisnis Islam sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut masih relatif terbatas, khususnya pada sektor angkutan umum antar daerah berbasis lokal. Hal ini menunjukkan adanya *research gap* yang penting untuk diisi, terutama dalam memahami peran nilai etis dalam menentukan kesejahteraan pelaku transportasi informal. Selain itu, penelitian yang mengkaji kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah secara spesifik, khususnya berbasis travel di Kota Parepare, masih sangat terbatas.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana etika bisnis Islam membentuk pengaruh tarif dan persaingan bisnis terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum di Kota Parepare. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur ekonomi syariah dan transportasi publik, serta kontribusi praktis bagi pemerintah daerah dan pelaku usaha dalam merumuskan kebijakan tarif dan pola persaingan yang lebih adil, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan.

## LANDASAN TEORI

### Teori Tarif

Tarif dalam penelitian ini tidak hanya dipahami sebagai konsep harga semata, tetapi sebagai mekanisme ekonomi yang secara langsung memengaruhi kesejahteraan pelaku usaha, khususnya sopir angkutan umum. Secara teoretis, tarif berfungsi sebagai instrumen utama dalam mengalokasikan sumber daya melalui interaksi antara permintaan dan penawaran (Mankiw, 2020). Dalam konteks transportasi, ketika tarif ditetapkan pada tingkat yang optimal, maka akan tercipta keseimbangan antara jumlah penumpang dan pendapatan yang diterima pengemudi. Sebaliknya, tarif yang terlalu tinggi berpotensi menurunkan permintaan jasa transportasi karena konsumen beralih ke alternatif lain, sedangkan tarif yang terlalu rendah dapat menekan pendapatan sopir dan berdampak pada menurunnya kesejahteraan. Dengan demikian, tarif memiliki mekanisme hubungan langsung terhadap kesejahteraan melalui jalur pendapatan yang diperoleh dari jumlah penumpang dan frekuensi perjalanan. Menurut McCarthy dan Perreault tarif sebagai nilai yang harus dibayarkan konsumen mencerminkan persepsi terhadap kualitas layanan. Ini menunjukkan adanya mekanisme tidak langsung antara tarif dan kesejahteraan, yaitu melalui persepsi konsumen. Ketika tarif dianggap sepadan dengan kualitas layanan, maka permintaan akan meningkat, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan sopir. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara tarif dan kualitas layanan dapat menurunkan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya mengurangi jumlah penumpang (Mahmudah, 2016; Tamin, 2008). Dalam hal ini, tarif tidak berdiri sendiri, tetapi berinteraksi dengan kualitas pelayanan sebagai faktor yang memperkuat atau memperlemah pengaruhnya terhadap kesejahteraan. Secara teoretis dapat dijelaskan bahwa tarif memiliki hubungan yang kompleks terhadap kesejahteraan sopir, baik secara langsung melalui pendapatan maupun secara tidak langsung melalui permintaan jasa dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Argumentasi ini menegaskan bahwa tarif bukan sekadar definisi harga, melainkan instrumen ekonomi yang menentukan keberlanjutan usaha dan tingkat kesejahteraan dalam sektor transportasi.

### Teori Persaingan Bisnis

Persaingan bisnis dalam penelitian ini tidak hanya dipahami sebagai interaksi antar pelaku usaha, tetapi sebagai mekanisme pasar yang secara dinamis memengaruhi perilaku ekonomi dan tingkat kesejahteraan pelaku usaha, termasuk sopir angkutan umum (Juanna & Suhud, 2025; Yunus et al., 2024). Dalam perspektif ekonomi mikro, persaingan mendorong terciptanya efisiensi melalui tekanan pasar yang mengharuskan pelaku usaha untuk menekan biaya, meningkatkan kualitas layanan, serta menyesuaikan strategi operasional agar tetap bertahan (Rizkia & Rahmawati, 2021). Mekanisme ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat persaingan, maka semakin besar dorongan bagi pelaku usaha untuk beradaptasi secara produktif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan. Secara teoretis dapat dijelaskan bahwa persaingan bisnis memiliki hubungan yang kompleks terhadap kesejahteraan sopir, baik sebagai pendorong peningkatan kinerja dan inovasi (*productive competition*) maupun sebagai potensi penurunan pendapatan apabila tidak dikelola secara sehat. Argumentasi ini menegaskan bahwa persaingan tidak selalu bersifat destruktif, melainkan dapat menjadi faktor yang memperkuat kesejahteraan apabila direspons secara adaptif oleh pelaku usaha (Noor, 2024).

### Teori Kesejahteraan Ekonomi

Kesejahteraan ekonomi dalam penelitian ini tidak hanya dipahami sebagai kondisi terpenuhinya kebutuhan hidup, tetapi sebagai hasil (*outcome*) dari interaksi berbagai variabel ekonomi seperti tarif dan persaingan usaha. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Sukimo (2019) bahwa kesejahteraan tidak hanya ditentukan oleh besarnya pendapatan, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam beradaptasi dan memanfaatkan peluang ekonomi (Sukimo, 2019). Namun, apabila persaingan berlangsung secara tidak sehat, seperti perang tarif, maka pendapatan dapat tertekan dan berdampak negatif terhadap kesejahteraan. Todaro dan Smith (2020) menekankan bahwa kesejahteraan juga mencakup dimensi non-material seperti rasa aman dan keberlanjutan ekonomi (Todaro & Smith, 2020). Dalam konteks sopir angkutan umum, stabilitas pendapatan akibat tarif yang wajar dan persaingan yang sehat akan menciptakan rasa aman dalam bekerja serta peluang untuk meningkatkan taraf hidup. Sebaliknya, ketidakpastian pendapatan akibat fluktuasi tarif dan persaingan yang tidak terkendali dapat menurunkan kualitas hidup secara keseluruhan. Secara teoretis dapat dijelaskan bahwa kesejahteraan ekonomi merupakan variabel yang dipengaruhi oleh mekanisme interaksi antara tarif dan persaingan usaha (Faris, 2020). Tarif menentukan tingkat pendapatan secara langsung, sedangkan persaingan membentuk perilaku adaptif yang memengaruhi produktivitas dan peluang pendapatan. Argumentasi ini menegaskan bahwa kesejahteraan tidak berdiri sebagai konsep statis, melainkan sebagai hasil dinamis ekonomi yang melibatkan berbagai faktor yang saling berinteraksi.

### 68 Teori Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam dalam penelitian ini tidak hanya dipahami sebagai seperangkat nilai normatif, tetapi sebagai mekanisme perilaku yang memengaruhi hubungan antara variabel ekonomi seperti tarif, persaingan usaha, dan kesejahteraan. Dalam perspektif ekonomi Islam, prinsip-prinsip seperti kejujuran (*sīdq*), keadilan (*ʿadl*), amanah, dan tanggung jawab (*mas'uliyah*) berfungsi sebagai pedoman yang mengarahkan perilaku pelaku usaha dalam mengambil keputusan ekonomi (Rivai, 2012). Mekanisme yang terbentuk adalah bahwa penerapan etika bisnis Islam akan membatasi praktik-praktik oportunistik, seperti manipulasi tarif atau persaingan tidak sehat, sehingga menciptakan kondisi pasar yang lebih stabil dan berkeadilan. Etika bisnis Islam juga memengaruhi bagaimana pelaku usaha merespons persaingan. Dalam pasar yang kompetitif, etika berfungsi sebagai pengendali agar persaingan tetap berlangsung secara sehat (*fair competition*). Pelaku usaha yang menjunjung tinggi nilai amanah dan tanggung jawab akan lebih memilih strategi peningkatan kualitas layanan dibandingkan praktik yang merugikan pihak lain, seperti menjatuhkan harga secara ekstrem atau melakukan tindakan tidak jujur (Djakfar, 2012). Dengan demikian, mekanisme yang terjadi adalah bahwa etika bisnis Islam memperkuat dampak positif persaingan terhadap kesejahteraan melalui peningkatan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen.

Dalam perspektif kesejahteraan, etika bisnis Islam tidak hanya berorientasi pada aspek material, tetapi juga pada keberkahan (*barakah*) dan keberlanjutan usaha. Hal ini berarti bahwa kesejahteraan tidak semata-mata diukur dari besarnya pendapatan, tetapi juga dari stabilitas ekonomi, ketenangan dalam bekerja, serta hubungan sosial yang harmonis (Orhan & Kavakci, 2024). Maka dari itu, penerapan etika bisnis Islam dapat menciptakan keseimbangan antara pencapaian keuntungan dan keberlanjutan kesejahteraan jangka panjang. Secara teoretis dapat dijelaskan bahwa etika bisnis Islam memiliki peran strategis sebagai variabel yang tidak hanya berpengaruh langsung terhadap kesejahteraan, tetapi juga sebagai variabel moderasi yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara tarif dan persaingan usaha terhadap kesejahteraan sopir. Argumentasi ini menegaskan bahwa etika bisnis Islam bukan sekadar konsep normatif, melainkan mekanisme yang membentuk perilaku ekonomi dan menentukan kualitas interaksi pasar secara keseluruhan.

### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian teori dan relevansi empiris tersebut, hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Tarif berpengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah berbasis di Kota Parepare.

H<sub>2</sub>: Persaingan bisnis berpengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah berbasis di Kota Parepare .

H<sub>3</sub>: Etika Bisnis Islam berpengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah Berbasis di Kota Parepare.

H<sub>4</sub>: Etika Bisnis Islam memperkuat pengaruh tarif terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah berbasis di Kota Parepare.

H<sub>5</sub>: Etika Bisnis Islam memperlemah pengaruh persaingan bisnis terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah berbasis di Kota Parepare.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dilaksanakan di Kota Parepare selama dua bulan dengan populasi yang dituju adalah sopir angkutan umum antar daerah berbasis Kota Parepare yang berjumlah 530 sopir dengan mengacu pada data dinas perhubungan (2025). Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pendekatan *rule of thumb* dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), yaitu 5–10 kali jumlah indikator. Dengan jumlah indikator sebanyak 14 dan jumlah sampel minimum yang disarankan adalah 65 responden dan jumlah ideal adalah 130 responden (Sholihin & Ratmono, 2021; Sofyani, 2023). Tetapi dalam penelitian ini menggunakan metode 7 dikali 14 indikator menghasilkan 98 tetapi di bulatkan menjadi 100, yang dinilai telah memenuhi kriteria kecukupan sampel secara metodologis (Hair et al., 2019). Teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*, khususnya *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena peneliti menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh responden agar sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah: (1) sopir angkutan umum antar daerah yang berdomisili atau beroperasi di Kota Parepare, (2) memiliki pengalaman kerja minimal 1 tahun, dan (3) aktif menjalankan aktivitas operasional pada saat penelitian dilakukan.

Penelitian menggunakan pendekatan *Partial Least Squares-SEM (PLS-SEM)* yang memiliki keunggulan dalam mengakomodasi ukuran sampel yang relatif kecil serta tidak menuntut asumsi distribusi data yang ketat. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada sopir angkutan umum antar daerah. Instrumen penelitian terdiri atas 37 pernyataan yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel, yaitu tarif, persaingan usaha, etika bisnis Islam, dan kesejahteraan sopir. Dalam proses pengolahan data menggunakan metode SEM-PLS, ditemukan 8 pernyataan yang tidak memenuhi nilai validitas karena memiliki nilai *loading factor* di bawah kriteria yang ditentukan, sehingga item tersebut dieliminasi dari model penelitian agar hasil analisis lebih akurat dan reliabel. Selain itu, untuk mengurangi potensi *social desirability bias*, khususnya pada variabel etika bisnis Islam yang rentan terhadap jawaban normatif, peneliti menekankan anonimitas responden, tidak mencantumkan identitas pribadi dalam kuesioner, serta menyusun pernyataan dengan bahasa netral agar responden memberikan jawaban sesuai kondisi nyata di lapangan.

Tabel 1. Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Code	
Tarif (X1)	Biaya Operasional Kendaraan	Tarif mempertimbangkan biaya BBM	T1	
		Tarif disesuaikan biaya perawatan	T2	
		Biaya operasional memengaruhi tarif	T3	
		Tarif berdasarkan jarak tujuan	T4	
	Jarak/Waktu Tempuh	Lama perjalanan memengaruhi tarif	T5	
		Kondisi perjalanan memengaruhi tarif	T6	
		Jumlah Penumpang	Jumlah penumpang memengaruhi tarif	T7
		Tarif mempertimbangkan kursi terisi	T8	
Persaingan Bisnis (X2)	Ancaman Baru	Pendatang baru mengurangi penumpang	PB1	
		Persaingan usaha menurunkan pendapatan	PB2	
	Lokasi Mangkal	Lokasi mangkal memengaruhi penumpang	PB3	
		Lokasi strategis meningkatkan pendapatan	PB4	
	Promosi	Promosi transportasi lain memengaruhi penumpang	PB5	

Etika Bisnis Islam (Z)	Harga	Kurangnya promosi mengurangi minat penumpang	PB6
		Perbedaan tarif memengaruhi pilihan penumpang	PB7
		Tarif lebih murah mengurangi pendapatan	PB8
	Kejujuran	Menyampaikan tarif secara jujur	EBI1
		Tidak menambah tarif sepihak	EBI2
		Memberikan informasi perjalanan dengan jujur	EBI3
	Keadilan	Menetapkan tarif secara wajar	EBI4
		Tidak merugikan sopir lain	EBI5
		Memberikan pelayanan yang sama	EBI6
	Amanah	Menjaga keselamatan penumpang	EBI7
		Menjaga barang bawaan penumpang	EBI8
		Menepati waktu perjalanan	EBI9
Tanggung Jawab	Mematuhi aturan lalu lintas	EBI10	
	Bertanggung jawab atas kenyamanan penumpang	EBI11	
	Menerima dan memperbaiki keluhan penumpang	EBI12	
Kesejahteraan (Y)	Pendapatan Per Kapita	Pendapatan memenuhi kebutuhan keluarga	K1
		Penghasilan mengalami peningkatan	K2
		Pendapatan mencukupi tabungan dan kebutuhan mendadak	K3
	Tingkat Konsumsi	Mampu memenuhi kebutuhan makan keluarga	K4
		Pendapatan mencukupi pendidikan dan kesehatan	K5
		Mampu memenuhi kebutuhan sekunder keluarga	K6
	Kepemilikan Aset	Memiliki aset dari hasil pekerjaan	K7
		Pendapatan dapat menambah aset keluarga	K8
		Memiliki barang produktif pendukung kesejahteraan	K9

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

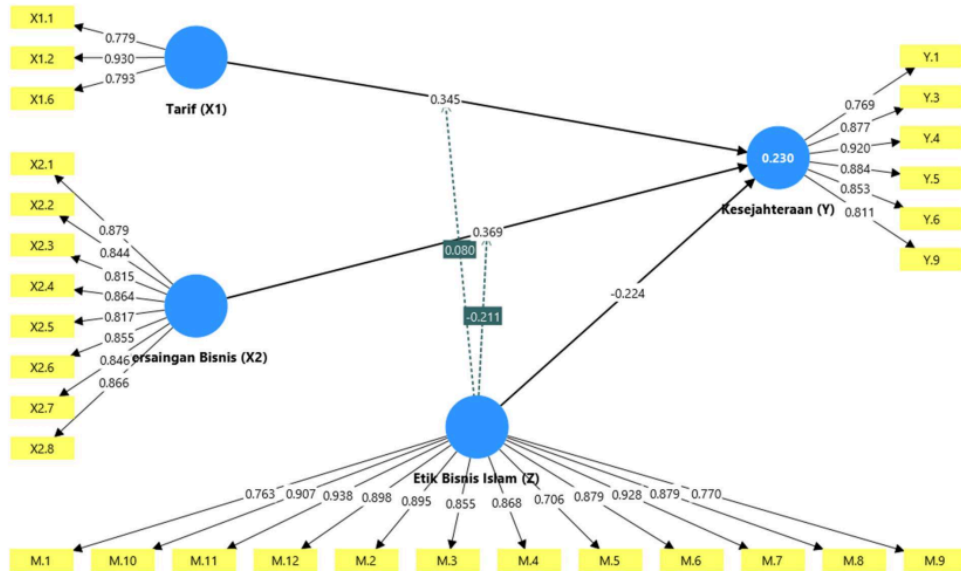
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

#### Analisis PLS-SEM: <sup>28</sup>Evaluasi Model Struktur (*Outer Model*)

Analisis model pengukuran (*outer model*) dilakukan <sup>61</sup> untuk mengevaluasi keterkaitan antara variabel laten dan indikator penyusunnya. Pengujian *outer model* dalam penelitian ini dilaksanakan dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS* melalui penilaian aspek validitas, reliabilitas, serta analisis jalur.

Etika Bisnis Islam Memoderasi Pengaruh...



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Tabel 2. Outer Loading

Variables	Constructs	FL	AVE	CA	rho_A	CR
		(0.70)	(0.50)	(0.70)	(0.70)	(0.70)
Tarif (X <sub>1</sub> )	T 1	0.779	0.700	0.790	0.907	0.874
	T 2	0.930				
	T 6	0.793				
Persaingan Bisnis (X <sub>2</sub> )	PB 1	0.879	0.720	0.946	0.983	0.954
	PB 2	0.844				
	PB 3	0.815				
	PB 4	0.864				
	PB 5	0.817				
	PB 6	0.855				
	PB 7	0.846				
	PB 8	0.866				
Etika Bisnis Islam (Z)	EBI 1	0.763	0.740	0.968	0.982	0.971
	EBI 2	0.895				
	EBI 3	0.855				
	EBI 4	0.868				
	EBI 5	0.706				
	EBI 6	0.879				
	EBI 7	0.928				
	EBI 8	0.879				
	EBI 9	0.770				
	EBI 10	0.907				
	EBI 11	0.938				
	EBI 12	0.898				
Kesejahteraan (Y)	K 1	0.769	0.729	0.925	0.938	0.942
	K 3	0.877				

K 4	0.920
K 5	0.884
K 6	0.853
K 9	0.811

26  
Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 2, hasil uji *Outer Loading* menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian telah memenuhi kriteria pengukuran yang baik pada analisis PLS-SEM. Nilai *factor loading* seluruh indikator berada di atas 0,70, sehingga setiap indikator dinyatakan valid dalam merepresentasikan konstruk variabelnya. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada setiap variabel juga melebihi batas minimum 0,50 yang menunjukkan adanya validitas konvergen yang baik. Dari aspek reliabilitas, nilai *Cronbach's Alpha*, *rbo\_A*, dan *Composite Reliability* seluruh variabel berada di atas 0,70, sehingga instrumen penelitian dinilai reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel tarif, persaingan bisnis, etika bisnis Islam, dan kesejahteraan. Dengan demikian, model pengukuran (*outer model*) dalam penelitian ini layak digunakan untuk analisis lebih lanjut pada model struktural. Dari hasil pengujian *outer model* menggunakan SEM-PLS, beberapa item pernyataan sebelumnya yaitu T3 (0,556), T4 (0,414), T5 (0,636), T7 (0,447), T8 (0,329), K2 (0,512), K7 (0,655), dan Y8 (0,686) dinyatakan tidak memenuhi kriteria validitas konvergen karena memiliki nilai *outer loading* di bawah batas ideal 0,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa indikator belum mampu merepresentasikan konstruk variabel secara kuat dan konsisten. Rendahnya nilai *loading factor* diduga dipengaruhi oleh perbedaan persepsi responden terhadap makna pernyataan, adanya kemiripan jawaban antar item, serta kecenderungan responden memberikan jawaban normatif khususnya pada variabel etika bisnis Islam.

Berdasarkan Tabel 3, hasil pengujian validitas diskriminatif dengan metode *Fornell-Larcker* menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian telah memenuhi kriteria validitas diskriminatif yang baik. Hal ini dapat dilihat dari nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE) pada masing-masing konstruk, yaitu Etika Bisnis Islam sebesar 0,860, Kesejahteraan sebesar 0,854, Persaingan Bisnis sebesar 0,849, dan Tarif sebesar 0,837, yang seluruhnya lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar variabel dalam model penelitian. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki tingkat keunikan dan kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan indikatornya sendiri dibandingkan hubungan dengan konstruk lainnya. Meskipun terdapat hubungan korelasi yang cukup kuat antara Etika Bisnis Islam dan Persaingan Bisnis sebesar 0,604, nilai tersebut masih lebih rendah dibandingkan nilai akar AVE konstruk terkait, sehingga tidak terjadi tumpang tindih pengukuran antar variabel.

Berdasarkan hasil dari tabel 4, hasil pengujian validitas diskriminatif menggunakan metode *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) menunjukkan bahwa seluruh nilai hubungan antar variabel berada di bawah batas ketentuan 0,90. Nilai HTMT tertinggi terdapat pada hubungan antara Etika Bisnis Islam × Persaingan Bisnis dengan Etika Bisnis Islam sebesar 0,726, sedangkan nilai terendah terdapat pada hubungan Etika Bisnis Islam × Tarif dengan Kesejahteraan sebesar 0,093. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa setiap konstruk dalam penelitian memiliki tingkat diskriminasi yang baik dan mampu dibedakan secara jelas dari konstruk lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian telah memenuhi kriteria validitas diskriminatif berdasarkan pengujian HTMT, sehingga instrumen penelitian layak digunakan dalam analisis model struktural lebih lanjut.

Tabel 3. Validitas Diskriminatif: Model Fornell-Larcker

Variables	Z	Y	X <sub>2</sub>	X <sub>1</sub>
Z. Etika Bisnis Islam	<b>0.860</b>			
Y. Kesejahteraan	0.244	<b>0.854</b>		
X <sub>2</sub> . Persaingan Bisnis	0.604	0.310	<b>0.849</b>	
X <sub>1</sub> . Tarif	0.340	0.359	0.121	<b>0.837</b>

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 4. Validitas Diskriminatif: HTMT

	EBI (Z)	K (Y)	PB (X2)	T (X1)	EBI (Z) x T (X1)	EBI (Z) x PB (X2)
EBI (Z)						
K (Y)	0.228					
PB (X2)	0.596	0.290				
T (X1)	0.364	0.385	0.151			
EBI (Z) x T (X1)	0.482	0.093	0.264	0.260		
EBI (Z) x PB (X2)	0.726	0.235	0.229	0.297	0.460	

Sumber: Data diolah, 2026

#### Analisis PLS-SEM: Evaluasi Model Struktur (Inner Model)

Tabel 5. R-Squared (R<sup>2</sup>)

Variabel	R-square	R-square adjusted
Kesejahteraan	0.230	0.189

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 6. f-Squared (f<sup>2</sup>)

Variabel / Hubungan	f-square
Etika Bisnis Islam (Z)	0.018
Kesejahteraan (Y)	-
Persaingan Bisnis (X2)	0.099
Tarif (X1)	0.134
Etika Bisnis Islam (Z) > Tarif (X1)	0.009
Etika Bisnis Islam (Z) > Persaingan Bisnis (X2)	0.032

Sumber: Data diolah, 2026

Evaluasi struktural dalam PLS-SEM pada dasarnya berfokus pada penilaian kemampuan model untuk membuat prediksi yang akurat. Proses ini mencakup pengujian sejauh mana variasi dalam data empiris dapat dijelaskan oleh model dan keakuratan model dalam memprediksi variabel endogen. Secara lebih luas, tahap ini bertujuan untuk memperkaya pemahaman tentang fenomena yang diteliti dalam suatu penelitian. Dengan menganalisis hubungan antara variabel, peneliti dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi fenomena tersebut dan membangun pemahaman yang lebih mendalam tentang proses yang terjadi.

Berdasarkan hasil dari Tabel 5, nilai R-Square (R<sup>2</sup>) variabel kesejahteraan sebesar 0,230 dan nilai R-Square Adjusted sebesar 0,189 menunjukkan bahwa variabel tarif, persaingan bisnis, dan etika bisnis Islam mampu menjelaskan variasi kesejahteraan sebesar 23%, sedangkan sisanya sebesar 77% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan prediktif model tergolong relatif rendah, sehingga hubungan antar variabel dalam penelitian ini belum mampu menjelaskan kesejahteraan secara menyeluruh. Secara konseptual, kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kesejahteraan tidak hanya dipengaruhi oleh tarif, persaingan bisnis, dan etika bisnis Islam, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh faktor pendapatan usaha, pengalaman usaha, jumlah pelanggan, strategi pemasaran, kualitas pelayanan, kondisi ekonomi, serta dukungan sosial dan lingkungan usaha yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Berdasarkan hasil dari Tabel 6, hasil pengujian f-Square (f<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa variabel tarif memiliki pengaruh terbesar terhadap kesejahteraan dengan nilai f<sup>2</sup> sebesar 0,134, diikuti oleh persaingan bisnis sebesar 0,099, sedangkan etika bisnis Islam memiliki pengaruh yang sangat kecil yaitu sebesar 0,018. Selain itu, efek moderasi etika bisnis Islam pada hubungan tarif terhadap kesejahteraan sebesar 0,009 dan pada hubungan persaingan bisnis terhadap kesejahteraan sebesar 0,032 juga tergolong lemah. Berdasarkan kriteria ukuran efek f<sup>2</sup>, seluruh variabel dalam penelitian ini berada pada kategori kecil, sehingga kontribusi masing-masing variabel terhadap peningkatan nilai R<sup>2</sup> kesejahteraan masih terbatas. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun tarif dan persaingan bisnis memiliki pengaruh terhadap kesejahteraan, kekuatan pengaruhnya belum cukup besar dalam menjelaskan perubahan kesejahteraan secara signifikan.

## Analisis Jalur dan Uji Hipotesis

Tabel 7. Hasil Koefisien Jalur

Hyp.	Path Analysis	Original Sample (O)	STDEV	T-Statistics (>1,96)	P-Values (<0,05)	Decision
H-DIR <sub>1</sub>	T→K	0,342	0,344	2,431	0,015	Diterima
H-DIR <sub>2</sub>	PB→K	0,369	0,389	2,488	0,013	Diterima
H-DIR <sub>3</sub>	EBI→K	-0,224	-0,177	1,237	0,216	Tidak Diterima
H-DIR <sub>4</sub>	EBI x T→K	0,080	0,048	0,740	0,459	Tidak Diterima
H-DIR <sub>5</sub>	EBI x PB→K	-0,211	-0,149	1,310	0,190	Tidak Diterima

Sumber: Data olah, 2026

Salah satu tujuan utama pengujian hipotesis adalah untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel dalam model yang diusulkan. Hal ini dilakukan dengan menganalisis kekuatan dan signifikansi hubungan antara variabel-variabel yang diidentifikasi dalam model. Evaluasi efek langsung memungkinkan peneliti untuk menguji konsistensi antara temuan empiris dan teori yang mendasari model. Selain itu, uji ini menganalisis signifikansi efek moderasi dalam model penelitian. Hal ini penting untuk memahami mekanisme yang mendasari hubungan antara variabel dan bagaimana variabel tertentu dapat memoderasi atau mengubah hubungan antara variabel lain.

Berdasarkan hasil dari Tabel 7, hasil pengujian koefisien jalur menunjukkan bahwa variabel tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan dengan nilai koefisien sebesar 0,342, nilai *T-statistics* 2,431 (>1,96), dan *p-values* 0,015 (<0,05), sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penetapan tarif, maka kesejahteraan pelaku usaha cenderung meningkat. Variabel persaingan bisnis juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan dengan nilai koefisien sebesar 0,369, *T-statistics* 2,488, dan *p-values* 0,013, sehingga hipotesis kedua diterima. Sementara itu, etika bisnis Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan karena memiliki nilai *T-statistics* sebesar 1,237 dan *p-values* 0,216, sehingga hipotesis ketiga ditolak. Selain itu, variabel etika bisnis Islam juga tidak mampu memoderasi hubungan tarif terhadap kesejahteraan maupun hubungan persaingan bisnis terhadap kesejahteraan, yang ditunjukkan oleh nilai *p-values* masing-masing sebesar 0,459 dan 0,190 (>0,05). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa etika bisnis Islam belum mampu memperkuat ataupun memperlemah pengaruh tarif dan persaingan bisnis terhadap kesejahteraan dalam penelitian ini.

### Pembahasan

#### Tarif Terhadap Kesejahteraan Sopir Angkutan Umum Antar Daerah Berbasis di Kota Parepare

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, tarif terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah berbasis di Kota Parepare dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,342, *T-statistics* 2,431 > 1,96, dan *p-value* 0,015 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa tarif memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan sopir karena semakin proporsional tarif yang diterapkan, maka semakin besar peluang sopir memperoleh pendapatan yang memadai. Namun demikian, hubungan tersebut tidak dapat dimaknai bahwa tarif yang semakin tinggi akan selalu meningkatkan kesejahteraan. Dalam konteks penelitian ini, yang dimaksud adalah tarif yang proporsional, yaitu tarif yang sesuai dengan biaya operasional, jarak tempuh, dan kondisi pasar. Apabila tarif ditetapkan terlalu tinggi, maka dapat menurunkan permintaan penumpang karena masyarakat cenderung memilih alternatif transportasi lain yang lebih murah atau lebih efisien, sehingga jumlah penumpang berkurang dan pendapatan sopir justru dapat menurun. Kondisi ini menunjukkan bahwa hubungan antara tarif dan kesejahteraan bersifat dinamis dan tidak selalu linear. Maka dari itu, penetapan tarif yang seimbang dan adaptif menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas pendapatan serta keberlanjutan kesejahteraan sopir angkutan umum di Kota Parepare.

Temuan ini sejalan oleh Mankiw, harga merupakan faktor utama yang menentukan tingkat pendapatan dalam mekanisme pasar, sehingga perubahan harga akan berdampak langsung terhadap kesejahteraan (Mankiw, 2020). Selain itu, penelitian oleh Pratama dan Haryanto menunjukkan bahwa faktor ekonomi seperti harga dan kondisi pasar memiliki pengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat karena berkaitan langsung dengan daya beli dan tingkat pendapatan (Pratama & Haryanto, 2022). Dengan demikian, tarif merupakan faktor yang dominan dalam meningkatkan kesejahteraan sopir, karena secara langsung menentukan besaran pendapatan yang diterima dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

#### **Persaingan Bisnis Terhadap Kesejahteraan Sopir Angkutan Umum Antar Daerah Berbasis di Kota Parepare**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, persaingan bisnis terbukti <sup>3</sup>berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah berbasis di Kota Parepare. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,369, nilai *T-statistics* 2,488 > 1,96, dan *p-value* 0,013 < 0,05, sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik dinamika persaingan yang terjadi, maka kesejahteraan sopir cenderung meningkat. Secara empiris, kondisi ini terjadi karena sebagian besar sopir tidak memandang persaingan sebagai ancaman yang dapat menurunkan pendapatan, melainkan sebagai peluang untuk memperoleh dan memperluas jaringan penumpang. Dalam praktik di lapangan, hubungan antar sopir lebih bersifat kooperatif dibandingkan kompetitif secara negatif. Misalnya, ketika seorang sopir telah memperoleh penumpang penuh, maka kelebihan penumpang akan dialihkan kepada sopir lain agar penumpang tetap mendapatkan layanan dan tidak merasa kecewa. Sebaliknya, apabila salah satu sopir tidak beroperasi karena memiliki urusan tertentu, maka penumpangnya akan diberikan kepada sopir lain yang sedang beroperasi. Pola hubungan seperti ini menunjukkan adanya solidaritas dan kerja sama antar sopir dalam menjaga keberlangsungan pendapatan bersama. Oleh karena itu, persaingan dalam penelitian ini tidak dimaknai sebagai persaingan destruktif, melainkan persaingan yang sehat dan saling mendukung, sehingga mampu menciptakan peluang ekonomi yang berdampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan sopir angkutan umum di Kota Parepare.

Temuan ini sejalan oleh Samuelson dan Nordhaus, persaingan yang sehat akan mendorong peningkatan kualitas dan efisiensi, sehingga berdampak positif terhadap kesejahteraan (Samuelson & Nordhaus, 2021). Selain itu, penelitian oleh Lestari dan Gunawan menunjukkan bahwa dinamika ekonomi dan aktivitas pasar yang kompetitif mampu meningkatkan pendapatan masyarakat melalui peningkatan produktivitas dan peluang usaha (Lestari & Gunawan, 2022). Dengan demikian, persaingan bisnis memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan, terutama ketika persaingan tersebut mendorong peningkatan kinerja dan produktivitas pelaku usaha seperti sopir angkutan umum.

#### **Etika Bisnis Islam Terhadap Kesejahteraan Sopir Angkutan Umum Antar Daerah Berbasis di Kota Parepare**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, etika bisnis Islam <sup>3</sup>tidak berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah berbasis di Kota Parepare. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar -0,224 <sup>8</sup>dengan nilai *T-statistics* 1,237 < 1,96 dan *p-value* 0,216 > 0,05, sehingga hipotesis ketiga ditolak. Secara statistik, hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam model penelitian ini belum terdapat cukup bukti empiris bahwa etika bisnis Islam memberikan pengaruh langsung terhadap kesejahteraan sopir. Namun demikian, ketidaksignifikan tersebut tidak dapat dimaknai bahwa etika bisnis Islam tidak penting dalam aktivitas <sup>15</sup>usaha transportasi. Kondisi ini lebih menunjukkan bahwa kesejahteraan sopir pada penelitian ini cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor ekonomi langsung seperti tarif dan persaingan bisnis dibandingkan faktor normatif. Dalam praktik di lapangan, sebagian besar sopir telah memahami nilai-nilai etika seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab, tetapi penerapannya belum sepenuhnya konsisten dan belum secara langsung berdampak pada peningkatan pendapatan maupun kesejahteraan. Maka dari itu, etika bisnis Islam tetap memiliki peran penting sebagai landasan moral dalam membangun kepercayaan penumpang, menjaga hubungan sosial antar sopir, serta mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Temuan ini sejalan oleh Pratama & Haryanto dalam kajian ekonomi menunjukkan bahwa faktor ekonomi riil seperti pendapatan, harga, dan stabilitas ekonomi lebih dominan dalam memengaruhi

kesejahteraan dibandingkan faktor non-ekonomi (Pratama & Haryanto, 2022). Selain itu, dalam perspektif teori ekonomi pembangunan menurut Todaro & Smith, kesejahteraan masyarakat lebih banyak ditentukan oleh variabel produktivitas, pendapatan, dan kesempatan kerja (Todaro & Smith, 2020). Oleh karena itu Etika Bisnis Islam belum mampu memberikan pengaruh signifikan secara langsung terhadap kesejahteraan sopir, melainkan lebih berpotensi berperan sebagai faktor pendukung atau tidak langsung dalam jangka panjang.

#### **Etika Bisnis Islam Dan Tarif Terhadap Kesejahteraan Sopir Angkutan Umum Antar Daerah Berbasis di Kota Parepare**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, etika bisnis Islam tidak mampu memoderasi pengaruh tarif terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah berbasis di Kota Parepare. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien interaksi sebesar 0,080 dengan nilai  $T$ -statistics 0,740 < 1,96 dan  $p$ -value 0,459 > 0,05, sehingga hipotesis keempat ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keberadaan etika bisnis Islam belum mampu memperkuat maupun memperlemah hubungan antara tarif dan kesejahteraan sopir secara signifikan. Kondisi ini terjadi karena dalam praktik di lapangan, kesejahteraan sopir lebih dipengaruhi oleh faktor ekonomi langsung seperti kestabilan tarif, jumlah penumpang, dan biaya operasional dibandingkan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam. Meskipun sebagian besar sopir memahami prinsip etika seperti kejujuran, amanah, dan keadilan, penerapan nilai tersebut cenderung masih bersifat personal dan normatif sehingga belum mampu memengaruhi mekanisme ekonomi secara langsung, khususnya dalam penentuan tarif dan peningkatan pendapatan. Tarif dalam sektor transportasi lebih dipengaruhi oleh kondisi pasar dan daya beli penumpang, sehingga peran etika bisnis Islam belum cukup kuat untuk mengubah hubungan antara tarif dan kesejahteraan. Maka dari itu, ketidaksignifikanan hasil moderasi ini tidak menunjukkan bahwa etika bisnis Islam tidak penting, melainkan menunjukkan bahwa dalam konteks penelitian ini faktor ekonomi praktis masih lebih dominan dalam menentukan kesejahteraan sopir dibandingkan faktor etis sebagai variabel moderasi.

Temuan ini sejalan oleh Wulandari dan Saputra menunjukkan bahwa stabilitas harga memiliki peran penting dalam menentukan kondisi ekonomi masyarakat, karena harga berkaitan langsung dengan daya beli dan tingkat pendapatan (Wulandari & Saputra, 2021). Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bahwa tarif merupakan faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi kesejahteraan dibandingkan peran Etika Bisnis Islam sebagai variabel moderasi.

#### **Etika Bisnis Islam Dan Persaingan Bisnis Terhadap Kesejahteraan Sopir Angkutan Umum Antar Daerah Berbasis di Kota Parepare**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima, etika bisnis Islam tidak terbukti mampu memoderasi pengaruh persaingan bisnis terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah berbasis di Kota Parepare. Hasil ini ditunjukkan oleh nilai koefisien interaksi sebesar -0,211 dengan nilai  $T$ -statistics 1,710 < 1,96 dan  $p$ -value 0,190 > 0,05, sehingga hipotesis kelima dinyatakan ditolak. Secara empiris, temuan ini mengindikasikan bahwa hubungan antara persaingan bisnis dan kesejahteraan sopir lebih banyak dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan pola interaksi sosial antar sopir dibandingkan penerapan etika bisnis Islam sebagai variabel moderasi. Dalam praktik di lapangan, persaingan yang terjadi tidak bersifat saling menjatuhkan, melainkan lebih mengarah pada kerja sama untuk mempertahankan pendapatan bersama. Para sopir umumnya saling membantu dalam pembagian penumpang, baik ketika kendaraan salah satu sopir telah penuh maupun saat terdapat sopir yang tidak beroperasi. Kondisi tersebut menciptakan pola persaingan yang sehat dan bersifat kolektif, sehingga peningkatan kesejahteraan lebih dipengaruhi oleh solidaritas kerja dan peluang memperoleh penumpang dibandingkan penerapan nilai etika bisnis Islam secara langsung. Dengan demikian, ketidaksignifikanan variabel moderasi ini bukan berarti etika bisnis Islam tidak memiliki peran penting, tetapi menunjukkan bahwa dalam konteks penelitian ini nilai etika belum menjadi faktor utama yang mampu mengubah hubungan antara persaingan bisnis dan kesejahteraan sopir secara signifikan.

Temuan ini sejalan oleh Rizal dan Putri menunjukkan bahwa dinamika ekonomi daerah, termasuk persaingan usaha, lebih dominan memengaruhi kesejahteraan dibandingkan faktor non-ekonomi (Rizal & Putri, 2024). Sejalan dengan itu, Ramadhan dan Sari juga menemukan bahwa kondisi pasar dan persaingan ekonomi memiliki pengaruh nyata terhadap kesejahteraan masyarakat karena berkaitan langsung dengan

kesempatan kerja dan pendapatan (Ramadhan & Sari, 2023). Dengan demikian Etika Bisnis Islam belum mampu memoderasi hubungan antara Persaingan Bisnis dan Kesejahteraan, karena faktor persaingan ekonomi tetap menjadi determinan utama dalam meningkatkan kesejahteraan sopir angkutan umum.

#### 4. **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tarif dan persaingan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum antar daerah berbasis di Kota Parepare, sehingga faktor ekonomi praktis menjadi penentu utama kesejahteraan sopir, sedangkan etika bisnis Islam tidak berpengaruh signifikan baik secara langsung maupun sebagai variabel moderasi karena penerapannya masih bersifat normatif dan belum konsisten dilakukan kalangan sopir. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat teori ekonomi bahwa harga dan dinamika pasar lebih dominan memengaruhi kesejahteraan dibanding faktor normatif. Pemerintah dan pemangku kepentingan disarankan menetapkan tarif yang proporsional, menjaga persaingan usaha yang sehat, serta meningkatkan pembinaan etika bisnis Islam agar dapat diterapkan secara nyata dalam aktivitas usaha. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan pada nilai  $R^2$  yang masih rendah sebesar 0,230 sehingga kemampuan model dalam menjelaskan kesejahteraan masih terbatas, disarankan penelitian selanjutnya menambahkan variabel lain seperti produktivitas, kualitas layanan, dan dukungan kebijakan pemerintah agar hasil penelitian lebih komprehensif.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arwin. (2023). Dampak kenaikan harga BBM terhadap elastisitas permintaan sembako. *Journal of Business and Economics Research*, 110.
- Berger, T., Chen, C., & Frey, C. B. (2018). Drivers of disruption? Estimating the Uber effect. *European Economic Review*, 110, 197–210.
- BPS Kota Parepare. (2024). Kota Parepare dalam angka 2024. Badan Pusat Statistik Kota Parepare.
- Cramer, P., & Krueger, A. B. (2016). Disruptive change in the taxi business: The case of Uber. *American Economic Review Papers & Proceedings*, 106(5), 177–182.
- Djakfar, M. (2012). *Etika bisnis Islam*. UIN Malang Press.
- Faris, S. (2020). Pengaruh kehadiran angkutan online terhadap pendapatan sopir angkot (Studi pada PT. Koperasi Wahana Kalpika trayek S05 Rawajati-Pasar Minggu) [Skripsi].
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hall, J., & Krueger, A. B. (2018). An analysis of the labor market for Uber's driver-partners in the United States. *ILR Review*, 71(3), 705–732.
- Juanna, A., & Suhud, U. (2025). Pemasaran internasional platform ride-hailing: Jasa digital, perilaku konsumen, dan regulasi di pasar global. Unindra Press.
- Ladjin, N. (2021). Sektor ekonomi. *Dampak Perkembangan Transportasi di Berbagai Sektor*, 1.
- Lestari, D., & Gunawan, H. (2022). Analisis fungsi pengeluaran pemerintah terhadap tingkat pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Timur. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, 31(2), 77–82.
- Mahmudah, D. O. (2016). *Pemasaran jasa*. Deepublish.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of economics (9th ed.)*. Cengage Learning.
- Noor, B. R. (2024). Pengaruh kemitraan, persaingan dan pendapatan ojek online terhadap kesejahteraan driver Gojek di Jakarta Selatan [Skripsi]. FEB UIN Jakarta.
- Nur, S., & Yusuf, A. (2020). Dampak persaingan usaha terhadap pendapatan sopir angkutan kota di Makassar. *Jurnal Transportasi dan Pembangunan Daerah*, 8(1), 45–56.
- Orhan, Z. H., & Kavakci, S. (2024). *Journal of Islamic economics and finance studies*. *IJISEF International: Studies Economics and Finance Journal of Islam*, 10(2), 127–147.
- Pratama, R., & Haryanto, T. (2022). Faktor inflasi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Info Singkat Bidang Ekonomi DPR RI*, 14(21), 1–6.

- Putri, D. U. (2022). Perilaku sopir dalam menetapkan tarif angkot (Studi di trayek Metro–Karang Rejo) [Skripsi]. IAIN Metro.
- Rahmawati, N. (2021). Analisis pengaruh tarif dan pendapatan terhadap kesejahteraan sopir angkutan umum di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 12(2), 101–112.
- Ramadhan, F., & Sari, M. (2023). Dampak pengangguran terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Brilliant: Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(2).
- Rasyid, M. (2022). Regulasi tarif dan pengaruhnya terhadap efisiensi transportasi publik di Sulawesi Selatan. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Regional*, 9(3), 77–89.
- Rauch, D. E., & Schleicher, D. (2015). Like Uber, but for local governmental policy: The future of local regulation of the sharing economy. *George Mason Law Review*, 22, 901–963.
- Rivai, V. (2012). *Islamic business and economic ethics*. Bumi Aksara.
- Rizal, M., & Putri, D. (2024). Pengaruh tingkat pengangguran terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten/kota di Jawa Timur. *Badan Pusat Statistik Jawa Timur*.
- Rizkia, A. A., & Rahmawati, S. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi anti monopoli dan persaingan bisnis tidak sehat: Globalisasi ekonomi, persaingan usaha, dan pelaku usaha (Literature review etika). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 631–643.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2021). *Economics* (20th ed.). McGraw-Hill Education.
- Savier, A. S., Anggriawan, T. P., & Purwanto, A. M. D. C. (2023). Fenomena predatory pricing dalam persaingan usaha di e-commerce (Studi kasus antara penetapan tarif bawah antara aplikasi Indrive dan Gojek). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(14), 64–77.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis. Penerbit Andi.
- Sofyani, H. (2023). Penentuan jumlah sampel pada penelitian akuntansi dan bisnis berpendekatan kuantitatif. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 311–319.
- Sukirno, S. (2019). *Mikroekonomi: Teori pengantar* (Edisi ke-3). Rajawali Pers.
- Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. MIT Press.
- Tamin, O. Z. (2008). *Perencanaan dan pemodelan transportasi*. ITB Press.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic development* (13th ed.). Pearson.
- Trianah, M., Saputra, D. W., & Irnaningsih, S. (2024). Pengaruh sejarah perkembangan alat transportasi darat, laut, dan udara di Indonesia serta dampaknya terhadap masyarakat. SEMNASFIP.
- Wulandari, F., & Saputra, I. B. (2021). Inflasi terkendali dan pertumbuhan ekonomi sektor riil di Jawa Timur. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian*.
- Yunus, M., Mawardi, T. F., Alexandri, M. B., Satria, R., Tabrani, M., Kesuma, T. M., Hafasnuddin, N. J. A. N., & Siregar, M. R. (2024). *Investasi dan reformasi transportasi kota*. Syiah Kuala University Press.

# 19%

SIMILARITY INDEX

## PRIMARY SOURCES

- 1** [pedagogi.ppj.unp.ac.id](http://pedagogi.ppj.unp.ac.id) 121 words — 2%  
Internet
- 2** Indahni Auliyauni Nisak, Nunuk Supraptini, Fajar Suryatama. "Pengaruh Digital Marketing, Fasilitas, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Pinusia Park Ungaran", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 44 words — 1%  
Crossref
- 3** [journal.unhas.ac.id](http://journal.unhas.ac.id) 42 words — 1%  
Internet
- 4** [permana.upstegal.ac.id](http://permana.upstegal.ac.id) 37 words — 1%  
Internet
- 5** Faza Munifah, Musfirah Majid, Muhammad Arifiyanto. "Faktor yang Memengaruhi Niat Berkunjung Kembali Pelanggan Kopi Janji Jiwa Kota Pekalongan", UPY Business and Management Journal (UMBJ), 2026 35 words — 1%  
Crossref
- 6** Karmila Karmila, Ichwan P. Syamsuddin, Rafiuddin Rafiuddin. "The Influence of the Implementation of Islamic Business Ethics on Business Competitiveness in MSMEs in Bima City", JURNAL PENDIDIKAN IPS, 2025 35 words — 1%  
Crossref
- 7** [digilib.uin-suka.ac.id](http://digilib.uin-suka.ac.id) 29 words — < 1%  
Internet

8	<a href="http://openjournal.unpam.ac.id">openjournal.unpam.ac.id</a> Internet	24 words — < 1%
9	<a href="http://journal.ilmudata.co.id">journal.ilmudata.co.id</a> Internet	23 words — < 1%
10	Ni Komang Ayu Diah Ambalika, Hurul A'ini Sekar Azzahra, Mariyam Mariyam, Jauza Maylia Suhendro. "Auto Pintar atau Auto Malas? Studi tentang Literasi AI, Pengambilan Keputusan, dan Performa Akademik Mahasiswa", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Crossref	21 words — < 1%
11	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet	21 words — < 1%
12	Kurnia Dyah Ayu. "Pengaruh Visual Content Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Perceived Quality serta Dampaknya pada Intention to Recommend pada Pengguna Jasa Titip Online", ARZUSIN, 2026 Crossref	20 words — < 1%
13	<a href="http://ejournal.iainpalopo.ac.id">ejournal.iainpalopo.ac.id</a> Internet	18 words — < 1%
14	<a href="http://journal.upy.ac.id">journal.upy.ac.id</a> Internet	18 words — < 1%
15	<a href="http://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet	18 words — < 1%
16	<a href="http://repository.unissula.ac.id">repository.unissula.ac.id</a> Internet	18 words — < 1%
17	<a href="http://sejurnal.com">sejurnal.com</a> Internet	18 words — < 1%

---

18 Kadek Katrine Dwiyantri, Nilna Muna. "PERAN GREEN ATTITUDE DAN GREEN TRUST MEMPENGARUHI NIAT MEMBELI KENDARAAN LISTRIK BERBASIS ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE DI KOTA DENPASAR", JURNAL EKOBIS DEWANTARA, 2026  
Crossref 17 words — < 1%

---

19 Sisrika Sisrika, Eko Prasojito. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENGETAHUAN LINGKUNGAN, SIKAP LINGKUNGAN DAN KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK BERKELANJUTAN (Produk Sepeda Motor Listrik di Kota Yogyakarta)", Journal Competency of Business, 2025  
Crossref 17 words — < 1%

---

20 [jurnal.unigal.ac.id](http://jurnal.unigal.ac.id)  
Internet 17 words — < 1%

---

21 [ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id](http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id)  
Internet 16 words — < 1%

---

22 [lib.ibs.ac.id](http://lib.ibs.ac.id)  
Internet 16 words — < 1%

---

23 Yogi Pratama, Pajri Ramadhan. "MEKANISME KELEBIHAN BEBAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KELELAHAN MEDIA SOSIAL, EFIKASI DIRI, KESEHATAN DAN KECEMASAN", Dinamika Psikologis: Jurnal Ilmiah Psikologis, 2025  
Crossref 15 words — < 1%

---

24 [repository.uac.ac.id](http://repository.uac.ac.id)  
Internet 15 words — < 1%

---

25 Dara Antika Usmi Dinanti, Devi Astriani, Avincennia Vindy Fitriana. "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi",  
14 words — < 1%

---

26 Natasya Putri, Herlina Yustati, Kustin Hartini. 14 words — < 1%  
"PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL, FOMO,  
DAN SELF-CONTROL TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING  
PADA GENERASI Z DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH",  
JURNAL EKONOMI SAKTI (JES), 2026

Crossref

---

27 [ejournal.lumbungpare.org](http://ejournal.lumbungpare.org) 14 words — < 1%  
Internet

---

28 [repository.its.ac.id](http://repository.its.ac.id) 14 words — < 1%  
Internet

---

29 Alfiatun Nikmah, Alifah Ratnawati. "Pengaruh  
Influencer dan Fitur Marketplace terhadap  
Purchase Behavior dengan Purchase Intention sebagai Variabel  
Intervening pada TikTok Shop", ARZUSIN, 2026

Crossref

---

30 Nurul Wahyuni, Endang Suswati, Rosidi Rosidi. 13 words — < 1%  
"Inovasi layanan, citra kesehatan, dan loyalitas  
pasien: Peran mediasi kepuasan pasien", Journal of  
Management and Digital Business, 2026

Crossref

---

31 [eprints.mercubuana-yogya.ac.id](http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id) 13 words — < 1%  
Internet

---

32 [jurnaluniv45sby.ac.id](http://jurnaluniv45sby.ac.id) 13 words — < 1%  
Internet

---

33 Muhammad Nanda Dwi Sudarmo, Hanif Ahmadi. 12 words — < 1%  
"Pengaruh Influencer Marketing dan E-WOM  
terhadap Keputusan Pembelian dengan Purchase Interest  
sebagai Variabel Intervening pada Parfum Brand Posh di  
Shopee", ARZUSIN, 2026

- 
- 34 [journal.perbanas.ac.id](http://journal.perbanas.ac.id)  
Internet 12 words — < 1%
- 
- 35 [journal.stieamkop.ac.id](http://journal.stieamkop.ac.id)  
Internet 12 words — < 1%
- 
- 36 [123dok.com](http://123dok.com)  
Internet 11 words — < 1%
- 
- 37 Andrea Nadhifa Ayu Yulianto, Oscar Jayanagara. "Pengaruh Beban Kerja dan Keseimbangan Kehidupan Kerja terhadap Kinerja Karyawan melalui Kepuasan Kerja pada Perawat Instalasi Cendana RSUD Dr. Moewardi Surakarta", Jurnal EMT KITA, 2025  
Crossref 11 words — < 1%
- 
- 38 Dina Lestiana, Ibnu Khajar. "Pengaruh Quality Product dan Brand Trust terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction Fore Coffee di Kota Semarang", ARZUSIN, 2026  
Crossref 11 words — < 1%
- 
- 39 [cdn.juris.id](http://cdn.juris.id)  
Internet 11 words — < 1%
- 
- 40 [ejournal.stai-mifda.ac.id](http://ejournal.stai-mifda.ac.id)  
Internet 11 words — < 1%
- 
- 41 [ouci.dntb.gov.ua](http://ouci.dntb.gov.ua)  
Internet 11 words — < 1%
- 
- 42 [repositori.unsil.ac.id](http://repositori.unsil.ac.id)  
Internet 11 words — < 1%
- 
- 43 Ikhda Naili Muna, Agustina Eka Harjanti, M. Aditya Wardhana. "Analisis Efektivitas Electronic Word of Mouth (E-Wom) melalui Instagram, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Rumah 10 words — < 1%

Jahit Jannah Collection", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026

Crossref

- 
- 44 [crazysuburbanmom.com](http://crazysuburbanmom.com) 10 words — < 1%  
Internet
- 
- 45 [journal.ipm2kpe.or.id](http://journal.ipm2kpe.or.id) 10 words — < 1%  
Internet
- 
- 46 [jurnal.wym.ac.id](http://jurnal.wym.ac.id) 10 words — < 1%  
Internet
- 
- 47 [jurnalpariwisata.iptrisakti.ac.id](http://jurnalpariwisata.iptrisakti.ac.id) 10 words — < 1%  
Internet
- 
- 48 [www.scribd.com](http://www.scribd.com) 10 words — < 1%  
Internet
- 
- 49 "Behavioral Economics and Computational Intelligence for Sustainable Decision Making", Springer Science and Business Media LLC, 2026 9 words — < 1%  
Crossref
- 
- 50 Ega Septia Rahmat, Fitroh Adhilla, Purwoko Purwoko. "Mekanisme pembentukan Niat Beli Green Cosmetic: Peran Daya Tarik Selebritas, Media Sosial dan Selebriti Kredibilitas Melalui Kepercayaan dan Persepsi Kualitas", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 9 words — < 1%  
Crossref
- 
- 51 Muhammad Saifuddin Zuhri, Sutrisno Sutrisno, Hawik Ervina Indiworo. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Digital terhadap Impulsive Buying pada E-Commerce Tokopedia melalui Minat Beli", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 9 words — < 1%  
Crossref
- 
- 52 [dosen.perbanas.id](http://dosen.perbanas.id)

Internet

9 words — < 1%

53 [repository.ulb.ac.id](https://repository.ulb.ac.id)  
Internet

9 words — < 1%

54 [text-id.123dok.com](https://text-id.123dok.com)  
Internet

9 words — < 1%

55 [www.bi.go.id](https://www.bi.go.id)  
Internet

9 words — < 1%

56 [www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id](https://www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id)  
Internet

9 words — < 1%

57 Nur Laely Hamzah, Adya Hermawati, Choirul Anam. "Pengaruh Pelatihan dan Quality of Work Life terhadap Kinerja Pegawai melalui Organizational Citizenship Behavior", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026  
Crossref

8 words — < 1%

58 Wahyudi Prabowo, Al Ghazali, Asep Asep, Chalimatusadiah Chalimatusadiah. "Peran Literasi Keuangan dan Kemudahan Teknologi Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan E-Wallet Di Kalangan Generasi Milenial", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025  
Crossref

8 words — < 1%

59 Yasinta Nuban, Fransina W. Ballo, Maria Indriani Hewe Tiwu. "Dampak Perdagangan Lintas Batas Terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal di Wilayah Perbatasan Wini - Timor Leste", Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE), 2024  
Crossref

8 words — < 1%

60 [core.ac.uk](https://core.ac.uk)  
Internet

8 words — < 1%

61	<a href="https://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
62	<a href="https://garuda.kemdikbud.go.id">garuda.kemdikbud.go.id</a> Internet	8 words — < 1%
63	<a href="https://journal.lpkd.or.id">journal.lpkd.or.id</a> Internet	8 words — < 1%
64	<a href="https://repository.fe.unj.ac.id">repository.fe.unj.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
65	<a href="https://repository.metrouniv.ac.id">repository.metrouniv.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
66	<a href="https://repository.uinsaizu.ac.id">repository.uinsaizu.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
67	<a href="https://ukitoraja.id">ukitoraja.id</a> Internet	8 words — < 1%
68	Miftahur Rahman, Lestari Daswan, Munadi Idris. "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Batik di Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan", Robust: Research of Business and Economics Studies, 2022 Crossref	7 words — < 1%
69	<a href="https://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet	7 words — < 1%
70	I Putu Ivan Ary Pratama, Luh Putu Mahyuni. "Social Media Influencer, Literasi Keuangan, Perceived Benefits dalam Keputusan Investasi Gen Z", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	6 words — < 1%
71	Ulfa Nur Haizah, Alfato Yusnar Kharismasyah, Suyoto Suyoto, Totok Haryanto. "PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN HUMAN CAPITAL	6 words — < 1%

TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN KEPUASAN KERJA  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI", Jurnal Maneksi, 2026

Crossref

72 İlhan İlter, Nuri Can Aksoy, Mehmet Ceylan. "The Relationships between Parental Involvement, Teacher Support, and Mathematics Performance: Mediating Roles of Academic Self-Efficacy and Academic Buoyancy", Springer Science and Business Media LLC, 2025

6 words — < 1%

Crossref Posted Content

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE MATCHES OFF