



ABSTRAK

Nur Jannah Nasution (2018) : Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Dengan Kepribadian Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Pasar Tradisional Kota Pekanbaru)

Islam sebagai agama yang banyak di anut oleh sebagian besar pedagang di pasar tradisional Kota Pekanbaru yaitu pasar Cikpuan, Simpang Baru dan pasar Baru Arengka, memiliki sumber hukum berupa Al-Qur'an dan sunnah Rasul yang beretika. Sebagai seorang muslim hendaknya dalam melakukan aktivitas bisnis perlu di landasi oleh perilaku etis yang sesuai dengan ajaran Islam. Namun di pasar Cikpuan, Simpang Baru dan Pasar Baru Arengka masih terdapat pedagang yang berperilaku yang tidak etis dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Diantara faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang adalah etika bisnis Islam dan kepribadian. Etika bisnis Islam dan kepribadian merupakan pengaruh dalam keberhasilan seseorang dalam menjalankan usahanya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang pasar Cikpuan, Simpang Baru, dan pasar Baru Arengka dengan kepribadian sebagai variabel moderasi. Hipotesis pertama menguji apakah etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku pedagang. Hipotesis kedua menguji apakah kepribadian merupakan variabel moderasi dalam hubungan antara etika bisnis Islam dan perilaku pedagang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dan sampel penelitian adalah pedagang pasar Cikpuan, Simpang Baru dan pasar Baru Arengka yang berjumlah 95 pedagang. Teknik pengambilan sampel adalah teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*. Metode penelitiannya adalah *Field Research*, yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel independent dengan variabel dependen sebagai variabel moderating. pengumpulan data dilakukan melalui pemberian kuesioner dan mendapatkan data sekunder. Kemudian, analisis data meliputi analisis deskriptif, pengujian hipotesis yang dianalisis dengan menggunakan uji regresi linier sederhana dan *moderating regression analysis (MRA)*.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang. Hasil lain yang dapat disimpulkan adalah bahwa variabel Kepribadian sebagai variabel moderator memperkuat pengaruh hubungan dari variabel etika bisnis Islam dan variabel perilaku pedagang pasar Cikpuan, Simpang Baru dan Pasar Baru Arengka. Sehingga dengan pedagang mengetahui etika bisnis Islam dan memiliki kepribadian yang baik maka perilaku pedagang semakin baik dan tidak merugikan pembeli.

Kata kunci :Etika Bisnis Islam, Perilaku Pedagang, Kepribadian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

نور جنة ناسوتيون (2018) : تأثير أخلاقيات الأعمال الإسلامية على سلوك التجار في الأسواق التقليدية مع الشخصية كمتغير معتدل (دراسة في الأسواق التقليدية بمدينة بيجانبارو).

إن الإسلام هو الدين الذي احتضن به كثير من التجار في الأسواق التقليدية من مدينة بيجانبارو، منها سوق سيكبوان، وسوق سيمبانغ بارو وباسار بارو أرينغكا، لديه مصدر قانوني من القرآن والسنة الأخلاقية للتي. كما يجب أن يتصف كل من المسلمين في الأنشطة التجارية بصفات مبنية على أساس من السلوك الأخلاقي وفقا لتعاليم الإسلام. ولكن في السوق سيكبوان، وسيمبانغ بارو وباسار بارو أرينغكا، هناك بعض التجار الذين لم يتصرفوا أخلاقيا في إدارة وتنفيذ أنشطتهم التجارية. ومن بين العوامل التي تؤثر على سلوك التجار هي أخلاقيات الأعمال الإسلامية والشخصية. فأخلاقيات الأعمال الإسلامية والشخصية هي من العوامل المؤثرة في نجاح المرء لإدارة أعماله. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير أخلاقيات الأعمال الإسلامية على سلوك التجار في السوق سيكبوان، وسيمبانغ بارو، وباسار بارو أرينغكا مع الشخصية كمتغير معتدل. وتفحص الفرضية الأولى ما إذا كانت أخلاقيات الأعمال الإسلامية تؤثر على السلوك التجاري. كما تفحص الفرضية الثانية ما إذا كانت الشخصية متغيرا معتدلا في العلاقة بين أخلاقيات الأعمال الإسلامية والسلوك التجاري. استخدمت هذه الدراسة الطريقة الكمية. حيث كان السكان والعينة منها هم التجار من السوق سيكبوان، وسيمبانغ بارو وباسار بارو أرينغكا، حيث بلغ عددهم إلى 95 تاجرا. وكانت تقنية أخذ العينات هي تقنية العينات العشوائية النسبية. ومنهج هذه الدراسة هو منهج الدراسة الميدانية، وهو ما يفسر العلاقة السببية بين المتغيرات المستقلة مع المتغير التابع كمتغير معتدل. وقد يتم جمع البيانات من خلال تقديم الاستبيانات والحصول على البيانات الثانوية. ثم تحليل البيانات يتضمن التحليل الوصفي واختبار الفرضيات التي يتم تحليلها باستخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط وتحليل الانحدار المعتدل (MRA). وتبين نتائج البحث أن أخلاقيات الأعمال الإسلامية لها تأثير كبير على سلوك التاجر. ومن النتائج الأخرى التي يمكن استنتاجها أن متغير الشخصية كمتغير مشرف يعزز تأثير العلاقة بين متغيرات أخلاقيات الأعمال الإسلامية والمتغيرات السلوكية لتجار السوق سيكبوان، وسيمبانغ بارو وباسار بارو أرينغكا. حتى يعرف التجار أخلاقيات الأعمال الإسلامية، ويتصرفون بشخصية جيدة وسلوك أفضل، حتى لا يضروا المشترين.

الكلمات الرئيسية: أخلاقيات الأعمال الإسلامية، سلوك التاجر، الشخصية.



ABSTRACT

Nur Jannah Nasution (2018): The Influence of Islamic Business Ethics on Trader's Behavior in Traditional Market with the Personality as Moderating Variable (Study on Traditional Markets in Pekanbaru City)

Islam as a religion embraced by most traders in the traditional market of Pekanbaru City, which is Pasar Cikpuan, Simpang Baru, and Pasar Baru Arengka, has a source of law in the form of al-Qur'an and the ethical Prophet's Sunnah. As a Muslim, the traders should have ethical behavior in business activities, in accordance with the teachings of Islam. But in Pasar Cikpuan, Simpang Baru and Pasar Baru Arengka, there are traders who behave unethically in running their business activities. Among the factors that influence their behavior are Islamic business ethics and personality. Islamic business ethics and personality influence one's success in running his/her business.

This study aims at determining the influence of Islamic business ethics on the traders' behavior of Pasar Cikpuan, Simpang Baru, and Pasar Baru Arengka with personality as a moderating variable. The first hypothesis examines whether Islamic business ethics affect merchants' behavior. The second hypothesis examines whether personality is a moderating variable in the relationship between Islamic business ethics and merchant behavior.

This research uses Quantitative Method. Population and sample of research are market traders of Pasar Cikpuan, Simpang Baru, and Pasar Baru Arengka in a total of 95 traders. Sampling technique is Proportionate Stratified Random Sampling. The research method is Field Research, which explains the causal relationship between independent variables with dependent variable as moderating variable. Data collections are done by the provision of questionnaires and obtain secondary data. Then, data analysis includes descriptive analysis; hypothesis testing that was analyzed by using simple linear regression test and moderating regression analysis (MRA).

The result of the research shows that Islamic business ethics has a significant effect on merchants' behavior. Another result that can be concluded is that the Personality variable as a moderating variable strengthens the influence of the relationship of Islamic business ethics variables and behavioral variables of market traders of Pasar Cikpuan, Simpang Baru, and Pasar Baru Arengka. So, by knowing Islamic business ethics and have a good personality, traders behaviors become better and more harmless to the buyers.

Keywords: Islamic business ethics, traders' behaviors,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.