



ABSTRAK

Muhammad Syaipudin (2018): Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas terhadap perilaku pedagang makanan jajanan sekolahan di lingkungan SDN Pekanbaru.

Islam merupakan agama yang dianut oleh sebagian besar pedagang makanan jajanan sekolahan, memiliki sumber hukum berupa Al Qur'an dan sunnah Rasul. Di dalam kedua sumber hukum tersebut terdapat aturan mengenai tata cara bisnis yang beretika. Sebagai seorang muslim, hendaknya dalam melakukan aktivitas bisnis perlu dilandasi oleh perilaku etis yang sesuai dengan ajaran islam. Namun masih terdapat pedagang yang berperilaku tidak etis dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Diantara faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang adalah faktor interpretasi terhadap hukum dan ibadah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang makanan jajanan sekolahan yang berada di lingkungan SD Negeri Pekanbaru dan sampel yang diambil sebanyak 66 pedagang dengan menggunakan teknik simple random sampling. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, selanjutnya data yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Untuk menguji hipotesis, digunakan uji parsial (t test) dan uji simultan (F test) pada taraf signifikansi 5%. Untuk mengetahui kontribusi variabel dependen terhadap variabel independen, digunakan uji koefisien determinasi (adjusted R²).

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan etika bisnis islami (X1) terhadap variabel perilaku pedagang (Y). Sedangkan untuk variabel religiusitas (X2) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku pedagang (Y). Dan secara uji simultan (uji F) diperoleh nilai F hitung sebesar 4.490 dengan probabilitas signifikansi $0.015 < \alpha$ (0.05), sehingga dapat dikatakan bahwa secara bersama-sama variabel religiusitas dan pengetahuan etika bisnis islami berpengaruh terhadap perilaku pedagang. Hal ini juga dapat dilihat dari persamaan regresi linear berganda sebagai berikut $Y = 39.766 + 0,22X1 + 0,218X2$ berdasarkan persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi dari masing-masing variabel independen bernilai positif, artinya variabel pengetahuan etika bisnis islami dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang.

Kata kunci : Penegtahuan Etika Bisnis Islami, Religiusitas dan Perilaku pedagang.



ملخص

محمد شيف الدين (2018): تأثير المعرفة في أخلاقيات الأعمال الإسلامية والتدين تجاه سلوك بائعي الأغذية للوجبات المدرسية في بيئة المدرسة الابتدائية الحكومية بيكانبارو.

الإسلام هو الدين الذي يحتضنه معظم التجار من الوجبات الخفيفة المدرسية، ولها مصدر للقانون في شكل القرآن والسنة النبوية. وتوجد في كلا المصدرين قواعد حول كيفية أخلاقيات العمل التجاري. وينبغي على كل مسلم القيام بأشياء الأعمال على السلوك الأخلاقي وفقا للتعاليم الإسلامية. ولكن لا يزال كثير من التجار الذين يتصرفون بلا أخلاق في إدارة أنشطتهم التجارية. ومن العوامل التي تؤثر على سلوك التجار عوامل تفسير القانون والعبادة. هذه الدراسة هي دراسة ميدانية مع النهج الكمي، حيث السكّان فيها هو بائعوا الأغذية للوجبات المدرسية الذين هم في بيئة المدرسة الابتدائية الحكومية بيكانبارو، والعينات التي أخذت ما يصل إلى 66 تاجرا باستخدام تقنية بسيطة لأخذ العينات العشوائية. وقد تم استخدام طريقة جمع البيانات عن طريق نشر الاستبانات على المستجيبين، ثم يتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام طريقة تحليل الانحدار الخطي المتعدد. ولاختبار الفرضية، استخدم الباحث اختبار جزئي (t test) واختبار في وقت واحد (FTest) عند مستوى معنوية 5%. ولمعرفة مساهمة المتغير التابع لمتغير مستقل، استخدم اختبار معامل التحديد (R^2 Adjusted). ويمكن الاستنباط من نتيجة هذه الدراسة التي تبين جزئيا أنه لا يوجد أي تأثير كبير بين متغير المعرفة في أخلاقيات الأعمال الإسلامية (X_1) ضد متغير السلوك التجاري (Y). أما بالنسبة لمتغير التدين (X_2) فهناك تأثير كبير على السلوك المتغير للمتداولين (Y). واختبار (F اختبار) في وقت واحد حصل على قيمة (F الحساب) يساوي 4,490 مع احتمال احتمال $0.015 < \alpha < 0.05$ ، لذلك يمكن القول أنّ هذين المتغيرين معا (من التدين ومعرفة أخلاقيات الأعمال الإسلامية) تؤثر على سلوك التاجر. ويمكن أيضا أن ينظر إليه من معادلة الانحدار الخطي المتعدد كما يلي $Y = 39,766 + 0.22 X_1 + 0.218 X_2$ استنادا إلى المعادلة التي يرى أنّ معامل الانحدار لكل متغير مستقل إيجابي، وهو متغير المعرفة بأخلاقيات العمل في الإسلام والتدين معا يكون لها تأثير كبير على سلوك التاجر.

الكلمات الرئيسية: معرفة أخلاقيات الأعمال الإسلامية، التدين، سلوك التاجر.

UIN SUSKA RIAU



ABSTRACT

Muhammaad Syaipudin (2018): The Effect of Islamic Business Ethics Knowledge and Religiosity on the Behavior of Street Food Vendors in School Environment of SDN in Pekanbaru.

Islam as a religion embraced by most street food vendors in the school environment has a source of law in the form of al-Qur'an and the ethical Prophet's Sunnah. As a Muslim, the vendors should have ethical behavior in business activities, in accordance with the teachings of Islam. But there are still vendors who behave unethically in running their business activities. Among the factors that influence their behavior are the interpretation of the law and worship.

This research is a Field Research with Quantitative Approach. The population in this research is street food vendors who are in school environment SD Negeri Pekanbaru and samples taken as many as 66 vendors using simple random sampling technique. Data collection method was done by spreading questionnaires to the respondents, then the data have been obtained were analyzed by using Multiple Linear Regression Analysis Method. To test the hypothesis, the researcher used Partial Test (t-test) and Simultaneous Test (F test) at 5% significance level. To know the contribution of the dependent variable to independent variable, the coefficient of Determination Test (adjusted R²) is used.

The result of this research concluded that partially, there is no significant influence on the variable of Islamic business ethics knowledge (X₁) to the variable of vendors' behavioral (Y). As for the variable of religiosity (X₂), there is a significant influence on the variable of vendors' behavior (Y). And Simultaneous Test (F test) got the value of F count which is equal to 4.490 with a significant probability of 0.015 < α (0.05), so it can be said that simultaneously, the variable of religiosity and knowledge of Islamic business ethics influence the vendors' behavior. It can also be seen from the multiple linear regression equation as follows: $Y = 39.766 + 0.22 X_1 + 0.218X_2$. Based on the equation it is seen that the regression coefficient of each independent variable is positive, meaning the variable of Islamic business ethics knowledge and religiosity have a significant effect on vendors behavior.

Keywords: Islamic business ethic knowledge, religiosity, vendors behavior.