

## ABSTRAK

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam menjalankan suatu bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip Al-Qur'an dan Hadist serta yang telah dicontohkan oleh nabi Muhammad SAW. Penelitian ini berjudul penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pada pedagang pasar tradisional. Objek penelitian ini bertempat di pasar tradisional Makarti Jaya kabupaten Banyuwasin. Tujuan penelitian ini untuk dapat mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pada pedagang pasar tradisional di kecamatan Makarti Jaya dan untuk mengetahui apa yang menjadi faktor pendukung serta penghambatnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan observasi langsung ke lapangan. Jenis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Di dalam penelitian ini teknik data yang digunakan antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu, kepala pasar, pedagang ikan, pedagang sayur, pedagang buah, dan pembeli yang ada di pasar Makarti Jaya. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pedagang di pasar Makarti Jaya belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam terutama dari segi prinsip keadilan dan tanggungjawab dalam memberikan kualitas barang, pedagang masih ada yang mencampurkan barang yang berkualitas baik dan yang berkualitas tidak baik untuk dijual, selain itu kurangnya keramahan pedagang kepada pembeli, serta masih ada pedagang yang melakukan pemaksaan kepada pembeli untuk membeli barang dagangannya. Namun, ada juga pedagang yang sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam, seperti prinsip ketauhidan, yang mana pedagang tetap menjalankan ibadah shalat dalam berjualan meskipun belum bisa tepat waktu, serta bersaing secara sehat antar sesama pedagang tanpa menjelekkkan satu sama lain dan memberikan tenggang waktu pembayaran kepada pembeli. Faktor pendukungnya yaitu rasa kekeluargaan yang selalu dikedepankan oleh pedagang. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu standar moral, agama, dan pendidikan pedagang yang masih cukup rendah, kenaikan harga BBM, serta belum adanya organisasi profesi bisnis dan manajemen untuk menegakkan kode etik bisnis dan manajemen di pasar Makarti Jaya.

***Kata Kunci : Penerapan, Etika Bisnis, Transaksi Jual Beli***