

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya berdagang merupakan suatu kegiatan yang sering kita jumpai di kehidupan masyarakat, karena berdagang merupakan suatu penghasilan masyarakat dan profesi yang sangat disukai oleh Nabi Muhammad SAW. Di dalam hal perdagangan atau bisnis, Rasulullah memberikan apresiasi yang lebih, seperti sabda Rasulullah :

عليكم بالتجارة فان فيها تسعة اعشار الرزقة

Artinya :” *Perhatikan olehmu sekalian perdagangan, sesungguhnya di dunia ini perdagangan itu ada Sembilan dari sepuluh pintu rezeki*”.
(HR.Ahmad).

Namun, Rasulullah tidak begitu saja meninggalkan tanpa aturan, kaidah, ataupun batasan yang harus diperhatikan dalam menjalankan perdagangan atau bisnis. Di antara nilai-nilai yang penting dalam perdagangan atau bisnis adalah sifat kasih sayang yang telah dijadikan Allah SWT sebagai *trade mark*.

Pasar mendapatkan kedudukan yang amat penting dalam perekonomian Islam. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Bagi seorang Muslim, nilai-nilai ini ada sebagai refleksi dari keimanannya terhadap Allah, bahkan Rasulullah menekankan dirinya sebagai *muhtasib* di pasar. Beliau menegur langsung transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan moralitas.



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.

Pada masa Rasulullah, nilai-nilai moralitas sangat di perhatikan dalam kehidupan pasar. Bahkan sampai masa awal ke Rasulannya, beliau adalah seorang pelaku pasar yang aktif, dan kemudian menjadi seorang pengawas pasar yang cermat sampai akhir hayatnya. Rasulullah telah memulai pengalaman dagangnya sejak usia 12 tahun.

Dalam ekonomi Islam yang berlandaskan ketuhanan, maka tujuan akhir pencapaiannya adalah ridho Allah SWT, dengan tetap memegang syariat Islam dalam segala aktivitasnya, begitu pula dengan aktivitas ekonomi yang tidak dapat pula di pisahkan dengan nilai-nilai ke Islaman. Etika bisnis Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan Syariah. Etika bisnis Islam juga berfungsi sebagai *Controlling* (pengatur) terhadap aktivitas ekonomi perdagangan, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan di masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang mendzalimi dan terdzhalimi.¹

Selain norma-norma Islam harus dipenuhi demi tercapainya *maslahah* (tujuan syari'ah Islam), nilai etika ekonomi penting di ikut sertakan sebagai faktor pendukung dalam mencapai sebuah *maslahah*. Menurut ekonomi Islam bahwa antara dimensi etis ekonomi dan dimensi praktis (bisnis) itu mempunyai tujuan ekonomis, yakni keuntungan materil, sehingga keuntungan menjadi

¹ Dzakfar Muhammad, *Agama Etika, dan Ekonomi*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm.85

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.

ideologinya dalam berbisnis, meskipun harus mengorbankan nilai-nilai *moral-ethich*.²

Secara garis besar muamalah dalam Islam mengacu pada prinsip-prinsip berikut :

1. Pada dasarnya segala bentuk muamalah adalah mubah, kecuali ditentukan lain oleh al-Qur'an dan as-Sunnah
2. Muamalah dilakukan atas dasar sukarela, tanpa mengandung unsur-unsur paksaan
3. Muamalah dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindari mudarat dalam kehidupan masyarakat
4. Muamalah di laksanakan dengan menjaga nilai keadilan, menghindari unsur-unsur penganiayaan, unsur-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempitan.³

Akan tetapi kenyataan yang kita hadapi sekarang di masyarakat, bahwasanya telah terjadi pergeseran etika dalam dagang atau bisnis. Salah satu contoh maraknya para pedagang mengurangi timbangannya, dijualnya ayam bangkai (tiren) dan daging gelonggongan.⁴ Hal ini menandakan timbulnya gejala merosotnya rasa solidaritas, tanggung jawab sosial dan tingkat kejujuran serta adanya persaingan yang tidak sehat dan berbagai masalah bisnis lainnya. Ketika

² Abdul Mughits, "Eppistimologi Ekonomi Islam (kajian atas Pemikiran M. Abdul Mannan)", *"jurnal Ekonomi dan Bisnis Islami (EKBISI)* , vol.1. No.2, (Juni 2007),hlm.8

³ Ahmad Azhar Bayir, *Asas-asas Hukum Muamalah*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), hlm.15-16.

⁴ Kuswara, *Mengenai MLM Syari'ah dari Halal-Haram, Kiat Berusaha, Sampai Dengan Pengelolaannya*, (Jakarta: Qultummedia,2005),hlm.54

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.

terjadi pergeseran tersebut, maka terjadilah suatu penyimpangan-penyimpangan di dalam hubungan bisnis.

Dengan kenyataan di atas, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang dalam menjalankan aktivitas ekonominya, untuk menghindarkan diri dari berbagai macam tindakan yang di larang oleh Allah SWT. Dengan demikian setiap orang tidak boleh merugikan orang lain demi kepentingan diri sendiri.⁵ Beberapa bentuk transaksi yang dapat di kategorikan terlarang, yaitu⁶ :

1. Tidak jelasnya takaran dan spesifikasi barang yang di jual
2. Tidak jelas bentuk barangnya
3. Informasi yang diterima tidak jelas sehingga pembentukan harga tidak berjalan dengan mekanisme yang sehat
4. Penjual dan pembeli tidak hadir di pasar sehingga perdagangan tidak berdasarkan harga pasar.

Adapun alasan peneliti menjadikan pasar Cikpuan sebagai objek penelitian karena pasar tersebut merupakan salah satu pusat bisnis dimana lokasinya berada di tengah Kota Pekanbaru atau pusat pertumbuhan bisnis. Pasar Cikpuan sendiri merupakan pasar yang banyak diminati oleh pedagang untuk berdagang sehingga banyaknya masyarakat yang mengunjungi pasar ini. Dan alasan peneliti menjadikan pasar Simpang Baru Panam menjadikan objek dalam penelitian dimana pasar Simpang Baru banyak terdapat pedagang yang menjajakan berbagai

⁵ Yosephus L. Sinour, *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Bisnis Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hlm. 42.

⁶ Ahmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2*, (Jakarta: Mujaahada, 2012), hlm. 76.

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.

kebutuhan masyarakat baik barang-barang kebutuhan harian maupun kebutuhan lainnya seperti, pakaian, perhiasan, dan lain sebagainya. Pasar Simpang Baru ini memiliki kekhususan dari pasar lainnya, yakni pada hari Selasa tiap minggunya pasar ini sangat ramai di karenakan banyak pedagang yang berasal dari berbagai daerah termasuk dari kabupaten Kampar yang berdatangan untuk menjual barang dagangannya, sehingga tidak heran pada hari tersebut sering terjadinya kecurangan oleh pedagang. Dan pasar swasta disini peneliti jadikan sebagai objek penelitian adalah pasar Simpang Baru Arengka merupakan pasar yang banyak diminati oleh pedagang dan masyarakat untuk melakukan transaksi bisnis (jual-beli). Sehingga peneliti tertarik menjadikan pasar-pasar tersebut sebagai objek untuk di teliti karena tidak jarang ditemukan kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh pedagang yang dapat merugikan pembeli seperti menyembunyikan kecacatan barang dagangannya, memberikan pelayanan yang kurang baik pada pembeli, bersikap kasar terhadap pembeli, seperti memarahi atau mengeluarkan kata-kata yang tidak menyenangkan. Jika pembeli tidak jadi membeli barang dagangannya dikarenakan tidak suka atau tidak cocok, ada juga pedagang yang melakukan kecurangan dalam timbangan, seperti mengurangi ukuran timbangan dan lain sebagainya.

Adapun jumlah pedagang pasar tradisional yakni pasar Cikpuan, Simpang Baru dan Pasar Baru Arengka dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel I.1

Jumlah Pedagang Pasar Cikpuan, Simpang Baru, dan Pasar Baru Arengka

No	2015				2016				2017			
	Kios	Los	Pk-5	Jumlah	kios	Los	Pk-5	Jumlah	Kios	Los	Pk-5	Jumlah
1	Cikpuan				Cikpuan				Cikpuan			
	280	600	232	1203	227	218	362	807	570	237	240	1047
2	Simpang Baru				Simpang Baru				Simpang Baru			
	48	100	126	274	50	65	250	365	64	32	130	228
3	Pasar Baru arengka				Pasar Baru arengka				Pasar Baru arengka			
	96	190	114	400	100	370	150	620	150	425	255	830

Sumber : Dinas Pasar Kota Pekanbaru

Dapat disimpulkan bahwa pasar Cikpuan memiliki jumlah pedagang yang paling banyak 1047 dan jumlah pedagang Simpang Baru 228 dan pasar Baru Arengka sebanyak 830.

Adapun hasil wawancara yang penulis lakukan pada kepala UPTD pasar tradisional Kota Pekanbaru, masih banyak dijumpai apabila melakukan jual beli sering kali pedagang tidak jujur, di antaranya⁷ :

1. Masih banyak nya yang menggunakan timbangan yang bukan standar dari ketentuan pemerintah
2. Adanya kecurangan dalam menimbang
3. Ada yang berlaku curang dengan menyembunyikan cacat barang dagangannya.
4. Adanya pedagang yang berkata tidak sopan terhadap konsumen.

⁷ Wawancara, Kepala UPTD Pasar Tradisional Kota Pekanbaru, Tanggal 22 Agustus 2017

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.

Untuk lebih jelasnya penulis akan mengemukakan beberapa kasus yang terjadi berkenaan dengan pelaksanaan transaksi di pasar Cikpuan, Simpang Baru dan pasar Baru Arengka diantaranya :

1. Bunga seorang pembeli, ketika itu dia membeli beras anak daro di pasar Simpang Baru, tapi pedagang menawarkan dengan merk yang sama dan harga yang lebih murah kemudian meyakinkan bahwa beras tersebut kualitas nya sama, ternyata kualitas beras tersebut sangat mengecewakan pembeli.⁸
2. Seorang pembeli juga mengalami hal yang serupa, ketika itu dia membeli ikan di Pasar Arengka sebanyak satu kilogram. Setibanya di rumah, karena penasaran dengan berat ikan yang ia beli ibuk wani menimbang kembali daging tersebut ternyata beratnya tidak sampai satu kilogram⁹.
3. Ketika saya membeli buah di pasar Cikpuan, pedagang menawarkan buah tersebut dengan meyakinkan saya bahwa dagangannya (pepaya)sangatlah manis, sesampainya di rumah saya mencoba buah tersebut ternyata rasanya tidaklah sesuai dengan yang kita harapkan.¹⁰
4. Seorang pembeli membeli buah lengkeng di pasar Simpang Baru sebanyak 1.5 kg dengan iseng pembeli tersebut menimbang buah lengkeng itu ke pedagang lain, ternyata jumlah timbangannya kurang.¹¹

⁸ Bunga, Pembeli, (*Wawancara*), Pasar Simpang Baru Pekanbaru, 23 Agustus, 2017

⁹ Wani, Pembeli, (*Wawancara*), Pasar Arengka Pekanbaru, 10 juli , 2017

¹⁰ Jannah, Pembeli, (*Wawancara*), Pasar Cikpuan Pekanbaru, 18 Oktober, 2016.

¹¹ Kepala UPTD pasar simpang baru , (*Wawancara*), Pasar Simpang Baru Pekanbaru, 20 September, 2017.

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.

TM : Timbangan Manual, yaitu jenis timbangan yang bekerja secara mekanis dengan sistem pegas. Biasanya jenis timbangan ini menggunakan indikator berupa jarum sebagai penunjuk ukuran masa yang telah tersekala.

TBI : Timbangan duduk merek TBI, yaitu timbangan atau alat untuk menentukan masa suatu benda dengan memanfaatkan gaya grafitasi yang bekerja pada benda tersebut. Timbangan mekanik/manual sistem kerjanya secara mekanis. Biasanya jenis timbangan ini menggunakan anak timbangan sebagai alat pemberat timbangannya dan indikator berupa gandar sebagai penunjuk ukuran masa yang telah tersekala.

TP : Timbangan platfrom, yaitu timbangan yang memiliki tingkat keprecisian lebih tinggi dari timbangan rantai, timbangan platfrom merupakan solusi dalam penimbangan diberbagai industri baik industri retail maupun manufakturing.

Dari tabel diatas dapat lihat bahwa setiap tahunnya adanya pendataan ulang oleh petugas, pada pasar Cik Puan pada tahun 2015 sebanyak 67, pada tahun 2016 sebanyak 67, dan pada tahun 2017 sebanyak 70, pada pasar Simpang Baru pada tahun 2015 sebanyak 13, pada tahun 2016 sebanyak 12, dan pada tahun 2017 sebanyak 79, dan pasar Baru Arengka pada tahun 2015 menunjukkan jumlah timbangan yang telah di tera sebanyak 22, pada tahun 2016 sebanyak 22, dan pada tahun 2017 sebanyak 55 timbangan yang telah ditera.

Dengan demikian seseorang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam, bukan sekedar mencari besarnya keuntungan melainkan dicari juga keberkahan. Keberkahan usaha

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.

merupakan kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan di ridhai oleh Allah SWT. Untuk memperoleh keberkahan dalam jual-beli, Islam mengajarkan prinsip-prinsip moral sebagai berikut¹³ :

1. Jujur dalam menakar dan menimbang
2. Menjual barang yang halal
3. Menjual barang yang baik mutunya
4. Tidak menyembunyikan cacat barang
5. Tidak melakukan sumpah palsu
6. Longgar dan murah hati
7. Tidak menyaingi penjual lain
8. Tidak melakukan riba
9. Mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haulnya.

Dalam jual beli yang sesuai dengan syariat Islam Perilaku seseorang juga sangat dipengaruhi oleh kepribadian yang dimiliki oleh seseorang, pendapat yang sama juga diungkapkan oleh Hawkins dan Turla dalam buku Suryana,¹⁴ yang mengatakan bahwa kepribadian dapat diamati dari segi kreativitas, disiplin diri, kepercayaan diri, keberanian menghadapi risiko, memiliki dorongan, dan kemauan yang kuat.

Kepribadian merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam keberhasilan seseorang menjalankan usahanya, Dalam dunia usaha dibutuhkan karakter dan kepribadian tertentu sebagai prediktor untuk kuat dan dapat bersaing

¹³ Fuad Yusuf Choirul, *Etika Bisnis Islam*, (Majalah Ulumul Qur'an, Jakarta, 1997), Hlm.43

¹⁴ Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. (Jakarta: Salemba Empat 2014), Hlm. 32.

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.

dalam berbagai situasi. Pendapat yang sama disampaikan oleh Setyorini¹⁵ yang mengatakan bahwa keberhasilan seseorang dalam menjalankan usahanya ditentukan oleh faktor dari dalam diri pedagang tersebut. Kepribadian pedagang merupakan faktor utama sedangkan faktor-faktor lain merupakan pendukung yang antara lain adalah kemampuan, teknologi, dan faktor lain menambahkan bahwa kepribadian menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang¹⁶..

Kitab Ihya Ulum as-Din adalah salah satu kitab karya Al-Ghazali yang monumental dan hingga saat ini masih menjadi acuan kajian teori Hukum Islam, dimana salah satu bahasanya adalah mengenai etika bisnis Islam yang terdapat dalam kitab Adab al-Kasb wa al-Ma'asy. Masalah etika dalam berbisnis sangat diperlukan oleh para pelaku bisnis di tengah kondisi perdagangan bebas saat seperti ini. Isu etika bisnis nampaknya selalu berkembang dan seharusnya diimbangi dengan norma-norma yang sesuai dengan ajaran Islam. Maka dengan melihat realitas yang ada di atas menjadi motivasi peneliti sangat tertarik dan perlunya peneliti mengangkat permasalahan tersebut kedalam penelitian yang berjudul “ **PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DENGAN KEPRIBADIAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI PADA PASAR TRADISIONAL KOTA PEKAN BARU)** ”.

¹⁵ Setyorini, T.D. 2013. Profil Orientasi Dan Perilaku Kewirausahaan Pada Wanita Pengusaha Kecil Dan Menengah Dalam Skala Rumah Tangga Di Kabupaten Ungaran. Jurnal Psikodimensia. Vol.12. No.1 (1-20).

¹⁶ Waluyo, W & Adi, P.H. 2013. *Inisiatif Diri Sebagai Kotak Hitam Penghubung Perilaku Berwirausaha Mahasiswa*. Journal &

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

B. Definisi Istilah

1. Pengaruh adalah Suatu daya yang ada dalam sesuatu yang sifatnya dapat memberi perubahan kepada yang lain.¹⁷
2. Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sangsi akan diterima. Dimana sangsi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.¹⁸
3. Perilaku tindakan atau aktifitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan arti yang sangat luas. Antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca dan sebagainya. Dari uraian tersebut bisa di simpulkan bahwa perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktifitas manusia baik di amati langsung, maupun yang tidak dapat di amati oleh pihak luar.
4. Pasar adalah suatu tempat fisik di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.¹⁹ Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya.
5. Kepribadian adalah keseluruhan sikap, ekspresi, perasaan, tempamen, ciri khas dan juga perilaku seseorang. Sikap perasaan ekspresi & tempamen tersebut akan terwujud dalam tindakan seseorang kalau di hadapkan kepada

¹⁷ W.J.S. Poewadarmita, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Balai Pustaka, 1996), Hlm. 664

¹⁸ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 3

¹⁹ Philip Kotler,dkk, *Manajemen pemasaran dengan Pemasaran Efektif dan Pofitable, cet kedua*, (Jakarta: Gramedia Pusat Utama, 2002), Hlm.73

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.

situasi tertentu. Setiap orang memiliki kecenderungan perilaku yang baku/berlaku terus menerus secara konsisten dalam menghadapi situasi yang sedang di hadapi, sehingga jadi ciri khas pribadinya

6. Variabel Moderating yaitu variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah)hubungan antara variabel independen dan dependen. Variabel di sebut juga sebagai variabel independen kedua.²⁰

C. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan awal yang peneliti lakukan di pasar Cikpuan, Simpang Baru dan Pasar Baru Arengka tentang Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang dengan Kepribadian sebagai variabel moderating diidentifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Rendahnya pengetahuan pedagang terhadap jual beli yang diajarkan Nabi Muhammad SAW.
- b. Jumlah pedagang tidak sebanding dengan banyaknya timbangan yang ditera.
- c. Masih kurangnya pengawasan dinas terkait, sehingga pedagang melakukan kecurangan lebih besar.
- d. Pasar tradisional sering kali memberikan kesan yang tidak baik dalam transaksinya seperti tidak jujur, dan sifat curang seperti menggunakan timbangan yang tidak layak.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Adminstrasi*, (Bandung :Alfabeta, 2013),Hlm.40

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.

2. Batasan Masalah

Dalam perdagangan atau bisnis terdapat etika dan norma-norma yang harus berfungsi membatasi ruang gerak dari bisnis tersebut sehingga tidak saling terjadi merugikan atau perilaku bisnis yang negatif. Etika Bisnis Islam adalah etika bisnis yang sesuai dengan al-Qur'an dan as-Sunnah. Sebagai pedagang yang beragama Islam sudah seharusnya menjalankan etika bisnis Islam dalam kegiatan perdagangannya yang sesuai dengan tuntutan Muhammad SAW. Agar pembahasan penelitian terarah, maka penulis perlu memberikan batasan-batasan masalah yaitu Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang dengan kepribadian sebagai variabel modertaing di Pasar Cikpuan, Simpang Baru dan pasar Baru Arengka.

3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang penulis angkat terhadap latar belakang yang telah di paparkan di atas ialah sebagai berikut :

- a. Apakah Etika Bisnis Islam Berpengaruh Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Cikpuan, Simpang Baru Dan Pasar Baru Arengka?
- b. Apakah kepribadian mempengaruhi hubungan antara Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Cikpuan, Simpang Baru Dan Baru Arengka ?

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.

4. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapat bukti empiris mengenai :

1. Untuk menganalisis Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Cikpuan, Simpang Baru Dan Pasar Baru Arengka.
2. Untuk menganalisis pengaruh etika bisnis Islam pada perilaku pedagang dengan kepribadian sebagai variabel moderating Di Pasar Cikpuan, Simpang Baru Dan Baru Arengka.

b. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat secara Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam penelitian ini mengenai pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang dengan kepribadian sebagai variabel moderating pada Pasar Cikpuan Simpang Baru dan pasar Baru Arengka,

2. Manfaat secara Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pedagang Pasar, Cikpuan, Simpang Baru dan pasar

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.

Baru Arengka bagi pihak lain penelitian ini juga diharapkan membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.

3. Bagi Penulis

Untuk meningkatkan pengetahuan dan pengalaman penulis mengenai pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang dengan kepribadian sebagai variabel moderating pada Pasar Cik puan, Simpang Baru dan pasar Baru Arengka