ABSTRAK

Lailatul Badriyah. 210105010034. *Perilaku Pedagang dalam Perspektif Etika Bisnis Rasulullah di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin*, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Prof. Dr. Syaugi Mubarak Seff., MA dan H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.SI. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. 2025.

Kata Kunci: Pedagang, Etika Bisnis Rasulullah.

Penelitian ini berlatar belakang karena pentingnya etika bisnis Rasulullah dalam transaksi perdagangan yang dilakukan oleh pebisnis atau pedagang karena untuk menghindari kekeliruan dalam melakukan aktivitas bisnisnya dan agar sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku pedagang di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin berdasarkan prinsip etika bisnis Rasulullah, faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pedagang, dan strategi untuk mendorong perilaku pedagang sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Rasulullah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pedagang di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin berdasarkan prinsip etika Bisnis Rasulullah menunjukan para pedagang menerapkan sikap *Shiddiq* (jujur), *Amanah* (dipercaya), *Tabligh* (menyampaikan), *Fathanah* (cerdas). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pedagang di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti persaingan antar pedagang, harga barang dari pemasok, serta regulasi pasar yang berlaku. Jika pedagang lain menurunkan harga, maka para pedagang harus mempunyai strategi untuk mengatur harga supaya tidak rugi. Para pedagang menyadari untuk tetap bertahan dan berkembang, harus mampu beradaptasi dengan perubahan pasar tanpa meninggalkan nilai-nilai yang di yakini. Faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang yaitu perubahan pendapat konsumen, persaingan, serta pendidikan dan pelatihan. Persaingan, tingginya tingkat persaingan mengakibatkan para pedagang untuk menjadi lebih kreatif dan efisien.