

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

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: 151). 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: 68-69). 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: 151-152). 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 dan 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 (Mubaraq *et al.*, 2024).

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: 18579-18580).

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 dan Aini, 2025: 46).

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: 105). 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: 160-161). 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: 200-203). 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: 4). 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: 10-11).

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.

## **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Kegiatan *Market Day* telah dilaksanakan secara rutin, namun belum diketahui sejauh mana kegiatan tersebut mampu mendukung penerapan adab jual beli Islam dalam perilaku bertransaksi peserta didik.
2. Pemahaman peserta didik mengenai adab jual beli dalam Islam masih bervariasi dan belum sepenuhnya tercermin dalam perilaku bertransaksi.
3. Masih ditemukan perilaku bertransaksi yang kurang sesuai dengan adab jual beli Islam, seperti kurang tertib dalam antrean, kurang sabar, kurang santun dalam berkomunikasi, dan kesulitan dalam mengelola uang kembalian.
4. Belum diketahui secara empiris hubungan antara tingkat pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik dalam kegiatan *Market Day*.

## **C. Pembatasan Masalah Penelitian**

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus, permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada aspek-aspek berikut:

1. Penelitian ini hanya menelaah korelasi antara tingkat pemahaman adab jual beli dan perilaku bertransaksi peserta didik.
2. Subjek penelitian dibatasi pada peserta didik kelas V di Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri

3. Kegiatan yang menjadi konteks penelitian adalah *Market Day* sebagai bentuk pembelajaran praktik muamalah di lingkungan sekolah.
4. Variabel yang dikaji terdiri dari dua variabel utama, yaitu pemahaman adab jual beli sebagai variabel X dan perilaku bertransaksi sebagai variabel Y.

#### **D. Perumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tingkat pemahaman peserta didik kelas V Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri terhadap adab jual beli dalam Islam?
2. Bagaimanakah tingkat perilaku bertransaksi peserta didik kelas V Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri dalam kegiatan *Market Day*?
3. Apakah terdapat korelasi yang signifikan antara tingkat pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik dalam kegiatan *Market Day* di Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan perumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta didik kelas V Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri mengenai adab jual beli dalam Islam.
2. Untuk mengukur tingkat perilaku bertransaksi peserta didik kelas V dalam kegiatan *Market Day* di Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri.
3. Untuk menganalisis korelasi antara tingkat pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik dalam kegiatan *Market Day* di Salafiyah Ula Islamic Centre Bin Baz Putri.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmiah dalam bidang pendidikan Islam, khususnya yang berkaitan dengan pembinaan adab muamalah dan perilaku transaksi peserta didik pada jenjang sekolah dasar. Selain itu, penelitian ini juga

diharapkan memperkaya literatur mengenai integrasi nilai-nilai Islam dalam pembelajaran berbasis praktik melalui kegiatan *Market Day*.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Pendidik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pendidik dalam merancang strategi pembelajaran yang mengintegrasikan teori dan praktik adab jual beli, serta dapat memahami korelasi antara pengetahuan yang diberikan dengan perilaku nyata yang ditunjukkan oleh peserta didik dalam kegiatan bertransaksi dan interaksi sosial di sekolah.

### b. Bagi Peserta Didik

Melalui penelitian ini, peserta didik diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran mengenai pentingnya adab jual beli dalam kehidupan sehari-hari, serta terbentuk karakter yang jujur, amanah, santun, serta memiliki etika yang baik dalam bermuamalah sesuai dengan nilai-nilai Islam.

### c. Bagi Sekolah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap pelaksanaan program *Market Day* sebagai media pembelajaran akhlak dan ekonomi di sekolah. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan dasar dalam pengembangan program pembiasaan adab muamalah secara lebih sistematis, berkelanjutan, dan kontekstual.

### d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik dan landasan konseptual bagi penelitian lanjutan yang mengkaji korelasi nilai-nilai adab muamalah dengan perilaku peserta didik, serta membuka peluang pengembangan pendekatan baru dalam pendidikan karakter Islami di sekolah dasar.

## G. Sistematika Penulisan

Sistematika adalah kerangka dari urutan yang akan dibahas dalam skripsi yang terdiri dari 3 bagian yaitu:

### 1. Bagian Awal

Pada bagian awal meliputi halaman judul, halaman nota dinas, halaman pernyataan keaslian tulisan, halaman pengesahan, halaman persembahan, kata pengantar dan daftar isi.

### 2. Bagian Isi

Pada bagian ini terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

#### a. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

#### b. Bab II Tinjauan Teori

Pada bab ini akan dibahas tentang hal yang berkaitan dengan judul yaitu “korelasi antara pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi pada kegiatan *Market Day* kelas V SU Islamic Centre Binbaz Putri Tahun Ajaran 2025/2026” seperti landasan teori variabel X dan Y, definisi operasional, kerangka berpikir, serta penelitian yang relevan.

#### c. Bab III Penyajian Data dan Analisis Data

Pada bab ini, peneliti memaparkan mengenai tempat dan waktu penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji coba penelitian, hipotesis penelitian, serta teknik analisis data.

#### d. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini berisi deskripsi data hasil penelitian, pengolahan data, dan pembahasan hasil penelitian.

#### e. Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran penelitian.

### 3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan biodata peneliti.