

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Implementasi Etika bisnis Islam pada pasar Karangkobar Kabupaten Banjarnegara. (2) Perilaku pedagang muslim pada pasar Karangkobar Kabupaten Banjarnegara. (3) Pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim pada pasar Karangkobar Kabupaten Banjarnegara.

Sampel dalam penelitian ini adalah 87 orang. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan dokumen. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Implementasi Etika bisnis Islam pada Pasar Kabangkobar Kabupaten Banjarnegara baik dalam pelaksanaannya. Artinya bahwa etika bisnis Islam telah dipersepsi baik oleh responden apabila dipersepsi dengan indikator *Shidiq, Fatanah, Amanah, Tabligh dan Istiqamah*. (2) Perilaku pedagang muslim pada pasar Karangkobar Kabupaten Banjarnegara baik dalam pelaksanaannya. Artinya bahwa perilaku pedagang muslim telah dipersepsi baik oleh responden apabila dipersepsi dengan indikator *Taqwa, aqsid dan khidma*. (3) Etika bisnis Islam berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pedagang muslim pada pasar Karangkobar Kabupaten Banjarnegara. Artinya bahwa etika bisnis Islam yang dipersepsi dari inikator *Shidiq, Fatanah, Amanah, Tabligh dan Istiqamah* dapat memperbaiki perilaku pedagang muslim yang terimplementasi pada *takwa, aqsid dan khidma*.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam dan Perilaku Pedagang Muslim.

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out: (1) Implementation Islamic business ethics on the Karangobar market in Banjarengara Regency. (2) The behavior of Muslim traders on the Karangobar market in Banjarengara Regency. (3) Effect of Islamic business ethics on the behavior of Muslim traders on the Karangobar market in Banjarnegara Regency. The sample in this study were 87 people. this research is survey research with data collection methods using questionnaires and documentation. The analysis tool used is Simple Linear Regression. The results of this study indicate that (1) Implementation Islamic business ethics in the Karangobar market Banjarnegara Regency is good in its implementation. it means that Islamic business ethics has been perceived both by respondents Apalbila perceived by the indicators Shidiq, Fatanah, amanah, tabligh and istiqamah. (2) The behavior of traders in the Karangobar market in Banjarnegara Regency is good in its implementation. This means that the behavior of Muslim traders has been perceived both by respondents when it is perceived by indicators of piety, piety and khidma. (3) Islamic business ethics has a significant positive effect on the behavior of Muslim traders on the Karangobar market in Banjarnegara Regency. It means that Islamic business ethics is prescribed by Shidiq, Fatanah, trust, tabligh and istiqamah indicators can improve Muslim traders' behavior implemented in piety, aqid and khidma

Keywords: Islamic Business Ethics and Muslim Trader Behavior.