

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pemahaman pedagang dan pembeli mengenai etika pemasaran Islam serta penerapan pedagang dalam nilai-nilai etika pemasaran Islami di Pasar Air Bunga Kecamatan Buay Pemaca Kabupaten OKU Selatan Muara Dua. Jenis penelitian yang digunakan untuk sumber data termasuk penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Dan dalam proses analisis datanya menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwasannya: Pertama, pemahaman pembeli dan pedagang di Pasar Air Bunga mengenai etika pemasaran Islami dapat disimpulkan bahwa masih terdapat beberapa yang tidak mengetahui etika pemasaran Islami. Kedua, implementasi dalam kegiatan jual beli masih terdapat beberapa pedagang yang belum menerapkan nilai-nilai etika pemasaran Islami diantaranya yaitu kurangnya takaran timbangan, memberikan pelayanan tidak adil kepada pembeli, memaksa pembeli untuk membeli barang yang dijual, dan mencampur barang yang kualitas bagus dengan yang kurang bagus.

Kata kunci: Pedagang, Etika Pemasaran Islami, Pasar