

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. 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.

B. 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.

1. Deskripsi variabel pemahaman adab jual beli

Descriptives

	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.

		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.

2. 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*.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Shapiro-Wilk dengan menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS karena jumlah sampel penelitian kurang dari 50 responden. Terdapat dua dasar

pengambilan keputusan dalam uji normalitas, jika nilai signifikansi (*Sig.*) > 0,05, maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai *Sig.* < 0,05, maka data 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

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk, diperoleh nilai signifikansi variabel X sebesar 0,026 dan variabel Y sebesar 0,001. Karena kedua nilai signifikansi tersebut < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data variabel pemahaman adab jual beli dan variabel perilaku bertransaksi tidak berdistribusi normal. Kondisi ini menunjukkan bahwa distribusi skor responden pada kedua variabel tidak mengikuti pola distribusi normal sehingga pengujian hipotesis dilakukan menggunakan statistik non-parametrik, yaitu korelasi Spearman Rank.

2. Uji Linearitas

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 5. Hasil Uji Linear

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel ANOVA, diperoleh nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,973 atau > 0,05. Hasil

tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi dinyatakan linear.

Meskipun hubungan antarvariabel dinyatakan linear, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu, pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *Spearman Rank* sebagai uji non-parametrik yang sesuai dengan karakteristik data penelitian.

3. Hasil Uji Korelasi

Berdasarkan hasil uji prasyarat analisis, diperoleh data penelitian bahwa data tidak berdistribusi normal, sehingga uji hipotesis dalam penelitian ini tidak menggunakan statistik parametrik *Pearson Product Moment*. Melainkan menggunakan statistik non-parametrik yaitu uji *Spearman Rank*. Uji *Spearman Rank* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel pemahaman adab jual beli (X) dengan perilaku bertransaksi (Y) peserta didik pada kegiatan *Market Day*. Berikut tabel interval koefisien uji korelasi menurut Sugiyono (2023):

Tabel 15. Interval Koefisien Uji Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

(Sugiyono, 2023)

Correlations

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

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

Gambar 6. Hasil Uji Korelasi Spearman Rank

Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman Rank, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,744 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik pada kegiatan *Market Day*.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,744 menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel berada pada kategori kuat dan memiliki arah hubungan positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman adab jual beli peserta didik, maka semakin baik perilaku bertransaksi yang ditunjukkan dalam kegiatan *Market Day*.

Berdasarkan hasil uji statistik tersebut, dapat disimpulkan bahwa:
 H_0 : ditolak, karena nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga tidak terdapat cukup bukti untuk menerima hipotesis nol.
 H_a : diterima, karena terdapat hubungan positif dan signifikan antara pemahaman adab jual beli dengan perilaku bertransaksi peserta didik pada kegiatan *Market Day* kelas V SU ICBB Putri.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

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.

1. 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.

2. 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 dan 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*.

3. 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 konstektual 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.