

Sosial, Pendidikan dan Agama
Sebagai Pondasi Dalam Mewujudkan
"Maju Bersama Kita Berjaya"



 publishing
marpoyan tujuh
(c) copyright by marpoyan tujuh

Yusri Munaf, dkk

Sosial, Pendidikan dan Agama
Sebagai Pondasi dalam Mewujudkan
"MAJU BERSAMA KITA BERJAYA"

Yusri Munaf, dkk



publishing
marpoyan tujuh

(c) copyright by marpoyan tujuh

Hak Cipta dilindungi undang-undang: Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik dalam bentuk elektronik maupun mekanik, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya tanpa izin dari *Marpoyan Tujuh Publishing*

UNDANG-UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA

Ketentuan Pidana:

Pasal 113

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf e, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Pasal 114

Setiap Orang yang mengelola tempat perdagangan dalam segala bentuknya yang dengan sengaja dan mengetahui membiarkan penjualan dan/atau pengandaan barang hasil pelanggaran Hak Cipta dan/atau Hak Terkait di tempat perdagangan yang dikelolanya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10, dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

SOSIAL, PENDIDIKAN DAN AGAMA SEBAGAI PONDASI DALAM MEWUJUDKAN "MAJU BERSAMA KITA BERJAYA"

Penulis

: Yusri Munaf, Rendi Prayuda, Eman Suparman, Muh. Hasrul, H. Syafa'at Anugrah Pradana, Lusy Asa Akhrani, Irsyad Abdul Rasyid, Laila Mutiara Ramadani, Maria Cloudia Cika Mada, M Fauzan Wijaya Putra, Sufian Hamim, Sri Indrastuti, Seno H. Putra, Ahmad Tarmizi Yusa, Cifebrima Suyastri, Dini Tiara Sasmi, Rto Sundari, Diana Harding, Anissa Lestari Kadiyono, Gianti Gunawan, Amries Rusli Tanjung, Fatkhurahman, Hadiyati, Bambang Suroto, Hariyati, Mariana, Elinur, Djaimi Bakce, Johny Budiman, Suwarno, Kartika Syahrani, Yohannes Firzal, Nanik Istianingsih, Syah Amin Albadry, Asra'l Maros, Nurjanah, Samsir, Rosnidar Sembiring, Susriyanti, Sitti Rizki Mulyani, Fitri Yeni, Hapzi Ali, Arizal N, Nikmah Suryandari, Golan Hasan, Herman, Muslimin M, Suprayitno, Yulia Rahmawati, Yohannes Firzal, Supeno, Mhd. Ansori, Jossapat Hendra Prijanto, Doly Indra Nababan, Ayu Indiana Jaenuddin, Endut Ahadiat, Rijalul Fikri, Muhammad Faisal Amrillah, Hendi Selwa, Laspida Harti, Erni, Taufiqurrahman, Dwi Septiwiharti, Yoachim Agus Tridiatno, Hamdi Agustin, Sri Indrastuti, Yul Efnita, Budi Rahardjo, Mutia Adeliastari Ananda, Mungin Eddy Wibowo, Musnar Indra Daulay, Yohannes Telaumbanua, Nurmalina, Noh Ibrahim Boiliu, Fransiskus Irwan Widjaja, Fibry Jati Nugroho, Harls Evan R. Siahaan, Otieli O. Harefa, Ahmad Sofyan dan Rina Yusnarita

Editor

: Roselina Binti Ahmad, Susilo, Hafid Abbas, Ranggi Ade Febrian, Khairul Rahman, Rendi Prayuda, Muhammad Faisal Amrillah, Budi Muliando, Zainal dan Hendi Selwa

Layout

: Muhammad Faisal Amrillah, Rijalul Fikri, Hendi Selwa

Disain Sampul

: Aris YT

Hak Cipta (c) 2020 Marpoyan Tujuh Publishing

Anggota IKAPI (010/RAU/19)

Website: marpoyan-tujuh.com

E-mail: marpoyan7@gmail.com

Bekerjasama dengan

1. **Forum Dewan Guru Besar Indonesia (FDGBI)**
2. **Universitas Islam Riau**

ISBN : 978-602-6403-24-7

Pekanbaru, Marpoyan Tujuh, 2020 --- Cetakan Pertama

1. Jil, xi, 861 hlm. 16 x 23 cm

PENGANTAR REDAKSI

Dengan penuh rasa syukur kehadirat Allah SWT, Buku bersama hasil buah pikir pemakalah – pemakalah dalam Seminar Internasional Berbahasa Indonesia Forum Dewan Guru Besar Indonesia Tahun 2020 di Universitas Islam Riau (UIR) bisa diterbitkan sesuai dengan harapan. Keberadaan buku ini merupakan salah satu dari bentuk publikasi yang diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk kalangan – kalangan akademik yang ada di Indonesia. Karena, buku ini memuat berbagai kajian – kajian keilmuan yang terdiri dari berbagai bidang ilmu.

Pada buku ini dibahas tema – tema menarik terkait dengan pengembangan keilmuan pada Klaster Sosial Humaniora dan Hukum, Klaster Pendidikan, serta Klaster Agama dan Filsafat. Semangat tema “Maju Bersama Kita Berjaya” tercermin dari Penulis dalam buku ini merupakan pemakalah – pemakalah yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia. Redaksi menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh Mitra Bestari yang secara khusus menyediakan waktu, tenaga dan pemikirannya secara maksimal dalam membantu redaksi untuk mengkritisi, mengoreksi dan menilai kelayakan tulisan-tulisan yang akan dimuat dan diterbitkan dalam buku bersama ini. Ucapan terima kasih juga redaksi sampaikan kepada pemakalah – pemakalah yang telah bersedia untuk berpartisipasi dalam kegiatan ini. Selanjutnya, ucapan terimakasih diberikan kepada Forum Dewan Guru Besar Indonesia atas segala masukannya terhadap buku ini, dan juga terimakasih kepada Universitas Islam Riau yang telah menjadi fasilitator dari terselenggaranya kegiatan seminar serta terbitnya buku bersama ini.

Akhirnya memang, terbitnya buku bersama ini tidak terlepas dari kerjasama dan kerja keras dari tim redaksi dalam melaksanakan tugas

dan tanggung jawabnya masing-masing. Namun pada akhirnya pembaca yang akan menyimpulkan dan menilai hasil kerja tersebut, kami berharap semoga apa yang disajikan dalam buku bersama ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, merangsang inspirasi dan pemikiran-pemikiran inovatif bagi pengembangan, ilmu sosial humaniora, ilmu agama dan filsafat serta ilmu pendidikan kedepan.

Selamat membaca

Pekanbaru, Oktober 2020

Prof. Dr. Yusri Munaf, SH., M.Hum
(Pimpinan Redaksi)

**SAMBUTAN
PENGURUS FDGBI
(Forum Dewan Guru Besar Indonesia)**

Alhamdulillahirobbil 'Alamin, puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, telah terlaksana dengan lancar dan sukses acara Konferensi Internasional Berbahasa Indonesia yang Pertama dengan semangat "MAJU BERSAMA KITA BERJAYA" pada tanggal 24-25 September 2020 yang diselenggarakan oleh Universitas Islam Riau (UIR). Konferensi ini digagas setahun yang lalu di Surabaya dalam Musyawarah FDGBI yang mendeklarasikan semangat bersama para Guru Besar untuk membawa Bahasa Indonesia menjadi Bahasa Ilmiah Internasional didukung oleh 31 PTN dan PTS. Semoga cita-cita besar ini segera terwujud.

Konferensi telah berhasil menghadirkan para pembicara dari German, Amerika Serikat, Brunei dan Malaysia sebagai Pembicara Utama dan Pemakalah Utama keenam Klaster serta 121 makalah yang dibahas pada semua klaster dimaksud. Dengan harapan akan tercipta Inovasi Diksi dan menggapai Lingua Franca di Asean. Makalah-makalah tersebut diproses lebih lanjut untuk dapat diterbitkan pada Jurnal terindeks, Proceeding dan buku sehingga dapat dinikmati dalam jangka panjang serta bernilai maslahat lebih luas.

Sebaran pemikiran dalam buku ini merupakan otonomi pemikiran individu dan atau kelompok yang beragam, baik yang bersifat internal kelembagaan maupun peran para akademisi ke depan dalam berpartisipasi pada isu-isu nasional serta global sesuai dengan bidang ilmu masing-masing.

Terbitnya buku ini adalah hasil kerja dan dukungan dari beragam pihak. Untuk itu kami patut menyampaikan rasa terimakasih mendalam

kepada Rektor Universitas Islam Riau (UIR) yang telah memfasilitasi, Ketua DGB UIR yaitu Prof. Dr. Yusri Munaf yang bertindak sebagai Ketua Panitia yang telah memimpin sejak persiapan hingga terselenggaranya Konferensi dengan baik. Terimakasih kepada seluruh panitia para dosen dan tenaga kependidikan UIR yang telah bekerja keras menyiapkan Konferensi ini selama beberapa bulan hingga terbitnya buku ini. Demikian pula kami sampaikan terimakasih atas gagasan dan pemikiran yang bervariasi dan komprehensif dari para profesor yang dapat dihimpun dalam buku ini.

Akhirul kalam, semoga buku ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan menjadi penanda yang baik bagi tradisi akademik di FDGBI khususnya dan di Perguruan Tinggi pada umumnya yang kita cintai dan banggakan.

Riau, 25 September 2020

Ketua FDGBI

Prof. Dr. Mursalim

Diana Harding, Anissa Lestari Kadlyono, Gianti Gunawan

Pengaruh Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja dan Motivasi Kerja Pegawai Pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten/Kota di Provinsi Riau	185
<i>Sri Indrastuty, Amries Rusli Tanjung, H. Sufian Hamim</i>	
Kewirausahaan Sosial Dosen dalam Melaksanakan Pengabdian Masyarakat	201
<i>Fatkurahman, Hadiyati, Bambang Suroto</i>	
Pengaruh Green Entrepreneurship Dan Stakeholder Pressure Terhadap Performance Bisnis Melalui Laporan Keberlanjutan	217
<i>Hariyati, Mariana</i>	
Pola Konsumsi Pangan dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Padi di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau	253
<i>Elinur, Djaimi Bakce</i>	
Perilaku Keuangan Investor Saham Kota Batam di Bursa Efek Indonesia	275
<i>Johny Budiman, Suwarno</i>	
Pengaruh Mal Perbelanjaan Terhadap Gaya Hidup Remaja di Kota.	291
<i>Kartika Syahrani, Yohannes Firzal</i>	
Model Niat Pembelian Melalui Ekuitas Merek, SMM dan CRM Pada Industri Kreatif	309
<i>Nanik Istianingsih, Syah Amin Albadry, Asra' I Maros</i>	
Tata Kelola Komunikasi Dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Sebagai Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	339
<i>Nurjanah, Samsir</i>	
Peran Kearifan Lokal Masyarakat Hukum Adat dalam Penyelesaian Sengketa Hubungan Industrial	369
<i>Rosnidar Sembiring</i>	
Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Dengan Kepribadian Sebagai Moderasi	383
<i>Susriyanti, Sitti Rizki Mulyani, Fitri Yeni, Hapzi Ali</i>	
Membangun Kepercayaan Anggota Pada Koperasi Syariah Baitul Mal Wattamwil (BMT) di Kota Pekanbaru.....	411
<i>Arizal N</i>	

PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU PEDAGANG DENGAN KEPRIBADIAN SEBAGAI MODERASI

Susriyanti, Siti Rizki Mulyani, Fitri Yenti, Hapzi Ali
Jurusan Manajemen, FEB, Univ Putra Indonesia YPTK Padang
E-mail: susriyantra@upiyptk.ac.id, sitirizki@gmail.com, fitri.yenti@upiyptk.ac.id

Kata Kunci :

Etika Bisnis Islam
Kepribadian
Perilaku Pedagang

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian replikatif dari penelitian hibah dari Universitas Putra Indonesia Padang (SIMLITUPI) pada Fakultas Ekonomi Bisnis Jurusan Manajemen tahun 2019/2020. Dimana pada penelitian sebelumnya pada indikator tidak menggunakan uji CFA. Dan hasil uji CFA yang dilakukan kami jadikan saran untuk penelitian berikutnya. Berdasarkan saran tersebut kami melakukan pengolahan data ulang untuk uji hipotesis guna melihat pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang bingkung di kota Padang yang dimoderasi oleh kepribadian. *Research gap* pada penelitian ini adalah berkurangnya lahan produksi bingkung 3 tahun terakhir akibat menurunnya penjualan. *State of the art* adalah dari penambahan dimensi dan indikator.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden berjumlah 101 sebagai sampel. Metode penelitian secara kuantitatif dengan bantuan spss 25. Uji instrumen data menggunakan uji validitas, reliabilitas dan uji CFA. Uji hipotesis dimulai dengan regresi sederhana, uji moderating regression analysis, uji t dan uji determinasi (R^2).

Hasil yang didapat menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang, baik pada saat tidak ada moderasi maupun setelah ada moderasi. Dan kepribadian mampu memoderasi dengan kuat kedua variabel tersebut.

PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU PEDAGANG DENGAN KEPRIBADIAN SEBAGAI MODERASI

Susriyanti, Sitti Rizki Mulyani, Fitri Yeni, Hapzi Ali

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kota Padang adalah kota yang terkenal dengan julukannya sebagai kota bingkuan. Bingkuan menjadi ciri khas sebagai oleh-oleh dari kota Padang bagi orang-orang yang berkunjung. Bingkuan juga telah menjadi lambang tapal batas saat orang-orang mulai memasuki kota Padang, baik dari arah Bukittinggi, Pesisir Selatan, maupun dari arah solok. Orang-orang yang datang tersebut berasal dari wilayah lainnya di Sumatera Barat, luar Sumatera Barat, bahkan dari luar pulau Sumatera.

Saat ini banyak sekali pedagang bingkuan yang bermunculan di kota Padang, terutama di wilayah-wilayah yang menjadi area jalan keluarnya dari kota Padang, semenjak tidak ada lagi terminal bus antar kota. Diantaranya di daerah Tanjung Saba Pitameh, Bandar Buat, perbatasan Lubuk Buaya, Teluk Bayur, dan di Air Tawar. Daerah-daerah yang dijadikan area berdagang bingkuan tersebut merupakan daerah terminal bayangan yang bermunculan.

Dengan jenis dagangan yang seragam dan konsumen yang terbatas tentulah ada persaingan yang sangat tajam antara satu pedagang dengan pedagang lainnya dalam berebut pembeli. Dari hasil survei langsung yang kami lakukan pada tanggal 5 dan 7 September 2019 terdapat 101 pedagang bingkuan yang tersebar di area-area tersebut dengan rincian yang dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Pedagang Pada Beberapa Lokasi Di Kota Padang

No	Lokasi	Jumlah Pedagang
1	Tanjung Saba Pitameh	14
2	Lubuk Buaya	40
3	Batas Kota Lubuk Buaya	32
4	Gaung Teluk Bayur	6
5	Air Tawar	7
6	Bandar Buat	2
Jumlah		101

Sumber: Hasil Survey Penulis (7 September 2019)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat kita lihat bahwa jumlah pedagang yang ada pada masing-masing area sangat berbeda. Pada area yang berada di lokasi Lubuk Buaya terdapat 40 pedagang dan Perbatasan Kota Lubuk Buaya terdapat 32 pedagang, sehingga pada dua lokasi ini terdapat pedagang relatif lebih banyak dibandingkan dengan lokasi-lokasi lainnya. Jarak tempat berjualan antara satu pedagang dengan pedagang lainnya di dua lokasi ini sangat dekat sekali, ada beberapa yang bersebelahan, ada yang berjarak sekitar 3m sampai 10 meter saja. Namun yang bersebelahan sekali, jumlahnya lebih banyak daripada yang berjauhan. Kondisi ini sama dengan kondisi yang ada di lokasi Gaung Teluk Bayur dengan 6 orang pedagang di sana. Di lokasi Air Tawar dengan 7 pedagang dan Tanjung Saba Pitameh dengan 14 pedagang, antara satu pedagang dengan pedagang lainnya cukup berjarak yaitu sekitar 10 sampai 25m.

Jumlah pembeli atau konsumen yang cenderung menyukai bingkang ini sangatlah terbatas karena adanya beragam jenis buah-buahan lainnya yang tersedia. Buah-buahan lainnya tersebut dapat menjadi alternatif pilihan bagi pembeli. Namun sebagai buah-buahan yang menjadi ciri khasnya kota Padang, bingkang selalu mendapatkan tempat tertentu untuk menjadi pilihan bagi pembeli. Konsumen yang

banyak melakukan pembelian adalah konsumen yang berasal dari luar kota Padang. Sehingga jumlah kunjungan wisatawan lokal, hari-hari libur, akhir pekan, menjadi faktor-faktor yang sangat mempengaruhi jumlah omset penjualan para pedagang bingkuan ini.

Adapun data jumlah kunjungan wisata ke Sumatera Barat dari tahun 2012 - 2016 dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Lokal Ke Sumatera Barat

Tahun	2012	2013	2014	2015	2016
Jumlah wisatawan nusantara/local	5.850.033	6.261.364	6.605.738	6.973.678	7.343.282

Sumber: Data Statistik & Profil Kepariwisata Sumatera Barat 2017

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat kita lihat bahwa jumlah kunjungan wisata ke Sumatera Barat meningkat dari waktu ke waktu. Jumlah kunjungan ini tentu saja tersebar ke seluruh wilayah yang ada di Sumatera Barat termasuk kota Padang. Data ini kami asumsikan dapat mewakili gambaran kunjungan ke kota Padang sebagai ibukota Sumatera Barat. Dengan meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Sumatera Barat secara umum dan ke kota Padang secara khusus tentunya ini akan menjadi peluang bagi para pedagang bingkuan untuk meningkatkan penjualannya.

Saat ini penerapan sistem syariah dalam berbagai bidang kegiatan bisnis, baik perdagangan, perbankan, perhotelan, wisata, dan bidang-bidang lainnya, juga memicu lahirnya penerapan bisnis yang beretika syariah. Pada masa Rasulullah nilai-nilai moralitas yang saat ini dinamai etika bisnis sangatlah diperhatikan. Sesuai dengan syariat Islam bahwa tujuan akhir dari setiap kegiatan (termasuk berdagang) adalah tercapainya ridho Allah SWT.

"Etika bisnis Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sifat

dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah. Etika bisnis Islam juga berfungsi sebagai *controlling* (pengontrol) 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-nilai yang akan membawa manusia pada kebahagiaan, kesejahteraan dan keselamatan manusia baik dalam kehidupan di dunia maupun kehidupan di akhirat kelak (Lukman Hakim, 2012).

Abdul Muqhits (2007) dalam jurnalnya mengatakan bahwa “selain norma-norma Islam harus dipenuhi demi tercapainya *masalahah* (tujuan syariah Islam), nilai etika ekonomi penting diikut sertakan sebagai faktor pendukung dalam mencapai sebuah *masalahah*. Menurut ekonomi Islam bahwa antara dimensi etis ekonomi dan dimensi praktis (bisnis) mempunyai tujuan ekonomis, yakni keuntungan materil, sehingga keuntungan menjadi edeologinya dalam berbisnis, meskipun harus mengorbankan nilai-nilai *moral etics*”. Tujuan untuk mendapatkan keuntungan seringkali dijadikan alasan bagi setiap pelaku bisnis atau pedagang dalam melakukan praktek-praktek bisnis yang tidak beretika moral bahkan haram.

Seringkali kita lihat banyaknya kecurangan-kecurangan, penipuan-penipuan yang dilakukan para pebisnis ataupun pedagang dalam bisnisnya. Ada yang mencampur daging sate dengan daging babi, ada yang mengolah daging tiren menjadi makanan, ada yang mencampurkan borak pada buah-buahan agar selalu terlihat segar dan tahan lama, ada pedagang gorengan yang mencampurkan plastik ke dalam minyak goreng agar minyaknya menjadi jernih dan gorengannya jadi mengkilat dan tahan lama, ada pedagang bakso yang memakai daging tikus, ada pedagang yang mencurangi pedagang lainnya, dan sebagainya.

Kondisi tersebut membuat kita semua harus memahami dan mengerti bahwa dalam Islam sangat dilarang melakukan perbuatan-perbuatan yang mencurangi ataupun merugikan orang lain. Apalagi jika hal tersebut dilakukan hanya untuk kepentingan sendiri ataupun sekedar mencari keuntungan besar semata-mata. Yosephus L. Sinour (2010: 42) mengatakan ada beberapa bentuk transaksi yang dikategorikan terlarang, yaitu:

1. Tidak jelasnya takaran dan spesifikasi barang yang dijual.
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.

Beberapa fenomena yang penulis dapatkan pada pedagang bingkuan di kota Padang, adanya kecenderungan ketidak seragaman harga yang ditetapkan oleh para pedagang di area yang sama kepada para pembeli. Sementara para pembeli cenderung tidak menyadari hal itu sebelumnya. Mereka baru menyadari hal tersebut ketika telah berbagi informasi dengan sesama pembeli lainnya, seperti kerabat, teman, pada waktu yang lain. Pembeli yang datang pada para pedagang umumnya tidak melakukan pencarian ataupun pencocokan harga dengan pedagang lainnya di area yang sama. Pembeli selalu berasumsi bahwa semua harga yang ditawarkan adalah sama. Jadi setelah ada kesepakatan, pembeli biasanya langsung membeli dan berlalu pergi bila tidak sepakat. Pembeli yang tidak sepakat memiliki kecondongan untuk tidak membeli lagi di area tersebut kecuali di area lainnya.

Fenomena lainnya yang penulis dapatkan dari pengamatan, adanya ketidak jujuran beberapa pedagang dalam mengatakan kondisi bingkuan, baru atau tidaknya. Ada pedagang yang mengatakan

bingkuangnya baru padahal itu sisa hari kemarin. Ada juga pedagang yang jujur mengatakan bahwa bingkuang ini adalah sisa dagangannya hari kemarin.

Dari pengamatan yang dilakukan penulis juga mendapatkan sikap menjual dan bahasa menjual yang berbeda-beda. Ada penjual yang ramah, bahasanya baik, dan selalu tersenyum pada pembeli. Ada juga penjual yang cenderung kasar, bahasanya tidak enak, dan mimik wajah yang tidak tersenyum sedikitpun. Hal tersebut diduga karena masing-masing penjual memiliki kepribadian yang berbeda-beda antara satu sama lainnya. Latar belakang para pedagang diduga juga merupakan hal yang ikut mempengaruhi sikap dan tingkah laku etika mereka dalam berdagang. Kepribadian adalah salah satu faktor yang akan memberikan pengaruh dalam keberhasilan seseorang manakala menjalankan usahanya. Dalam dunia usaha dibutuhkan karakter dan kepribadian tertentu untuk dapat menjadi kuat sehingga dapat bersaing dalam berbagai situasi tertentu.

Research gap di dalam penelitian ini kami dapat dari adanya pernyataan yang mengungkapkan bahwa produksi bingkuang terus menurun dari penyarian <https://www.harianhaluan.com/news/detail/68903/petani-bengkuang-terus-berkurang-di-kota-padang>, Selasa 11 Februari 2020. Saat ini hanya 10 hektar are lahan yang dijadikan petani untuk memproduksi buah berwarna putih itu. "Saat ini ada sekitar 10 hektare lahan yang dipakai petani untuk memproduksi bingkuang di Kota Padang," ujar Kepala Dinas Pertanian Kota Padang, Syaiful Bahri kepada *haluan*, Rabu (21/2/2018). Disampaikannya, Kuranji dan Koto Tangah merupakan dua daerah yang masih memproduksi bingkuang. Kurangnya keinginan petani di Kota Padang untuk memproduksi bingkuang disebabkan karena kurangnya permintaan dari konsumen.

Diambil data dari *haluan* di tahun 2015, Pemko Padang pernah menyatakan pada tahun itu masih ada 23 hektare lahan produksi bengkuang. Berarti dalam 3 tahun terakhir, sudah lebih dari setengah lahan produksi bengkuang di Kota Padang berkurang. "Kuranginya permintaan menjadi penyebab berkurangnya petani bengkuang di Kota Padang. Karena ini sama dengan bisnis, apabila banyak permintaan tentunya akan berbanding juga dengan banyaknya produksi," ungkapnya.

Sedangkan *state of the art* atau keunikan *research* ini ada pada dimensi dan indikator yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabelnya. Pada penelitian ini penulis menambahkan dimensi dan indikator.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan temuan-temuan beberapa fenomena di atas maka penulis membuat suatu perumusan masalah yang akan penulis uji kebenarannya, yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang bengkuang di kota Padang?
2. Bagaimanakah kepribadian mampu memoderasi pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang bengkuang di kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini kami bagi menjadi dua, yaitu tujuan penelitian secara umum berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian khusus yang kami buat di luar perumusan masalah. Sesuai dengan perumusan masalah maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk melihat bagaimanakah pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang bingkuan di kota Padang.
2. Untuk melihat bagaimanakah Kepribadian mampu memoderasi pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang bingkuan di kota Padang.

II. METODE PENELITIAN

2.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang bingkuan yang ada di kota Padang, pada lokasi-lokasi yang telah ditetapkan yaitu berjumlah 101 pedagang. Hal ini sesuai dengan data hasil survey yang telah disajikan sebelumnya pada tabel 1.1 di Bab I. Populasi merupakan data keseluruhan dari objek suatu penelitian

Sampel dalam penelitian akan diambil menggunakan metode sensus. Dalam metode sensus semua populasi akan dijadikan sampel. Maka sampel dalam penelitian ini adalah 101 responden, sesuai dengan jumlah populasi yang ada.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis pergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi, penulis melakukan observasi selama satu minggu di bulan September 2019 untuk mengamati perilaku para pedagang bingkuan pada dua lokasi, yaitu Tanjung Saba Pitameh dan Lubuk Buaya.
2. *Survey*, penulis melakukan survey langsung ke lokasi penelitian untuk menghitung jumlah pedagang yang ada pada tiap-tiap lokasi tersebut.

3. Dokumentasi tertulis secara manual. Digunakan untuk mengumpulkan data-data tertulis yang berisi jumlah dan fenomena aktual yang penulis temukan dari hasil pengamatan.
4. Angket. Cara pengumpulan data kepada responden secara langsung menggunakan daftar pernyataan yang disusun sedemikian rupa sesuai indikator-indikator atau alat ukur yang relevan dengan tujuan penelitian.

2.3 Difinisi Operasional Variabel

Untuk memudahkan dan lebih mengarahkan tujuan penelitian maka penulis membuat difinisi operasional variabel yang dilengkapi dengan indikator-indikator yang digunakan pada masing-masing variabel dalam penelitian secara rinci pada tabel 3.1 di bawah ini, yaitu:

Tabel 2.1 Daftar Difinisi Operasional Variabel

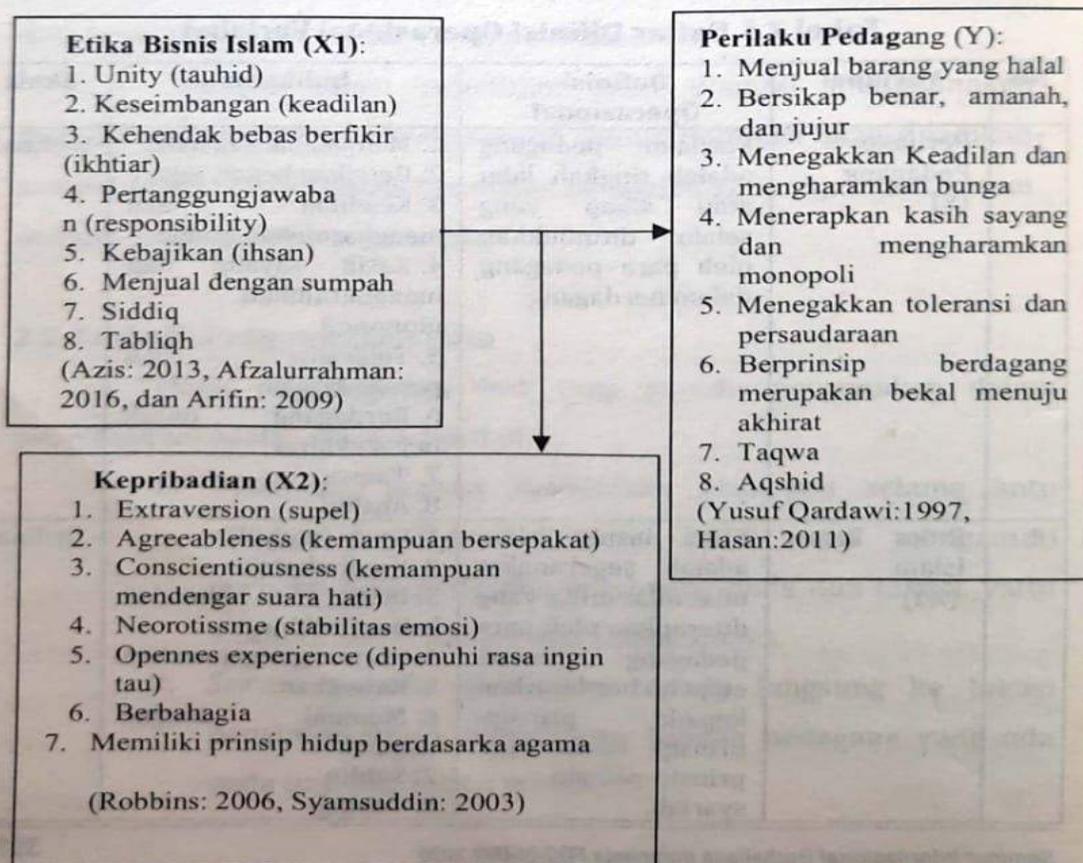
No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Perilaku Pedagang (Y)	Perilaku pedagang adalah tingkah laku atau sikap yang selalu ditunjukkan oleh para pedagang dalam berdagang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjual barang halal 2. Bersikap benar, jujur 3. Keadilan dan mengharamkan bunga 4. Kasih sayang dan mengharamkan monopoli 5. Toleransi dan persaudaraan 6. Berdagang untuk bekal akhirat 7. Taqwa 8. Aqshid 	Ordinal
2	Etika Bisnis Islam (X1)	Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai-nilai etika yang diterapkan oleh para pedagang dimana etika ini berdasarkan kepada prinsip-prinsip Islam atau prinsip-prinsip syariah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unity (tauhid) 2. Keseimbangan 3. Ikhtiar/ kehendak bebas berfikir 4. Pertanggungjawaban 5. Kebajikan 6. Menjual dengan sumpah 7. Siddiq 8. Tabliqh 	Ordinal

3	Kepribadian (X2)	Kepribadian adalah sikap yang dipunyai oleh para pedagang sebagai bawaan dari lahir dan kehidupan keluarga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Extraversion (supel) 2. Agreeableness (kemampuan bersepakat) 3. Conscientiousness (kemampuan mendengar suara hati) 4. Neuroticism (stabilitas emosi) 5. Openness experience (dipenuhi rasa ingin tau) 6. Berbahagia 7. Prinsip hidup yang berakar agama 	Ordinal
---	------------------	--	--	---------

Sumber: Data Diolah 2019

Dengan kerangka pemelitian sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



2.4 Pengolahan Data

Sebelum melakukan penyebaran angket/kuesioner, penentuan skala pengukuran kuesioner adalah langkah pertama yang dilakukan agar mempermudah proses pengolahan data yang menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*), yaitu *software* yang dirancang untuk membantu pengolahan data secara statistik. Program SPSS yang penulis gunakan dalam pengolahan data adalah SPSS 25.

Skala yang digunakan untuk pembuatan kuisisioner dalam penelitian ini adalah skala likert, yang berfungsi untuk mengetahui derajat dari tingkat sangat setuju hingga sangat tidak setuju terhadap pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan angket bersifat tertutup. Angket diajukan dengan menggunakan skala Likert meliputi skala 1 sampai 5. Urutan untuk skala ini menggunakan lima angka penilaian, yaitu:

Tabel 2.2
Bobot Penilaian Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Ragu-ragu (RG)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber data: Sugiyono (2009), hal.108

2.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam suatu penelitian sangat diperlukan untuk mengetahui kualitas data yang akan di uji di dalam suatu penelitian. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Uji Validitas, digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan

valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali: 2011). Di dalam penelitian ini uji Validitas dihitung dengan KMO (Kayser Mayer Olkin) yaitu dengan membandingkan nilai KMO dengan 0,5 dan nilai anti image besar dari 0,5 maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Sugiono 2016: 61). Dan dari penelitiannya sebelumnya tadi didapat bahwa semua indikator pernyataan Y dinyatakan valid, semua indikator pernyataan X1 juga valid, dan semua indikator pernyataan X2 juga dinyatakan valid kecuali pernyataan X2.9. Jadi hasil uji validitas tidak akan disajikan pengulangan lagi.

- b. Uji Reliabilitas, adalah menguji instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data. Nilai cronbach alpha kritis pada penelitian ini menggunakan nilai 0,60 dengan asumsi bahwa daftar pertanyaan yang diuji akan dikatakan reliabel bila nilai *cronbach's alpha* \geq 0,60. Dan dari hasil uji penelitian sebelumnya semua pernyataan juga dinyatakan reliabel sehingga juga tidak akan disajikan lagi.
- c. Uji CFA, Dimensi dan indikator yang ditambahkan untuk membangun sebuah variabel yang memiliki teori yang kuat perlu di konfirmasi kembali dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) ini.

2. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara yaitu, analisis regresi sederhana dengan bantuan *SPSS 25* dan uji interaksi atau *Moderating Regression Analysis* (MRA). Adapun data-data yang akan dimasukkan ke

dalam uji hipotesis ini adalah data-data yang sudah sesuai dengan yang disarankan dari penelitian terdahulu yang sudah lolos dari uji *confirmatory*. Uji yang dilakukan sebagai berikut:

a. Regresi linear sederhana

Teknik regresi linier sederhana adalah teknik untuk mengukur besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengolahan data menggunakan bantuan program komputer SPSS 24 berdasarkan data-data yang diperoleh dari angket yang diperoleh responden.

- b. *Moderating Regression Analysis* (MRA). Variabel moderating adalah variabel independen yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian hipotesis ke dua akan dilakukan secara bersama sama, yaitu semua variabel independen dan variabel moderating. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan uji interaksi atau *Moderating Regression Analysis* (MRA). Menurut Ghazali (2011) uji interaksi atau sering disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi antara satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Model yang akan di uji dalam penelitian ini adalah pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang bingkuan di kota Padang dengan kepribadian sebagai variabel moderating.

Setelah melakukan perhitungan menggunakan analisis regresi dengan uji interaksi, dapat diketahui koefisien determinasi untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh suatu variabel ke variabel lainnya. Kemudian dapat dilihat pula hasil yang menentukan pengaruh variabel moderating dalam hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Menurut Husein Umar untuk mengetahui apakah suatu variabel menjadi variabel moderating, koefisien regresi harus signifikan berdasarkan derajat kepercayaan tertentu yang ditetapkan, misalnya 5% atau 10% (Husein Umar: 2008).

c. Uji t (secara parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan signifikansi pengaruh satu variabel independen secara individual/parsial dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan pengujian 2 sisi yaitu membandingkan antara t hitung dengan tingkat t tabel, sehingga H_0 akan diterima apabila nilai t hitung dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ atau jika t hitung $< t$ tabel, maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai signifikansi pengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ atau jika t hitung $> t$ tabel, maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel

independen tersebut mempunyai signifikansi pengaruh terhadap variabel dependen.

- d. Uji R^2 (Koefisien Determinasi), digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan variabel bebas (Etika Bisnis Islam) terhadap variabel terikat (Perilaku Pedagang) dengan notasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya variabel dependen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0 artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan variabel-variabel dependen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Uji CFA Perilaku Pedagang (Y)

Untuk hasil uji CFA Perilaku Pedagang dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1 Component Matrix^a Perilaku Pedagang

	Component			
	1	2	3	4
Y1	.198	.716	.194	-.360
Y2	.571	.126	-.551	-.075
Y3	.690	.096	-.574	-.123
Y4	.759	-.028	-.296	-.309
Y5	.758	-.079	-.299	.010
Y6	.444	.602	-.035	.435
Y7	.568	-.151	-.034	.471
Y8	.369	.702	.281	.122
Y9	.485	.180	.251	.012

Y10	.623	-.142	-.113	.383
Y11	.539	-.115	.022	-.185
Y12	.583	.022	.312	-.064
Y13	.707	-.226	.300	-.267
Y14	.645	-.162	.300	-.302
Y15	.642	-.243	.293	.194
Y16	.586	-.288	.368	.122

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 25, 2020

Berdasarkan Tabel 3.1 dapat kita lihat bahwa yang lolos uji CFA adalah indikator pada pernyataan Y1, Y3, Y4, Y5, Y6, Y8, Y10, Y13, Y14, Y15. Dan ada 5 indikator pernyataan yang tidak memenuhi standar CFA yang telah ditetapkan yaitu 0,6.

3.2 Hasil Uji CFA Etika Bisnis Islam (X1)

Untuk hasil uji CFA Etika Bisnis Islam dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2 Component Matrix^a EBI

	Component		
	1	2	3
x1.1	.542	.526	-.277
x1.2	.420	.564	.451
x1.3	.771	-.299	-.075
x1.4	.776	-.382	-.048
x1.5	.810	.123	.001
x1.6	.766	.072	.160
x1.7	.673	.040	-.452
x1.8	.807	-.128	.026
x1.9	.707	.084	-.035
x1.10	.815	.070	-.232
x1.11	.640	.046	.071
x1.12	.780	-.068	-.057
x1.13	.755	.249	-.170
x1.14	.555	.305	.415
x1.15	.554	-.358	.603
x1.16	.750	-.434	-.009

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 25, 2020

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat kita lihat bahwa yang lolos uji CFA adalah indikator pada pernyataan x1.3, x1.4, x1.5, x1.6, x1.7, x1.8, x1.9, x1.10, x1.11, x1.12, x1.13, x1.16. Dan ada 4 indikator pernyataan yang tidak memenuhi standar CFA yang telah ditetapkan yaitu 0,6.

3.3 Hasil Uji CFA Kepribadian (X2) Sebagai Moderating

Untuk hasil uji CFA Kepribadian dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini:

**Tabel 3.3 Component Matrix^a
Kepribadian**

	Component		
	1	2	3
X2.1	-.581	.368	.477
X2.2	.586	.407	.014
X2.3	.311	.461	.215
X2.4	.514	.584	.025
X2.5	-.394	.546	-.517
X2.6	.746	.403	.033
X2.7	-.459	.627	-.372
X2.8	.672	.458	-.048
X2.10	.592	.484	.228
X2.11	-.329	.662	-.245
X2.12	-.383	.655	.160
X2.13	-.680	.277	.437
X2.14	-.365	.556	.098

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 25, 2020

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat kita lihat bahwa yang lolos uji CFA adalah indikator pada pernyataan x2.6, x2.7, x2.8, x2.11, x2.12.

Dan ada 9 indikator pernyataan yang tidak memenuhi standar CFA yang telah ditetapkan yaitu 0,6.

3.2 Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan data-data dari pernyataan yang memenuhi standar CFA saja. Sehingga yang tidak memenuhi standar CFA tersebut akan dibuang dan tidak digunakan dalam pengujian hipotesis.

3.2.1. Hasil Uji Regresi Sederhana

Secara sederhana di dalam melihat pengaruh antara Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang dapat dilihat dari hasil uji spss yang ditampilkan pada Tabel 3.4 di bawah ini:

Tabel 3.4 Hasil Uji Regresi Sederhana X1 ke Y

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error				
	B		Beta			
1	(Constant)	21.689	3.430		6.324	.000
	x1	.419	.064	.548	6.512	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 25, 2020

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas maka didapat hasil uji regresi sederhana antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Pedagang sebagai berikut:

$$Y = 21,689 + 0,419X1 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa nilai konstanta mengindikasikan bahwa jika Etika Bisnis Islam tidak ada/diabaikan/bernilai nol maka Perilaku Pedagang tetap akan terbentuk sebesar nilai konstanta yang ada yaitu sebesar 21, 689. Sedangkan Etika Bisnis Islam sebagai variabel X1 memberikan pengaruh yang positif

terhadap Perilaku Pedagang sebesar 0,419. Artinya jika Etika Bisnis Islam menjadi lebih baik atau meningkat, maka Perilaku Pedagang akan meningkat pula menjadi lebih baik sebesar angka intersep yang ada tersebut. Begitupun jika terjadi sebaliknya.

Sedangkan regresi sederhana untuk melihat pengaruh dari Kepribadian (X2) terhadap Perilaku Pedagang dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut ini:

Tabel 3.5 Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh X2 ke Y

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	37.073	2.765		13.406	.000
	x2	.397	.159	.243	2.494	.014

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 25, 2020

Berdasarkan Tabel 3.5 di atas maka didapat hasil uji regresi sederhana antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Pedagang sebagai berikut:

$$Y = 37,073 + 0,397X_1 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa nilai konstanta mengindikasikan bahwa jika Kepribadian tidak ada/diabaikan/bernilai nol maka Perilaku Pedagang tetap akan terbentuk sebesar nilai konstanta yang ada yaitu sebesar 33,073. Sedangkan Kepribadian sebagai variabel X2 memberikan pengaruh yang positif terhadap Perilaku Pedagang sebesar 0,397. Artinya jika Kepribadian menjadi lebih baik atau meningkat, maka Perilaku Pedagang akan meningkat pula menjadi lebih baik sebesar angka intersep yang ada tersebut. Begitupun jika terjadi sebaliknya.

Dari hasil uji regresi secara sederhana variabel X1 dan X2 secara sama-sama mempunyai pengaruh yang positif searah terhadap Y. uji regresi sederhana ini dilakukan per variabel untuk mendapatkan persamaan regresinya tanpa melihat moderasinya.

3.2.2 Hasil Uji MRA

Hasil uji persamaan dengan MRA akan disajikan di Tabel 3.6 berikut ini:

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B			Beta		
1	(Constant)	22.434	3.388		6.622	.000
	x1	.310	.081	.406	3.831	.000
	m	.005	.003	.226	2.136	.035

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 25, 2020

Berdasarkan hasil yang didapat dari Tabel 3.6 di atas dapat diperoleh hasil uji regresi MRA dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 22,434 + 0,310X1 + 0,005 (X1X2) + e$$

Berdasarkan persamaan dari hasil uji MRA di atas didapat bahwa nilai konstanta sebesar 22,434 menunjukkan nilai yang akan tetap ada pada Perilaku Pedagang walaupun Etika Bisnis Islam dan Kepribadian tidak ada atau diabaikan atau bernilai nol. Dari uji MRA Etika Bisnis Islam memberikan pengaruh terhadap Perilaku Pedagang secara positif sebesar 0,310. Dan kemampuan Kepribadian mempengaruhi atau memberi moderasi pada Perilaku Pedagang adalah positif sebesar 0,005.

3.2.3 Hasil Uji t

Hasil uji t dengan regresi sederhana dapat kita lihat dengan menggunakan Tabel 3.4 diketahui nilai signifikansinya tanpa moderasi dari pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang adalah

sebesar $0,000 < 0,05$. Ini berarti bahwa Etika Bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pedagang bingkuan di kota Padang. Dan berdasarkan Tabel 3.5 secara sederhana didapat nilai sig $0,014 < 0,05$ yang juga menunjukkan bahwa Kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pedagang, pada saat tidak berperan sebagai variabel moderasi.

Sedangkan dengan moderasi berdasarkan uji t dengan MRA pada Tabel 3.6 diketahui nilai signifikansi dari Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang tetap signifikan sebesar $0,000$ yang berarti juga berpengaruh positif dan signifikan. Dan Kepribadian sebagai moderasi juga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perilaku Pedagang karena memiliki nilai sig sebesar $0,035 < 0,05$ sebagai *level of significance*. Kedua hal di atas telah menunjukkan bahwa Kepribadian mampu memoderasi antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Pedagang secara kuat.

3.2.4 Hasil Uji R²

Seberapa besar persentase sumbangan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang tanpa moderasi dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 3.7 Hasil Uji R² Tanpa Moderasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548 ^a	.300	.293	4.03416

a. Predictors: (Constant), x1

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 25, 2020

Berdasarkan Tabel 3.7 dapat diketahui bahwa kemampuan Etika Bisnis Islam dalam menjelaskan Perilaku Pedagang secara keseluruhan adalah 54,8%. Artinya ada 45,2% hal lainnya yang ikut mempengaruhi

Perilaku Pedagang bingkuang di kota Padang di luar variabel yang diteliti ini.

Sedangkan pada saat ada moderasi, kemampuan Etika Bisnis Islam dalam menjelaskan Perilaku Pedagang secara keseluruhan dapat dilihat menggunakan Tabel 3.8 berikut ini:

Tabel 3.8 Hasil Uji R² Dengan Moderasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575 ^a	.331	.317	3.96344

a. Predictors: (Constant), m, x1

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 25, 2020

Berdasarkan Tabel 3.8 di atas diketahui nilai R² sebesar 57,5%. Artinya ada 42,5% variabel lainnya yang ikut memberikan pengaruh dalam menjelaskan Perilaku Pedagang di luar Etika Bisnis Islam secara keseluruhan saat menggunakan Kepribadian sebagai moderasinya.

Hasil tersebut di atas telah menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islam cukup besar dapat menjelaskan Perilaku Pedagang di kota Padang dengan tanpa moderasi ataupun dengan memakai moderasi. Dan bahkan di dalam memoderasi Kepribadian mampu memperkuat Etika Bisnis Islam dalam menjelaskan Perilaku Pedagang di kota Padang ini.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijelaskan pada Bab 4 diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku pedagang bingkuang di kota Padang berperan positif dan signifikan. Artinya jika penerapan Etika Bisnis Islam semakin baik dan tinggi maka Perilaku Pedagang

juga akan semakin baik dan tinggi pula dalam melayani konsumen saat berbelanja. Sebaliknya jika penerapan Etika Bisnis Islam tidak bagus atau jelek, maka akan berdampak buruk pula pada Perilaku Pedagang bingkuang di kota ini dalam berdagang.

2. Jika dimoderasi oleh Kepribadian penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku pedagang bingkuang di kota Padang masih berperan positif dan signifikan. Artinya kemampuan Kepribadian untuk memoderasi Etika Bisnis Islam dengan Perilaku pedagang bingkuang di kota Padang kuat kuat.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan-pembahasan yang telah dilakukan di atas maka penulis menyarankan agar:

1. Para peneliti lain yang akan meneliti judul yang sama, agar mencari variabel lainnya di luar Etika Bisnis Islam yang ikut mempengaruhi Perilaku Pedagang bingkuang di kota Padang.
2. Disarankan kepada peneliti berikutnya untuk menambah dimensi dan indikator pada variabel Kepribadian sebagai variabel moderating di penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. (2012). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar, Madinah Depok, Prosiding Seminas, 1 (2) Arifin, *Evaluasi Pembelajaran*, (Jakarta: 2009)
- Afzalurrahman, *Muhammd Sebagai Seorang Pedagang Yayasan Swarna Bhummy*: (Jakarta: 2012)
- Arijanto, Agus, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012)

- Assa'diyah, S. H. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Kedawung Mojo Kediri.
- Azizi, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013)
- Devos, *Pengantar Etika*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005)
- Devos, 2007, *Pengantar Etika*, Tiara Wacana, Yogyakarta.
- Djakfar, Muhammad *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007)
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008)
- Dorland, Newman, *Kamus kedokteran Dorland*. (Jakarta: Edisi 29, 2002)
- Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006)
- Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Kedua*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006)
- Hakim, L. (2012). Internalisasi nilai-nilai agama islam dalam pembentukan sikap dan perilaku siswa Sekolah Dasar Islam Terpadu Al-Muttaqin Kota Tasikmalaya. *Jurnal Pendidikan Agama Islam-Ta'lim*, 10(1), 67-77.
- Hasan, *Filsafat Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Setia, 2011)
- Husein Umar, *Business an Introduction*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000)
- Hidayat, F. (2018). *Pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku bisnis syariah pada pengurus HIPSI Kota Semarang* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo Semarang). <http://eprints.walisongo.ac.id/8859/>
- Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002)

- Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009)
- Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996)
- M. Moefad, *Perilaku Individu dalam Masyarakat Kajian Komunikasi Social*, (Jombang: el-DeHA Press Fakultas Dakwah IKAHA, 2007)
- Nasution, N. J. (2018). *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Dengan Kepribadian Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Pasar Tradisional Kota Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). <http://repository.uin-suska.ac.id/15859/>
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Fokus Ekonomi*, 9(1).
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe2/article/view/1666>
- Ndun, A. V. E., Arjana, I. G. B., & Se, R. (2019). Pengaruh Persepsi, Sikap, dan Perilaku Terhadap Soft Skill Peserta Didik SMA Kristen 2 Kupang. *Ciencias: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 2(1), 1-14.
- Prastowo, Rokmad, *Karakteristik Sosial Ekonomi dan Perilaku Kerja Perempuan Pedagang Asongan*, (Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret, 2008)
- Purwanto, Djoko. *Komunikasi Bisnis*. (Jakarta: Erlangga, 2006)
- Qardawi, Yusuf, *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta: Rabbani Press, 2001)
- Rafik Issa Beekum, 2004, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004)

- Robbins SP, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: ed 12, Salemba Empat, 2006)
- Robbin, Stephen P. and Timothy A. Judge. 2015. *Organizational Behaviour*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rofiq, M. A. A. (2019). *Implementasi Etika Bisnis Islam di Baitul Mal Wat Tamwil Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung*.
- Sujatmiko, Eko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014)
- Simargono, R, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Reneka Cipta, cet ke 4, 2004)
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2009)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2003)
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinas*, (Bandung: alfabeta, 2013)
- Sujarweni, V. Wiratma. 2015. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta. Pustaka.
- Wazin, *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)*, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 1 No.1 Januari- Juni 2014
- Weller, B.F, *Kamus saku perawat*. (Jakarta: Edisi 22, 2005)
- Zakiyah dan Bintang Wirawan, *Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)*, *Jurnal Sociologie*, Vol. 1, No. 4

BIOGRAFI PENULIS

<p>First author's</p> 	<p>First Author obtained Bachelor Degree in magement program from Bung Hatta University in 1999, obtained Master Degree in Management Strategic from Andalas University in 2006, and now still be Doctoral of Magament at Putra Indonesia YPTK University in 2019. She has been a Lecturer with the Department of Management, University of Somewhere, since 2006 end 2018 July. And now, she has been a Lecturer with the Department of Economic Management, at Putra Indonesia YPTK University, since 2018 August. His current research interests include management, humand resources, and marketing management.</p>
<p>Second author's</p> 	<p>Second Author obtained Bachelor Degree in English Language from University of Negeri Padang in 2006, obtained Master Degree in Human Resources Management from Putra Indonesia University in 2013, and now still be Doctoral of Magament at Putra Indonesia University in 2019. She has been a Lecturer with the Department of Economic Management, Putra Indonesia YPTK University, since 2015. His current research interests include management and humand resources management.</p>
<p>Thirth author's¹</p> 	<p>Thirth Author obtained Bachelor economic from University of Putra Indonesia YPTK in 2005, obtained Master Degree in Finance Management from University of the same in 2008, and now still be Doctoral of Magament at Putra Indonesia University in 2019. She has been a Lecturer with the Department of Economic Management, University of Putra Indonesia YPTK, since 2008. His current research interests include finance, human resources, and bussnines related field.</p>