

Korelasi Pemahaman Adab Jual Beli dengan Perilaku Bertransaksi pada Kegiatan *Market Day* Kelas V Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri

¹Nabila Aulia Sakinah, ²Agustiar

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Madani Yogyakarta, Indonesia

Email: nabilaauliasakinah@gmail.com, agustiartravel@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara pemahaman adab jual beli Islam dan perilaku bertransaksi peserta didik kelas V dalam kegiatan *Market Day*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan melibatkan 37 peserta didik kelas V Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri Tahun Ajaran 2025/2026 melalui teknik *total sampling*. Data dikumpulkan menggunakan angket skala Likert, observasi, dan dokumentasi. Analisis data meliputi uji normalitas Shapiro-Wilk, uji linearitas, dan korelasi Spearman Rank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman adab jual beli peserta didik berada pada kategori tinggi sebesar 51,4%, sedangkan perilaku bertransaksi berada pada kategori tinggi sebesar 62,2%. Hasil uji Spearman Rank menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,744 dengan nilai signifikansi $p = 0,000 < 0,05$. Dengan demikian, terdapat hubungan positif dan signifikan dengan kategori kuat antara pemahaman adab jual beli Islam dan perilaku bertransaksi peserta didik. Semakin tinggi pemahaman adab jual beli, semakin baik perilaku bertransaksi yang ditunjukkan dalam kegiatan *Market Day*. Temuan ini menegaskan bahwa *Market Day* dapat menjadi media pembelajaran kewirausahaan sekaligus pembentukan karakter Islami.

Kata Kunci: adab jual beli, perilaku bertransaksi, *Market Day*.

Abstract

This study aims to analyze the relationship between students' understanding of Islamic buying and selling ethics and their transaction behavior in the Market Day activity. This research employed a quantitative correlational approach involving 37 fifth-grade students at Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri in the 2025/2026 academic year using total sampling. Data were collected through Likert-scale questionnaires, observation, and documentation. Data analysis included the Shapiro-Wilk normality test, linearity test, and Spearman Rank correlation. The findings indicate that 51.4% of students had a high level of understanding of Islamic buying and selling ethics, while 62.2% demonstrated high transaction behavior. The Spearman Rank test yielded a correlation coefficient of 0.744 with a significance value of $p = 0.000 < 0.05$. Thus, there is a strong, positive, and significant relationship between students' understanding of Islamic buying and selling ethics and their transaction behavior. The higher the students' understanding, the better their transaction behavior during Market Day. These findings highlight that Market Day can function not only as an entrepreneurship learning activity but also as a medium for developing Islamic character.

Keywords: *Buying And Selling Ethics, Transaction Behavior, Market Day.*

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi, khususnya kegiatan jual beli merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia karena menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari (Mubaraq et al., 2024). Dalam perspektif Islam, kegiatan jual beli tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi moral dan spiritual. Segala bentuk transaksi yang dilakukan oleh seorang muslim harus senantiasa dilandasi dengan nilai-nilai kejujuran dan amanah serta menjauhi segala bentuk kezaliman terhadap pihak lain agar memperoleh keberkahan dalam jual beli (Al-Awwad, 2016). Islam memandang bahwa jual beli atau muamalah bukan sekedar proses pertukaran barang dan jasa, tetapi juga merupakan bentuk ibadah yang bernilai jika dilakukan dengan adab dan etika yang benar (Mubaraq et al., 2024). Dapat disimpulkan bahwa, setiap pelaku ekonomi dituntut untuk memiliki pemahaman yang baik mengenai adab dalam bermuamalah supaya tidak terjerumus pada praktik yang merugikan atau bertentangan dengan syariat.

Pendidikan tentang jual beli dalam perspektif Islam memiliki peran strategis untuk membentuk karakter dan moral masyarakat, khususnya pada generasi muda. Jual beli tidak hanya kegiatan saling menukar barang, tetapi juga sebagai sarana untuk menanamkan nilai amanah, kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan (Agustina & Aini, 2025). Pemahaman pada prinsip-prinsip jual beli ini perlu diberikan sejak dini kepada peserta didik supaya menyadari bahwa setiap transaksi memiliki nilai ibadah dan moral, sehingga adab jual beli menjadi fondasi moral yang dapat membedakan antara praktik ekonomi Islam dengan sistem ekonomi konvensional (Agustina & Aini, 2025).

Seiring dengan berkembangnya zaman, kegiatan jual beli juga mengalami perubahan yang signifikan, munculnya sistem transaksi digital melalui berbagai media platform daring telah mengubah pola interaksi jual beli di masyarakat. Meskipun kemajuan teknologi mempermudah kegiatan ekonomi, namun pada sisi lain juga menimbulkan tantangan baru terhadap penerapan nilai-nilai etika Islam. Banyak terjadi kasus penipuan, manipulasi harga, serta

penyalahgunaan kepercayaan dalam transaksi digital yang menunjukkan lemahnya penerapan adab jual beli dalam praktik modern. Oleh karena itu, perubahan ini menuntut pemahaman yang lebih mendalam terhadap adab jual beli sehingga setiap pelaku transaksi termasuk peserta didik dapat menerapkan nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitas ekonominya (Muchtar, 2025).

Pemahaman terhadap jual beli menjadi landasan penting dalam membangun perilaku bertransaksi yang etis dan bermoral. Meskipun pada jenjang pendidikan dasar seperti pada Salafiyah Ula (SU) atau Sekolah Dasar (SD) belum diberikan pembelajaran formal mengenai fikih muamalah atau adab jual beli secara teoritis, peserta didik tetap memperoleh pemahaman dasar secara alami melalui pembiasaan, pengamatan terhadap lingkungan, serta internalisasi nilai-nilai agama yang diajarkan di sekolah dan keluarga. Menurut Agustina, nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab merupakan bagian dari etika Islam yang dapat ditanamkan melalui pendidikan karakter, sehingga membentuk kesadaran moral bagi peserta didik dalam berinteraksi secara sosial dan ekonomi (Agustina & Aini, 2025).

Dalam konteks pendidikan Islam, pembelajaran tidak selalu bersifat kognitif melalui teori, tetapi juga berlangsung melalui *hidden curriculum* dan pengalaman langsung. Penanaman nilai-nilai Islam melalui pendidikan *life skills* dapat membentuk peserta didik yang berakhlak dan mampu menginternalisasi nilai-nilai moral dalam setiap aspek kehidupan (Susandi, 2020). Oleh karena itu, pemahaman terhadap adab jual beli pada anak usia sekolah dasar lebih dipahami sebagai hasil dari proses pembiasaan, keteladanan, dan pengalaman sosial yang dialami anak di lingkungan sekolah dan keluarga, bukan semata hasil dari pembelajaran kognitif formal. Pembelajaran yang melibatkan pengalaman belajar aktif dapat membentuk sikap dan perilaku peserta didik. Dalam penelitian ini, *Market Day* dipahami sebagai bentuk pembelajaran berbasis praktik yang memberikan pengalaman

langsung kepada peserta didik dalam menerapkan adab jual beli dalam kehidupan sehari-hari (Nurwahidah et al., 2022).

Dalam kenyataannya, masih banyak pelaku ekonomi, termasuk peserta didik, yang belum sepenuhnya memahami dan menerapkan adab jual beli dalam praktiknya. Kurangnya pemahaman terhadap prinsip muamalah sering menyebabkan terjadinya praktik jual beli yang mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan), yang pada akhirnya merugikan salah satu pihak (Mubaraq et al., 2024). Fenomena ini tidak hanya terjadi dalam masyarakat luas, akan tetapi dalam konteks pendidikan di mana peserta didik sering kali memahami nilai-nilai moral Islam secara umum, tetapi belum mampu mengaplikasikannya secara konsisten dalam perilaku nyata. Oleh karena itu, perlu adanya model pembelajaran yang tidak hanya berorientasi pada pengetahuan, tetapi juga pada penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik kehidupan sehari-hari.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan Islam untuk menanamkan nilai adab jual beli dan membentuk perilaku bertransaksi yang baik adalah melalui kegiatan *Market Day*. *Market Day* merupakan kegiatan pembelajaran berbasis praktik ekonomi yang memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk berperan sebagai penjual maupun pembeli secara langsung di lingkungan sekolah. Kegiatan ini bertujuan menumbuhkan jiwa kewirausahaan, melatih kemampuan komunikasi, serta mengembangkan sikap tanggung jawab, kerja sama, kejujuran, dan amanah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang menekankan nilai kejujuran (*shiddiq*), keadilan (*adl*), amanah, dan keterbukaan (Sari et al., 2024). Selain sebagai media pembelajaran ekonomi, *Market Day* juga menjadi sarana penguatan karakter dan internalisasi nilai-nilai Islam dengan mengajarkan cara jual beli yang benar, menumbuhkan kemandirian, kedisiplinan, tanggung jawab, dan kemampuan komunikasi yang selaras dengan syariat Islam ((Falakh, 2023). Melalui pengalaman nyata tersebut, *Market Day* dapat dikategorikan sebagai pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential*

learning) yang mengintegrasikan aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik peserta didik (Falakh, 2023).

Upaya menanamkan jiwa kewirausahaan dan nilai-nilai adab jual beli pada peserta didik sejak dini dapat dilakukan melalui kegiatan *Market Day*. Program ini telah diterapkan di berbagai lembaga pendidikan dasar Islam sebagai sarana pembinaan karakter, pengembangan *life skill*, dan keterampilan sosial peserta didik melalui praktik jual beli yang mengintegrasikan nilai-nilai fikih muamalah dan etika Islam (Hasnah, 2016). Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian (Falakh, 2023) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan perilaku peserta didik dalam kegiatan *Market Day* terhadap peningkatan jiwa kewirausahaan mereka, dengan kontribusi pengaruh sebesar 61,5%. Implementasi *Market Day* di berbagai sekolah dasar Islam menunjukkan perannya sebagai media pembinaan karakter dan adab bermuamalah. SD Islam Abu Dzar menanamkan nilai adab islami seperti berdoa, mengucapkan salam, bersikap jujur dalam transaksi, serta membiasakan rasa syukur (Dzar, n.d.). Pada SDIT Sunnah An-Najah mengajarkan adab jual beli seperti berdzikir ketika memasuki pasar, bersikap jujur dan amanah, serta menghindari perilaku berlebihan dalam bertransaksi (An-Najah, 2023). Sementara itu, SDIT Wildan mengembangkan kegiatan *Market Day* sebagai sarana pendidikan karakter melalui penanaman nilai kejujuran, tanggung jawab, kerja sama, dan kemandirian dalam praktik jual beli (Wildan, 2023). Berdasarkan berbagai temuan tersebut, *Market Day* dapat dikatakan sebagai media pembelajaran yang mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan dan juga sebagai penanaman nilai-nilai muamalah Islam secara aplikatif.

Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* berperan dalam pembentukan karakter peserta didik. (Dwinata et al., 2023) dalam penelitian berjudul "*Program Market Day Sebagai Sarana Pembinaan Karakter Kewirausahaan Peserta didik Sekolah Dasar*" menemukan bahwa kegiatan *Market Day* efektif menumbuhkan nilai tanggung jawab dan kerja

sama. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Anggraeni, 2023) yang berjudul *"Analisis Nilai-Nilai Karakter Pada Kegiatan Market Day di SD IT Alam Harapan Ummat Purbalingga"* dan menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* mampu menumbuhkan nilai kejujuran, disiplin, dan kemandirian. Selain itu, (Febriyanti et al., 2021) dalam penelitian berjudul *"Analisis Penanaman Nilai-Nilai Karakter Melalui Kegiatan Kewirausahaan Market Day di SDIT Abu Bakar Ash-Shiddiq"* menyimpulkan bahwa kegiatan tersebut berperan dalam membentuk karakter peserta didik melalui penanaman nilai kejujuran, disiplin, tanggung jawab, kemandirian, inovasi, dan kerja sama.

Penelitian lain yang relevan menunjukkan adanya hubungan antara pemahaman materi keagamaan dengan perilaku peserta didik. (Lubis, 2025), dalam skripsinya yang berjudul *"Pengaruh Pemahaman Materi Jual Beli Terhadap Etika Muamalah Peserta didik di Madrasah Tsanawiyah Al-Muhajirin Tapung"* menemukan bahwa pemahaman materi jual beli berpengaruh signifikan terhadap etika muamalah peserta didik dalam kehidupan sehari-hari. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Septiana, 2022) yang berjudul *"Hubungan Antara Tingkat Pemahaman Materi Pendidikan Agama Islam dengan Akhlak Peserta didik di Sekolah Menengah Kejuruan Tarbiyatunnasyiin Diwrek Jombang"* yang menunjukkan adanya hubungan positif antara tingkat pemahaman materi Pendidikan Agama Islam dengan pembentukan akhlakul karimah peserta didik.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti pada kegiatan *Market Day* di kelas V SU Islamic Centre Bin Baz Putri, dari bulan Agustus hingga bulan November 2025, kegiatan tersebut berjalan dengan tertib dan terarah. Sebagian besar peserta didik menunjukkan perilaku positif yang mencerminkan nilai-nilai adab jual beli, seperti mengantre dengan tertib, bersikap sabar, berbicara sopan, serta dapat bertanggung jawab terhadap barang dagangan dan sarana yang digunakan pada kegiatan tersebut. Namun, masih ditemukan beberapa perilaku yang menunjukkan bahwa pemahaman peserta didik terhadap adab jual beli belum sepenuhnya terbentuk. Beberapa

peserta didik terlihat menyela antrean, kurang sabar, berteriak atau tidak sopan dalam bertransaksi, tidak mengembalikan sarana yang telah digunakan, serta masih ada peserta didik yang kebingungan dalam memberikan uang kembalian.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Market Day* memiliki peran penting sebagai sarana pembelajaran nilai-nilai Islam serta penguatan karakter peserta didik. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji aspek pembentukan karakter dan jiwa kewirausahaan secara umum, dan belum secara spesifik menelaah korelasi antara pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik. Selain itu, sebagian kajian yang telah dilakukan masih bersifat deskriptif atau menggunakan pendekatan eksperimen sederhana, sehingga belum memberikan gambaran empiris yang komprehensif mengenai keterkaitan antara kedua variabel tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan meneliti korelasi antara pemahaman adab jual beli dan perilaku bertransaksi dalam kegiatan *Market Day* pada peserta didik kelas V di Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri.

Untuk memperkuat hasil pengamatan tersebut, peneliti melaksanakan observasi awal untuk mengetahui pemahaman awal peserta didik tentang adab jual beli dalam Islam. Hasil observasi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar peserta didik sudah memahami adab jual beli, namun belum seluruhnya mampu menerapkannya secara konsisten dalam praktik transaksi. Temuan ini menunjukkan adanya variasi pemahaman peserta didik mengenai adab jual beli yang berpengaruh terhadap perilaku mereka dalam bertransaksi. Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan sebagai upaya untuk mengetahui korelasi antara tingkat pemahaman adab jual beli dan perilaku jual beli peserta didik pada kegiatan *Market Day* di Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri melalui pendekatan korelasional.

Kebaruan (*Novelty*), penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional untuk mengukur korelasi antara tingkat pemahaman adab jual beli dan perilaku bertransaksi peserta didik dalam kegiatan *Market Day* di Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya khazanah kajian tentang implementasi nilai-nilai Islam dalam pendidikan ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan pendidikan karakter berbasis adab muamalah pada jenjang sekolah dasar.

Masalah ini dipilih untuk diteliti karena kegiatan *Market Day* merupakan media pendidikan karakter ekonomi yang bersifat kontekstual dan aplikatif. Namun, tanpa disertai pemahaman yang baik mengenai adab jual beli, kegiatan tersebut belum tentu mampu menginternalisasikan nilai-nilai pendidikan Islam secara optimal apabila tidak di dukung pemahaman adab jual beli yang memadai. Selain itu, pemahaman peserta didik mengenai adab jual beli umumnya diperoleh melalui lingkungan keluarga, masyarakat, dan pengalaman sehari-hari sehingga penting untuk mengetahui sejauh mana pemahaman tersebut berkaitan dengan perilaku mereka dalam melakukan transaksi ekonomi. Fokus penelitian ini diarahkan untuk mengetahui korelasi pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik dalam kegiatan *Market Day* kelas V SU Islamic Centre Bin Baz Putri tahun ajaran 2025/2026.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memperoleh gambaran empiris mengenai korelasi antara pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik dalam konteks pendidikan Islam di tingkat sekolah dasar. Fokus penelitian diarahkan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman non-formal peserta didik terhadap nilai-nilai Islam dalam muamalah tercermin dalam perilaku bertransaksi mereka pada kegiatan *Market Day* kelas V SU Islamic Centre Bin Baz Putri tahun ajaran 2025/2026. Kegiatan *Market Day* ini merupakan program yang telah dilaksanakan secara berkelanjutan selama kurang lebih 5 sampai 7 tahun dan dalam 2-3 tahun

terakhir mengalami peningkatan intensitas pelaksanaan. Saat ini, kegiatan tersebut dilaksanakan secara rutin setiap minggu pada hari Jumat, sehingga dalam satu semester kegiatan ini dilaksanakan sekitar 16 kali kegiatan.

Kegiatan *Market Day* melibatkan partisipasi dari seluruh peserta didik mulai dari kelas I hingga VI, dengan rata-rata sekitar 10 peserta didik per kelas berperan sebagai penjual, serta didukung oleh sistem pembiayaan mandiri melalui kontribusi sebesar 10% dari hasil penjualan peserta didik yang digunakan sebagai kas sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* merupakan program yang berskala luas, rutin, dan memiliki peran strategis dalam lingkungan sekolah.

Dari sisi kurikulum, kegiatan *Market Day* pada awalnya terintegrasi dalam Program Proyek Penguatan Profil Pelajar Rahmatan lil 'Alamin (P5RA) dengan tema kewirausahaan. Namun, seiring dengan perubahan kebijakan, kegiatan ini saat ini berada dalam kerangka Kurikulum Berbasis Cinta (KBC) dan dikategorikan sebagai kegiatan co-kurikuler yang berbasis pembiasaan (*hidden curriculum*). Dalam implementasinya, kegiatan ini belum memiliki capaian pembelajaran formal yang secara khusus mengatur aspek adab jual beli, tidak didahului dengan pembekalan materi yang sistematis, serta belum dilengkapi dengan standar operasional prosedur (SOP) dalam praktik transaksi. Nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kemampuan berkomunikasi lebih banyak diperoleh peserta didik melalui pengalaman langsung dalam praktik jual beli dibandingkan melalui pembelajaran terstruktur. Meskipun kegiatan *Market Day* telah berjalan secara rutin dan sistematis, hingga saat ini mengkaji tingkat pemahaman peserta didik terhadap adab jual beli dalam Islam maupun keterkaitannya dengan perilaku bertransaksi mereka.

Pihak sekolah juga mengungkapkan bahwa pemahaman peserta didik terkait adab jual beli masih berada pada tingkat dasar dan belum mendalam, serta belum diketahui secara pasti sejauh mana pemahaman tersebut tercermin dalam praktik transaksi yang dilakukan peserta didik selama

kegiatan berlangsung. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara praktik kegiatan kewirausahaan yang intensif dengan pemahaman nilai-nilai adab jual beli yang seharusnya menjadi landasan dalam aktivitas muamalah. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna menganalisis tingkat korelasi antara pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik dalam konteks kegiatan *Market Day*.

Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah berupa data empiris yang mengisi kesenjangan penelitian terdahulu, yang umumnya memfokuskan pada aspek kewirausahaan dan pembentukan karakter tanpa mengkaji korelasi antara pemahaman adab jual beli dan perilaku ekonomi peserta didik secara langsung. Sementara itu, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi guru dan pihak sekolah dalam mengembangkan model pembelajaran berbasis nilai-nilai Islam yang tidak hanya menekankan aspek kognitif, tetapi juga aspek afektif dan psikomotorik. Dengan demikian, peserta didik diharapkan mampu mengamalkan adab jual beli secara nyata dalam kehidupan sehari-hari sebagai wujud integrasi antara ilmu dan akhlak dalam pendidikan Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri pada semester genap Tahun Ajaran 2025/2026, dengan subjek penelitian peserta didik kelas V yang berjumlah 37 peserta didik. Pemilihan lokasi dan subjek didasarkan pada keterlibatan peserta didik dalam kegiatan *Market Day* yang menjadi sarana pembiasaan praktik muamalah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis korelasional, yang bertujuan mengetahui hubungan antara pemahaman adab jual beli sebagai variabel X dan perilaku bertransaksi peserta didik sebagai variabel Y tanpa memberikan perlakuan khusus. Populasi penelitian adalah seluruh peserta didik kelas V, dan karena jumlah populasi relatif kecil, seluruh anggota populasi dijadikan sampel dengan teknik *sampling jenuh/sensus*. Pengumpulan data dilakukan melalui angket tertutup dengan skala Likert

sebagai instrumen utama, serta observasi dan dokumentasi sebagai data pendukung. Angket disusun berdasarkan indikator pemahaman konsep dasar jual beli, etika dan adab bertransaksi, penerapan nilai-nilai Islam, kejujuran, tanggung jawab, dan sopan santun. Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya agar layak digunakan dalam pengumpulan data. Berdasarkan uji validitas terhadap 44 item, diperoleh 32 item valid dan 12 item tidak valid, sehingga hanya item yang memenuhi kriteria yang digunakan dalam penelitian (Syahroni, 2022).

Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan bantuan IBM SPSS melalui beberapa tahapan. Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai data penelitian melalui nilai mean, median, dan standar deviasi. Selanjutnya dilakukan uji validitas untuk mengetahui ketepatan setiap butir instrumen dan uji reliabilitas menggunakan teknik Cronbach's Alpha untuk mengetahui konsistensi instrumen. Sebelum dilakukan analisis korelasi, data diuji melalui uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui distribusi data pada masing-masing variabel, sedangkan uji linearitas digunakan untuk memastikan adanya hubungan linear antara variabel X dan Y. Apabila data memenuhi asumsi normalitas, analisis hubungan dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment; sedangkan apabila data tidak memenuhi asumsi tersebut, digunakan analisis korelasi nonparametrik seperti Spearman Rank atau Kendall's Tau (Sihotang, 2023).

Analisis utama penelitian menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk mengetahui arah dan tingkat hubungan antara pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik pada kegiatan Market Day. Interpretasi koefisien korelasi dilakukan berdasarkan tingkat hubungan, yaitu 0,00–0,199 sangat rendah, 0,20–0,399 rendah, 0,40–0,599 sedang, 0,60–0,799 kuat, dan 0,80–1,000 sangat kuat. Pengambilan keputusan dilakukan pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, yaitu apabila nilai $\text{Sig.} \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga terdapat hubungan yang signifikan

antara kedua variabel; sebaliknya, apabila nilai Sig. > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak. Dengan demikian, analisis ini diarahkan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai keterkaitan antara pemahaman adab jual beli dan perilaku bertransaksi peserta didik secara objektif dan terukur.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Pernyataan
H0 (Hipotesis Nol)	Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik pada kegiatan Market Day.
Ha (Hipotesis Alternatif)	Terdapat hubungan yang signifikan antara pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik pada kegiatan Market Day.

Berdasarkan hipotesis tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menguji apakah pemahaman adab jual beli memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku bertransaksi peserta didik dalam kegiatan Market Day. Pengujian dilakukan menggunakan analisis korelasi dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil analisis nantinya menjadi dasar dalam menentukan apakah H0 diterima atau ditolak dan apakah Ha diterima, sehingga dapat diketahui ada atau tidaknya hubungan antara kedua variabel yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah peserta didik kelas V SU Islamic Centre Binbaz Putri tahun ajaran 2025/2026 yang berjumlah 37 peserta didik. Pemilihan responden dilakukan menggunakan teknik total sampling, sehingga seluruh peserta didik kelas V dijadikan sebagai sampel penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini merupakan peserta didik perempuan karena penelitian dilaksanakan di lingkungan SU Islamic Centre Binbaz Putri. Selain itu, rata-rata rentang usia responden pada sekolah dasar kelas V, yaitu sekitar 10-11 tahun. Seluruh responden juga memiliki pengalaman dan keterlibatan yang relatif serupa dalam mengikuti kegiatan Market Day di sekolah. Kesamaan latar belakang responden tersebut

mendukung proses penelitian karena seluruh peserta didik memperoleh pengalaman pembelajaran dan pelaksanaan kegiatan Market Day dalam lingkungan yang sama. Maka, data yang diperoleh diharapkan dapat menggambarkan kondisi responden secara lebih terarah dan sesuai dengan fokus penelitian mengenai pemahaman adab jual beli dan perilaku bertransaksi peserta didik.

Deskripsi Data Hasil Penelitian

Deskripsi data hasil dalam penelitian kuantitatif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi data penelitian berdasarkan hasil dari pengukuran yang diperoleh dari responden. Deskripsi data menampilkan nilai minimum, maksimum, mean, standar deviasi, serta pengategorian data ke dalam kategori tertentu seperti tinggi, sedang, dan rendah. Dalam penelitian ini, analisis deskripsi data dan pengategorian data dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

Deskripsi variabel pemahaman adab jual beli

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Total_X	37	54	72	64,32	5,523
TOTAL_Y	37	41	60	53,78	5,255
Valid N (listwise)	37				

Gambar 1. Hasil Analisis Descriptive Variabel

Deskripsi data variabel pemahaman adab jual beli diperoleh berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 37 responden.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada variabel pemahaman adab jual beli (X) memperoleh nilai minimum sebesar 54, nilai maksimum sebesar 72, mean sebesar 64,32 serta standar deviasi sebesar 5,523. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel perilaku bertransaksi (Y) memperoleh nilai minimum sebesar 41, nilai maksimum sebesar 60, mean sebesar 53,78, serta standar deviasi sebesar 5,255.

Pemahaman adab_JB					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	7	18,9	18,9	18,9
	sedang	11	29,7	29,7	48,6
	tinggi	19	51,4	51,4	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Gambar 2. Kategori Variabel Pemahaman Adab Jual Beli (X)

Berdasarkan hasil pengategorian data variabel pemahaman adab jual beli, diperoleh sebanyak 7 peserta didik berada pada kategori rendah dengan persentase 18,9%, 11 peserta didik berada pada kategori sedang dengan persentase 29,7%, dan 19 peserta didik berada pada kategori tinggi dengan persentase 51,4%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar peserta didik kelas V SU ICBB putri memiliki tingkat pemahaman adab jual beli pada kategori tinggi.

Deskripsi variabel perilaku bertransaksi

Deskripsi data variabel perilaku bertransaksi diperoleh berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 37 responden.

Perilaku Bertransaksi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	5	13,5	13,5	13,5
	sedang	9	24,3	24,3	37,8
	tinggi	23	62,2	62,2	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Gambar 3. Kategori Variabel Perilaku Bertransaksi (Y)

Berdasarkan hasil pengategorian data variabel perilaku bertransaksi peserta didik, diperoleh sebanyak 5 peserta didik berada pada kategori rendah dengan persentase 13,5%, 9 peserta didik berada pada kategori sedang dengan persentase 24,3%, dan 23 peserta didik berada pada kategori tinggi dengan persentase 62,2%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar perilaku bertransaksi peserta didik kelas V SU ICBB putri berada pada kategori tinggi.

Dalam penelitian ini, selain menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data, peneliti juga menggunakan lembar observasi untuk mengamati perilaku bertransaksi peserta didik secara langsung pada saat kegiatan *Market Day* berlangsung. Berdasarkan hasil observasi, diperoleh nilai persentase sebesar 76,11%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perilaku bertransaksi peserta didik kelas V SU ICBB Putri telah mencerminkan pemahaman fikih jual beli dalam pelaksanaan kegiatan *Market Day*.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis diawali dengan uji normalitas Shapiro-Wilk menggunakan IBM SPSS karena jumlah sampel kurang dari 50 responden. Data dinyatakan normal apabila nilai Sig. > 0,05. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi variabel X sebesar 0,026 dan variabel Y sebesar 0,001, keduanya < 0,05, sehingga data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Total_X	,145	37	,046	,932	37	,026
TOTAL_Y	,204	37	,000	,887	37	,001

a. Lilliefors Significance Correction

Gambar 4. Uji Normalitas

Selanjutnya dilakukan uji linearitas untuk mengetahui bentuk hubungan kedua variabel. Hasil uji menunjukkan nilai Deviation from Linearity sebesar 0,973 > 0,05, sehingga hubungan antara pemahaman adab jual beli (X) dan perilaku bertransaksi (Y) dinyatakan linear.

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL_Y*Total_X	Between Groups	(Combined)	743,937	16	46,496	3,715	,003
		Linearity	674,454	1	674,454	53,884	,000
		Deviation from Linearity	69,483	15	4,632	,370	,973
	Within Groups		250,333	20	12,517		
	Total		994,270	36			

Gambar Hasil Uji Linear

Karena data tidak berdistribusi normal, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan korelasi Spearman Rank. Hasil analisis menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,744 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria interpretasi korelasi, nilai tersebut termasuk kategori kuat dan memiliki arah positif. Dengan demikian, semakin tinggi pemahaman adab jual beli peserta didik, semakin baik pula perilaku bertransaksi dalam kegiatan Market Day.

Correlations

		Total_X	TOTAL_Y
Spearman's rho	Total_X	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	37
	TOTAL_Y	Correlation Coefficient	,744**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar Hasil Uji Korelasi Spearman Rank

Berdasarkan hasil tersebut, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik pada kegiatan Market Day kelas V SU ICBB Putri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman adab jual beli peserta didik, tingkat perilaku bertransaksi peserta didik, serta korelasi pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi pada kegiatan Market Day kelas V SU Islamic Centre Bin Baz Putri Tahun Ajaran 2025/2026. Pengumpulan data penelitian dilaksanakan pada tanggal 03 Maret 2026 hingga 11 Mei 2026. Data yang telah terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan uji statistik, meliputi uji normalitas, uji linearitas, serta uji korelasi Spearman Rank untuk menguji hipotesis penelitian.

Tingkat Pemahaman Adab Jual Beli Peserta Didik

Berdasarkan hasil deskripsi data penelitian, tingkat pemahaman adab jual beli peserta didik kelas V SU ICBB Putri berada pada kategori tinggi. Hal tersebut ditunjukkan oleh persentase peserta didik pada kategori tinggi sebesar 51,4%, sedangkan kategori sedang sebesar 29,7% dan kategori rendah sebesar 18,9%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar peserta didik telah memiliki pemahaman yang baik mengenai adab jual beli dalam Islam, baik dalam memahami pengertian jual beli, etika bertransaksi, maupun penerapan nilai-nilai Islam dalam kegiatan Market Day.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa pemahaman merupakan kemampuan individu dalam menangkap makna dan memberikan respons terhadap informasi yang diterima (Bloom, 1956). Selain itu, pemahaman juga dapat ditunjukkan melalui kemampuan menafsirkan, mengklasifikasikan, menjelaskan, serta menghubungkan pengetahuan baru dengan pengalaman yang dimiliki peserta didik (Anderson et al., 2001). Dalam penelitian ini, kemampuan tersebut terlihat ketika peserta didik mampu memahami konsep jual beli dan menghubungkannya dengan praktik transaksi dalam kegiatan Market Day. Selain itu, pemahaman merupakan keterampilan intelektual yang dapat mengarahkan perilaku individu dalam situasi nyata (Gagné, 1977). Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman adab jual beli yang dimiliki peserta didik tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga dapat diterapkan dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Tingginya tingkat pemahaman peserta didik kemungkinan dipengaruhi oleh pembiasaan nilai-nilai Islam yang diterapkan di lingkungan sekolah melalui kegiatan pembelajaran maupun praktik langsung dalam kegiatan Market Day. Melalui kegiatan tersebut, peserta didik memperoleh pengalaman nyata dalam menerapkan konsep jual beli yang sesuai dengan syariat Islam sehingga pemahaman yang diperoleh tidak hanya melalui penjelasan dari guru saja, tetapi juga dari pengalaman langsung saat bertransaksi.

Temuan penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang relevan mengenai pelaksanaan Market Day sebagai sarana pembelajaran. Kegiatan Market Day dapat menjadi media pembelajaran yang menanamkan nilai kewirausahaan dan nilai-nilai muamalah Islam sejak dini (Hasnah, 2016). Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian lain yang menunjukkan bahwa kegiatan Market Day memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan peserta didik melalui pengalaman belajar secara langsung (Falakh, 2023). Oleh karena itu, kegiatan Market Day tidak hanya menjadi sarana praktik jual beli saja, tapi juga membantu peserta didik memahami nilai-nilai adab dalam transaksi sesuai dengan ajaran Islam.

Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar peserta didik telah menunjukkan perilaku yang mencerminkan adab jual beli, seperti berbicara dengan sopan, mengantre dengan tertib, dan bertanggung jawab terhadap barang dagangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemahaman yang dimiliki peserta didik telah tercermin dalam perilaku nyata selama kegiatan Market Day. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman adab jual beli peserta didik berada pada kategori tinggi. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman peserta didik terhadap materi jual beli, maka semakin baik pula etika muamalah peserta didik dalam kehidupan sehari-hari (Lubis, 2025). Selain itu, dalam penelitian lain juga menemukan adanya hubungan positif antara tingkat pemahaman materi pendidikan agama Islam dengan pembentukan akhlakul karimah peserta didik (Septiana, 2022). Hal tersebut memperkuat temuan penelitian ini yaitu bahwa pemahaman adab jual beli yang baik berpotensi mendukung terbentuknya perilaku bertransaksi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Tingkat Perilaku Bertransaksi Peserta Didik

Berdasarkan hasil pengategorian data variabel perilaku bertransaksi peserta didik, diperoleh sebanyak 5 peserta didik berada pada kategori rendah dengan persentase 13,5%, 9 peserta didik berada pada kategori sedang dengan persentase 24,3%, dan 23 peserta didik berada pada kategori tinggi

dengan persentase 62,2%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perilaku bertransaksi peserta didik kelas V SU ICBB Putri tahun ajaran 2025/2026 berada pada kategori tinggi. Selain menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data, peneliti juga menggunakan lembar observasi untuk mengamati perilaku bertransaksi peserta didik secara langsung pada saat kegiatan Market Day berlangsung. Berdasarkan hasil observasi, diperoleh nilai persentase sebesar 76,11%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perilaku bertransaksi peserta didik telah mencerminkan pemahaman adab jual beli dalam pelaksanaan Market Day.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar peserta didik mampu menerapkan perilaku bertransaksi yang baik selama kegiatan Market Day. Perilaku tersebut dapat dilihat melalui sikap jujur dalam menyampaikan kondisi barang, bertanggung jawab terhadap transaksi yang dilakukan, serta menggunakan bahasa yang sopan ketika berinteraksi dengan pembeli maupun penjual. Tingginya perilaku bertransaksi peserta didik menunjukkan bahwa kegiatan Market Day tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembelajaran ekonomi saja, tetapi juga menjadi media pembiasaan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Tingginya perilaku bertransaksi peserta didik dapat dijelaskan melalui teori behaviorisme. Perilaku merupakan respons yang dapat diamati secara langsung sebagai hasil interaksi individu dengan lingkungannya (Watson, 1913). Dalam penelitian ini, perilaku bertransaksi peserta didik dapat terlihat melalui tindakan nyata selama kegiatan Market Day, seperti bersikap jujur, mengantre dengan tertib, menjaga sopan santun saat berkomunikasi, serta bertanggung jawab dalam kegiatan jual beli. Selain itu, hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori operant conditioning yang menjelaskan bahwa perilaku terbentuk melalui proses belajar dan penguatan (reinforcement) (Skinner, 2024). Pelaksanaan kegiatan Market Day yang dilakukan secara rutin memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk memperoleh pengalaman belajar secara langsung sehingga perilaku positif dapat

berkembang melalui pembiasaan, dan penguatan yang diberikan oleh guru maupun lingkungan sekolah.

Dalam kegiatan Market Day, peserta didik belajar melalui pengamatan terhadap guru, teman sebaya, dan situasi transaksi yang mereka alami secara langsung. Peserta didik tidak hanya meniru perilaku yang baik, tetapi juga memahami bagaimana menerapkan nilai-nilai adab jual beli dalam praktik transaksi sehari-hari. Kondisi ini sejalan dengan teori Social learning yang menyatakan bahwa individu mempelajari perilaku melalui proses pengamatan terhadap lingkungan dan model yang berada di sekitarnya (Bandura, 1977). Melalui proses tersebut, peserta didik belajar meniru dan menerapkan perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam kegiatan transaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa perilaku bertransaksi yang sesuai dengan etika bisnis Islam tercermin melalui sikap jujur, tanggung jawab, saling menghormati, dan menjaga kepercayaan dalam kegiatan ekonomi (Hidayati & Syuhada', 2022). Karakteristik tersebut terlihat pada perilaku peserta didik selama pelaksanaan Market Day, baik ketika berperan sebagai penjual maupun pembeli. Temuan penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian yang relevan mengenai pelaksanaan Market Day. Kegiatan Market Day mampu membentuk karakter kewirausahaan peserta didik, seperti tanggung jawab, kerja sama, kreativitas, dan kemampuan komunikasi dalam kegiatan transaksi (Dwinata et al., 2023). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa kegiatan Market Day mampu menanamkan nilai-nilai karakter seperti kejujuran, disiplin, tanggung jawab, dan kemandirian pada peserta didik (Anggraeni, 2023). Selain itu, kegiatan Market Day berperan dalam membentuk karakter peserta didik melalui penanaman nilai kejujuran, disiplin, tanggung jawab, kemandirian, inovasi, dan kerja sama (Febriyanti et al., 2021). Hasil-hasil penelitian tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa kegiatan Market Day berkontribusi

terhadap pembentukan perilaku bertransaksi peserta didik yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Selain dipengaruhi oleh pembiasaan dan pengalaman belajar, tingginya perilaku bertransaksi peserta didik juga dapat dikaitkan dengan tingginya tingkat pemahaman adab jual beli yang dimiliki peserta didik. Pemahaman yang baik mengenai prinsip dan etika jual beli memungkinkan peserta didik menerapkan nilai-nilai tersebut dalam perilaku nyata selama kegiatan Market Day.

Korelasi antara Pemahaman Adab Jual Beli dengan Perilaku Bertransaksi

Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman Rank, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,744. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik pada kegiatan Market Day kelas V SU ICBB Putri. Adapun nilai koefisien korelasi sebesar 0,744 menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel berada pada kategori kuat dengan arah hubungan positif.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman adab jual beli peserta didik, maka semakin baik pula perilaku bertransaksi yang ditunjukkan dalam kegiatan Market Day. Sebaliknya, peserta didik yang memiliki tingkat pemahaman adab jual beli lebih rendah cenderung menunjukkan perilaku bertransaksi yang kurang sesuai dengan nilai-nilai adab dalam Islam. Maka dapat dikatakan bahwa pemahaman adab jual beli memiliki keterkaitan yang erat dengan perilaku bertransaksi peserta didik dalam kegiatan jual beli.

Temuan tersebut sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa pemahaman tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengingat informasi, tetapi juga kemampuan memahami makna dan menerapkan pengetahuan dalam situasi nyata (Bloom, 1956). Selain itu, pemahaman melibatkan kemampuan menafsirkan, menjelaskan, serta mengaplikasikan pengetahuan

yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari (Anderson et al., 2001). Dalam penelitian ini, peserta didik yang memiliki pemahaman lebih baik mengenai adab jual beli cenderung mampu menerapkan nilai-nilai tersebut dalam perilaku transaksi, seperti jujur, bertanggung jawab, dan sopan santun saat melakukan transaksi pada kegiatan Market Day.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa pemahaman materi jual beli berpengaruh signifikan terhadap etika muamalah peserta didik (Lubis, 2025). Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman peserta didik terhadap materi yang berkaitan dengan jual beli, semakin baik juga perilaku yang ditunjukkan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, terdapat hubungan positif antara tingkat pemahaman materi pendidikan agama Islam dengan akhlakul karimah peserta didik (Septiana, 2022). Kedua penelitian tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa aspek pemahaman memiliki keterkaitan dengan pembentukan perilaku peserta didik.

Hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui interaksi belajar sosial Bandura yang menyatakan bahwa perilaku terbentuk melalui interaksi antara faktor kognitif, lingkungan, dan pengalaman sosial (Bandura, 1977). Pemahaman adab jual beli yang dimiliki peserta didik menjadi faktor kognitif yang memengaruhi bagaimana peserta didik berperilaku saat bertransaksi. Sementara itu, perilaku dapat terbentuk melalui penguatan dan pembiasaan yang dilakukan secara berulang (Skinner, 2024). Dalam penelitian ini, kegiatan Market Day memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mempraktikkan nilai-nilai adab jual beli secara langsung sehingga perilaku positif dapat berkembang melalui pengalaman dan pembiasaan yang terus menerus.

Kegiatan Market Day di SU ICBB Putri merupakan bentuk pembelajaran kontekstual yang memberikan pengalaman langsung kepada peserta didik untuk menerapkan nilai-nilai adab jual beli dalam situasi nyata. Melalui kegiatan tersebut, peserta didik dibiasakan untuk bersikap jujur, bertanggung

jawab, disiplin, dan sopan dalam berinteraksi dengan orang lain. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kegiatan Market Day mampu membentuk karakter kewirausahaan peserta didik seperti tanggung jawab, kerja sama, dan kemampuan komunikasi (Dwinata et al., 2023). Penelitian lain juga menemukan bahwa kegiatan Market Day berkontribusi dalam pembentukan karakter positif peserta didik melalui penanaman nilai kejujuran, tanggung jawab, kerja sama, dan kemandirian (Anggraeni, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian dan didukung oleh teori serta penelitian yang relevan, dapat disimpulkan bahwa pemahaman adab jual beli memiliki hubungan yang kuat dengan perilaku bertransaksi peserta didik. Semakin baik pemahaman peserta didik mengenai adab jual beli, semakin baik juga perilaku bertransaksi yang ditunjukkan dalam kegiatan Market Day. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman nilai-nilai muamalah Islam yang disertai pembiasaan melalui pengalaman langsung dapat mendukung terbentuknya perilaku bertransaksi yang sesuai dengan ajaran Islam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pemahaman adab jual beli peserta didik kelas V SU ICBB Putri berada pada kategori tinggi, dengan 19 peserta didik (51,4%) berada pada kategori tinggi, 11 peserta didik (29,7%) kategori sedang, dan 7 peserta didik (18,9%) kategori rendah. Perilaku bertransaksi juga berada pada kategori tinggi, dengan 23 peserta didik (62,2%) kategori tinggi, 9 peserta didik (24,3%) kategori sedang, dan 5 peserta didik (13,5%) kategori rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar peserta didik telah memahami dan menerapkan nilai kejujuran, tanggung jawab, kesopanan, dan sikap adil dalam kegiatan Market Day.

Hasil uji Spearman Rank menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,744 dengan nilai signifikansi $p = 0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat hubungan positif dan signifikan dengan tingkat hubungan kuat antara pemahaman adab jual beli dan perilaku bertransaksi peserta didik. Dengan demikian, semakin tinggi pemahaman adab jual beli, semakin baik pula

perilaku bertransaksi peserta didik. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa Market Day tidak hanya menjadi sarana pembelajaran kewirausahaan, tetapi juga menjadi media pembiasaan dan pembentukan karakter Islami melalui praktik muamalah secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D., & Aini, F. M. (2025). Nilai-Nilai Etika Dalam Praktik Jual Beli Perspektif Fikih Muamalah. *SALSABIL: Jurnal Syariah Dan Hukum Ekonomi*, 1(2), 44–54.
- Al-Awwad, D. Bin G. (2016). *Adab Jual Beli Islami* (F. Irawan, Ed.). AQWAM MEDIA PROFETIKA.
- Anderson, L. W., Krathwohl, D. R., Airasian, P. W., Cruikshank, K. A., Pintrich, P. R., Raths, J., & Wittrock, M. C. (2001). *A TAXONOMY FOR LEARNING, TEACHING, AND ASSESSING A Revision of Bloom's TAXONOMY OF EDUCATIONAL OBJECTIVES*. Addison Wesley Longman, Inc.
- Anggraeni, F. U. (2023). *Analisis Nilai – Nilai Karakter Pada Kegiatan Market Day Di Sd It Alam Harapan Ummat Purbalingga*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO.
- An-Najah, S. S. (2023). *Pengajaran Adab Melalui Kegiatan Market Day SDIT Sunnah An-Najah*. SDIT An-Najah, Annajahtakegon.Sch.Id. <https://Annajahtakegon.Sch.Id/Pengajaran-Adab-Melalui-Kegiatan-Market-Day-Sdit-Sunnah-An-Najah/>
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice-Hall, Inc.
- Bloom, B. S. (1956). *TAXONOMY OF EDUCATIONAL OBJECTIVES The Classification Of Educational Goals*. DAVID Mckay COMPANY, INC.
- Dwinata, A., Asmarani, R., Sarumaha, M. S., Hikmah, N., & Pratiwi, E. Y. R. (2023). Program Market Day Sebagai Sarana Pembinaan Karakter Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 7(4), 2536–2544.
- Dzar, S. I. A. (N.D.). *Market Day Abu Dzar: Jual Beli Dengan Adab-Adab Islami*. SD Islam Abu Dzar Indonesia. Retrieved <https://Abudzar.Sch.Id/Index.Php/Blog-Sd/178-Market-Day-Abu-Dzar-Jual-Beli-Dengan-Adab-Adab-Islami>
- Falakh, M. N. (2023). *Pengaruh Perilaku Dalam Kegiatan Market Day Terhadap Jiwa Kewirausahaan Siswa Mi Terpadu Al-Barokah Tegalwaton Kabupaten Semarang*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SALATIGA 2023.
- Febriyanti, F., Mulyadiprana, A., & Nugraha, A. (2021). Analisis Penanaman Nilai-Nilai Karakter Melalui Kegiatan Kewirausahaan “ Market Day ” Di SD IT Abu Bakar Ash-Shiddiq. *PEDADIDAKTIKA : JURNAL ILMIAH PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR*, 8(1), 231–240.
- Gagné, R. M. (1977). *The Conditions Of Learning And Theory Of Instruction* (3rd Ed.). Robert Woodbury.
- Hasnah, I. (2016). *IMPLEMENTASI PROGRAM MARKET DAY DAN RELEVANSINYA DENGAN KURIKULUM PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI SDIT ALAM ZAID BIN TSABIT II MAGELANG*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.
- Hidayati, S., & Syuhada'. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Desa Kapas Bojonegoro). *ADILLA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 20–38.

- Lubis, M. D. A. I. (2025). *PENGARUH PEMAHAMAN MATERI JUAL BELI TERHADAP ETIKA MUAMALAH SISWA DI MADRASAH TSANAWIYAH AL-MUHAJIRIN TAPUNG*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU PEKANBARU.
- Mubaraq, F., Sajiddah, H., Mubaraq, F., Hidayat, A., & Wismanto. (2024). Pendidikan Jual Beli Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 2(1), 150–165.
- Muchtar, M. I. (2025). Etika Bisnis Dan Transaksi Digital Dalam Perspektif Hadis Ahkam: Kajian Tematik Atas Jual Beli Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 18576–18582.
- Nurwahidah, Y., Assidiq, M. L., & Maliki, M. (2022). JEROLD E. KEMP MODEL LEARNING DESIGN BASED ON MULTIMEDIA IN QUR ' AN HADITH LESSONS. *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 634–644. <https://doi.org/10.31538/Nzh.V5i2.2293>
- Sari, W. R., Sulistyowati, Mutafarida, B., Saka, D. N., & Subandono, A. (2024). TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN FIQH MUAMALAH TERHADAP PRAKTIK JASA KEPERANTARAAN. *QAWANIN JOURNAL OF ECONOMIC SYARIA LAW*, 8(7), 194–208. <https://doi.org/10.30762/Qaw.V8i2.460>
- Septiana, L. (2022). *HUBUNGAN ANTARA TINGKAT PEMAHAMAN MATERI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DENGAN Akhlak SISWA DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN TARBIYATUNNASYIIN DIWEK JOMBANG*. UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM JOMBANG.
- Sihotang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Skinner, B. F. (2024). *Science And Human Behavior Extended Edition*. B. F. Skinner Foundation.
- Susandi, A. (2020). Pendidikan Life Skills Dalam Penanaman Nilai-Nilai Agama Islam Di Sekolah Dasar. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 6(2), 95–111.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Ejurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56.
- Watson, B. Y. J. B. (1913). *Psychology As The Behaviorist Views It*.
- Wildan, S. (2023). *Pendidikan Karakter Melalui Kegiatan Market Day*. SDIT Wildan, [Sditwildan.Sch.Id](https://www.sditwildan.sch.id/Berita/Detail/429329/Pendidikan-Karakter-Melalui-Kegiatan-Market-Day/).
<https://www.sditwildan.sch.id/Berita/Detail/429329/Pendidikan-Karakter-Melalui-Kegiatan-Market-Day/>