

ABSTRAK

Mayoritas pedagang di pasar Kayu Agung beragama Islam, sebagai seorang Muslim hendaknya senantiasa berpedoman kepada ajaran Islam dalam Al-Qur'an dan Sunnah yang diajarkan Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam, termasuk dalam aktivitas bisnis. Namun, pada kenyataannya masih dijumpai beberapa pedagang yang masih berbuat curang dalam menjual barang dagangannya demi memperoleh keuntungan yang bersifat duniawi, seperti menjual makanan yang mengandung bahan berbahaya berupa formalin dan masih ada pedagang yang tidak tepat dalam menimbang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang Muslim di pasar Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir secara parsial dan simultan. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang sembako yang ada di pasar Kayu Agung dan sampel yang diambil sebanyak 35 pedagang dengan menggunakan teknik simple random sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial pemahaman etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim dengan nilai $t_{hitung} 3.359 > t_{tabel}$ yaitu 2.03693 dan nilai probabilitas signifikansi $0.002 < 0.05$. Sedangkan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim dengan nilai $t_{hitung} 1.328 < t_{tabel}$ yaitu 2.03693 dan nilai probabilitas signifikansi $0.194 > 0.05$. Secara simultan pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim. Hal ini dapat dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 13.295 yang lebih besar dari F_{tabel} yaitu 3.295 dan probabilitas signifikansi $0.000 < 0.05$. Berdasarkan uji R² pengaruh yang diberikan oleh variabel pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang muslim adalah sebesar 45.4%, sedangkan sisanya 45.6% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar penelitian.

Kata kunci : etika bisnis Islam, religiusitas, perilaku pedagang.