



Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli pada Pedagang Ikan di Pasar Tradisional Pagesangan

¹Sahman Z, ²Misyatun

^{1,2}Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

zsahman01@gmail.com¹, misyatun513@gmail.com²

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 15-06-2023

Revised : 03-08-2023

Accepted : 19-08-2023

Online : 01-09-2023

Keywords:

Business Ethics;

Buying And Selling;

Fish Traders In The Traditional Market Of Mataram.

Kata Kunci:

Etika Bisnis,

Jual Beli;

Pedagang Ikan Pasar Tradisional Pagesangan Mataram.

ABSTRACT

Abstract: This study aims to analyze the application of Islamic business ethics in fish buying and selling transactions in the traditional market of Pagesangan, Mataram. The traditional market of Pagesangan, as the center of the local fish trade, has transaction dynamics that are influenced by various social and economic factors, including the application of Islamic business ethics principles such as honesty, fairness, and transparency. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques in the form of in-depth interviews, participatory observations, and documentation. The results of the study show that although some traders have tried to apply Islamic business ethics principles, such as providing honest information about the quality of fish and setting reasonable prices. Fish traders face challenges in maintaining quality and prices in accordance with Islamic standards due to economic pressures and fierce competition. In addition, traders' understanding of the principles of Islamic business ethics is still limited, which indicates the need for further education.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli ikan di pasar tradisional Pagesangan, Mataram. Pasar tradisional Pagesangan, sebagai pusat perdagangan ikan lokal, memiliki dinamika transaksi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial dan ekonomi, termasuk penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sebagian pedagang telah berusaha menerapkan prinsip etika bisnis Islam, seperti memberikan informasi yang jujur tentang kualitas ikan dan menetapkan harga yang wajar. Pedagang ikan menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas dan harga yang sesuai dengan standar Islam akibat tekanan ekonomi dan persaingan yang ketat. Selain itu, pemahaman pedagang tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam masih terbatas, yang mengindikasikan perlunya edukasi lebih lanjut.



<https://doi.org/10.31764/jseit.v4i1>



This is an open access article under the **CC-BY-SA** license

A. LATAR BELAKANG

Agama Islam mengatur setiap segi kehidupan umatnya. Mengatur hubungan seorang hamba dengan Tuhannya yang biasa disebut dengan muamalah min Allah dan mengatur pula hubungan dengan sesamanya yang disebut dengan muamalah ala an-nas, yaitu muamalah jual beli. Hubungan dengan sesama manusia inilah yang melahirkan suatu cabang ilmu dalam Islam yang dikenal dengan fiqh muamalah (Jamaluddin, 2017). Dunia bisnis tidak lepas kaitannya dengan etika bisnis dalam hal ini terdapat etika-etika yang berlaku. Hubungan

bisnis dan masyarakat tak terpisahkan dalam bisnis terdapat etika khusus untuk melakukan bisnis. Etika ini Antara rekan bisnis dan etika bisnis kepada masyarakat Hubungan langsung atau tidak langsung, hal tersebut bertujuan agar para pelaku bisnis dalam (Ramadhany et al., 2023). Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat eksis secara terisolasi tetapi harus berinteraksi dengan sesama. Keberadaan manusia sebagai makhluk sosial (Panggabean, 2017). Pada dasarnya, Kehidupan di alam semesta ini terkait erat dengan praktik jual-beli, suatu bentuk pertolongan antarindividu. Namun, dalam aktivitas komersial, individu harus menyadari apa yang seharusnya dikejar dan apa yang seharusnya dihindari, membedakan antara yang halal dan haram, menghindari korupsi, kebohongan, dan menjauhi riba.

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat di niatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada tuhan, maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan kita di dunia yang “dibisniskan” (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Disamping itu juga, Islam tidak membiarkan pemilik harta bebas secara mutlak mendapatkan hartanya kecuali dengan jalan perniagaan, karena melalui perniagaan perekonomian suatu (Kaharudin, 2022).

Pada pelaksanaannya, Islam telah menjelaskan mengenai tata cara etika dalam berbisnis dan objek yang diperjualbelikan serta mengatur lalu lintas kegiatan perdagangan. Para pedagang harus mempunyai sifat jujur dalam transaksi jual belinya dengan memberitahukan secara jelas kepada pembeli bahwa barang yang dijualnya itu bekas atau ada unsur cacatnya, sehingga pembeli ketika melangsungkan transaksi jual beli dalam keadaan suka rela, puas dan merasa tidak tertipu atau dirugikan. Kelengkapan suatu informasi merupakan daya tarik tersendiri karena kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya, kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh pembeli, Islam telah melarang tindak pemalsuan dan penipuan dalam bentuk apapun. Berbisnis atau berdagang adalah sarana untuk membuka pintu rezeki yang barakah jika bisnis tersebut dilakukan secara transparan seperti yang dicontohkan oleh rasullullah saw. Sebagaimana dijelaskan dalam sebuah hadist: Artinya: *“Orang yang bertransaksi jual beli masing-masing memiliki hak khyar (membatalkan atau melanjutkan transaksi) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan terbuka, maka keduanya akan mendapatkan*

keberkahan dalam jual beli, tetapi jika keduanya berdusta dan tidak terbuka, maka keberkahan jual beli antara keduanya hilang (H.R Bukhari Muslim).

Hadist tersebut menjelaskan bahwasannya dalam berjual beli ada tawar menawar selama belum berpisah. Dan menerangkan tentang etika kedua orang yang bertransaksi agar sama-sama jujur tidak merugikan salah satu pihak. Serta menjelaskan bahwa dalam berbisnis yang dicari bukan hanya profit saja melainkan untuk menyertakan keberkahan juga, karena dengan (Eri Nur Azizah et al., 2023). Perdagangan adalah aktivitas global yang mencakup pertukaran kebutuhan dasar hingga barang mewah Rasulullah terlibat dalam bisnis, mulai pada usia tujuh tahun ketika pamannya Abu Tholib memperkenalkannya dalam berdagang dengan Suriah. Saat beliau dewasa, Muhammad semakin intens terlibat dalam berdagang, baik secara independen maupun bermitra dengan orang lain. Ajaran Islam tentang jual-beli menetapkan aturan hukumnya, seperti yang diajarkan oleh Rasulullah. Ini melibatkan syarat-syarat penting, prasyarat, dan bentuk-bentuk transaksi yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan dalam dunia perdagangan yang terus berkembang (Tohawi et al., 2023).

Salah satu sarana jual beli adalah pasar yang merupakan tempat berkumpulnya penjual dan pembeli. Pasar adalah tempat terjadinya transaksi dari setiap pihak yang saling memiliki kepentingan (Aldrian, M.E, 2023). Posisi pasar bagi masyarakat, investor dan pemerintah menjadi begitu penting untuk dipahami apalagi dilihat dari segi aktivitas pasar yang semakin hari semakin berubah. Seiring perkembangan zaman sektor ekonomi juga menimbulkan persaingan yang ketat antar pedagang. Berbagai cara dilakukan untuk mencari keuntungan, sehingga tidak jarang terjadi penyimpangan-penyimpangan di dalam pasar. Pasar merupakan salah satu tempat bertemunya para penjual dan pembeli dalam menentukan barang yang sesuai dengan keinginan konsumen hakikatnya tingkat kejujuran yang tinggi harus dimiliki oleh setiap pedagang, namun pada kenyataannya dalam pasar terdapat pergeseran etika dagang ataupun bisnis. Para pedagang akan melakukan berbagai macam cara untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa memperdulikan kerugian yang dialami oleh satu pihak. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar, mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang yang dijual. Kelengkapan suatu informasi merupakan daya tarik tersendiri karena kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk (Kaisupy et al., 2023).

Salah satu sisi yang baik adanya Pasar Tradisional, selain merupakan sebagai sarana tempat berdagang untuk meningkatkan perekonomian masyarakat (Yunitasari, 2019). Namun masing-masing pedagang menginginkan usaha yang dibangunnya bisa berjalan dengan baik dan mampu bersaing dengan para pedagang lain. Sehingga tidak jarang kalau pedagang menghalalkan segala cara untuk bersaing dalam perdagangan. Pasar tradisional Pagesangan, yang terletak

di wilayah Indonesia, merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang penting bagi masyarakat sekitar. Pasar ini memiliki berbagai jenis barang dagangan, salah satunya adalah ikan yang menjadi komoditas utama bagi para pedagang. Dalam transaksi jual beli, pedagang ikan di pasar tradisional menghadapi berbagai tantangan, baik dari segi ekonomi maupun sosial, yang memerlukan pedoman dalam menjalankan usaha agar tetap berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi semua pihak.

Di dalam Islam, etika bisnis sangat ditekankan untuk menjamin bahwa kegiatan ekonomi dilakukan dengan cara yang adil, transparan, dan tidak merugikan pihak lain. Etika bisnis Islam menuntut para pelaku ekonomi untuk menerapkan prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, tidak melakukan penipuan, serta saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Hal ini sangat relevan dengan kegiatan jual beli di pasar tradisional, di mana interaksi antara pedagang dan pembeli sangat langsung dan sering kali dilakukan tanpa adanya perantara yang jelas. Namun, dalam kenyataannya, para pedagang ikan di pasar tradisional sering kali menghadapi berbagai praktik yang mungkin bertentangan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti menjual Kembali ikan yang tidak laku, penipuan mengenai kualitas barang, atau tawar-menawar dalam proses transaksi. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional sangat penting untuk memastikan bahwa praktik-praktik tersebut dapat diminimalisir.

Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli ikan di pasar Pagesangan bertujuan untuk memperbaiki kualitas transaksi yang dilakukan oleh para pedagang, menjaga hubungan baik antara pedagang dan pembeli, serta meningkatkan kesejahteraan kedua belah pihak. Selain itu, penerapan etika ini juga dapat mendukung keberlanjutan usaha pedagang ikan dengan menciptakan kepercayaan di kalangan pembeli, yang pada gilirannya dapat meningkatkan volume transaksi dan keuntungan bagi para pedagang.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan peneliti gunakan adalah pendekatan kualitatif karena pendekatan kualitatif lebih mudah dan lebih peka dengan keadaan lingkungan sehingga dapat menyesuaikan diri dengan banyaknya penajaman dari pengaruh Bersama dan pola-pola nilai yang dihadapri dengan tujuan uuntuk membuat penelitian menulis secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sfat populasi yang ada di tempat penelitian tersebut (Bado, 2022).

Penelitian kualitatif berupaya menemukan data secara terperinci dari kasus tertentu, seringkali dengan tujuan menemukan bagaimana sesuatu terjadi. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk membuat suatu fakta dapat di pahami dan seringkali tidak menekankan pada penarikan kesimpulan

(generalisasi). Atau tidak menekankan pada pikiran (prediksi) dari berbagai pola (yang ditemukan). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang ditinjau untuk mengembangkan dan menganalisis suatu kejadian, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, serta pemikiran seseorang atau kelompok. Menurut Sukardi, penelitian kualitatif adalah metodologi penelitian yang berupaya menggambarkan dan mengimplementasikan objek secara sederhana. Hal ini dilakukan dengan tujuan mengumpulkan data, mengelola data, menyimpulkan dan melaporkan data sesuai dengan tujuan penelitian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian Etika Bisnis

Etika secara etimologi berasal dari kata Yunani yaitu *Ethos* yang memiliki arti sebagai adat istiadat atau kebiasaan. Etika secara terminology merupakan suatu nilai dan norma dalam suatu lingkungan atau kehidupan di Masyarakat. Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup dari seseorang tentang kehidupan yang baik atau buruk dan (Faradisa & dkk, 2023). Etika di dalam kelompok masyarakat tercipta karena warisan – warisan dari kelompok sebelumnya dari satu orang ke orang yang lain atau dari generasi kepada generasi lainnya. Kebiasaan-kebiasaan ini bisa menjadi perilaku bagi kehidupan seseorang yang menjadikannya memiliki ciri bahwa ia berada di dalam kelompok masyarakat tersebut. Etika adalah segala hal mengenai tindakan atau perbuatan seseorang yang terlihat (Setiadi, 2024).

Etika bisnis adalah segmen etika terapan yang mencoba untuk mengontrol dan memeriksa pengaturan moral dan etika perusahaan. Ia juga mendalami seberapa baik atau buruk badan usaha membahas masalah-masalah moral dan etika dan menunjukkan apa yang salah dalam proses alami mereka. Ini mencakup semua aspek bisnis dari produksi untuk administrasi, keuangan dan pemasaran. (Hilmi et al., 2018). Etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis. Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma yang mana para pelaku bisnis harus menjunjungnya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat (Islam, A 2023).

Etika bisnis dalam Islam merupakan sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Qur'an dan sunnaterrasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya (Ihna Nilava, 2020).

2. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan al-bai" yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal albai" dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata asyira (beli). Dengan demikian, kata al-bai" berarti jual (susiawati, 2017).

- a. Jual beli dilakukan oleh dua orang (dua pihak) yang saling melakukan kegiatan tukar-menukar.
- b. Tukar-menukar tersebut atas suatu harta (barang). Atau sesuatu yang dihukumi sebagai harta yang seimbang nilainya.
- c. Adanya perpindahan kepemilikan antara pihak yang melakukan transaksi tukar-menukar harta tersebut.
- d. Dilakukan dengan cara tertentu/wajah tertentu, yang dibenarkan oleh hukum dan syara' (Siswadi, 2013).

Jual beli adalah suatu perjanjian atau transaksi antara dua pihak, di mana satu pihak menyerahkan barang atau jasa kepada pihak lainnya dengan imbalan uang atau sesuatu yang bernilai lainnya. Secara umum, jual beli adalah salah satu bentuk transaksi yang paling umum dalam kehidupan ekonomi, baik dalam skala kecil (seperti di pasar tradisional) maupun dalam skala besar (seperti dalam perdagangan internasional). Dalam transaksi jual beli, terdapat hak dan kewajiban yang jelas bagi kedua belah pihak; penjual berkewajiban menyerahkan barang yang dijual dalam kondisi yang disepakati, sementara pembeli berkewajiban membayar harga (Salim, 2017).

3. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Ikan Di Pasar Tradisional Pagesangan

Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pada pedagang ikan di pasar tradisional Pagesangan memiliki peran penting dalam menciptakan transaksi yang adil, transparan, dan saling menguntungkan antara pedagang dan pembeli. Pasar Pagesangan, yang merupakan salah satu pasar tradisional di Mataram, Nusa Tenggara Barat, merupakan salah satu pasar bagi pedagang ikan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan ikan segar. Meskipun demikian, dalam praktiknya, pedagang ikan sering kali dihadapkan pada tantangan seperti penipuan kualitas barang, manipulasi harga, dan ketidakjelasan dalam transaksi. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang mengedepankan kejujuran, keadilan, dan transparansi sangat penting untuk menciptakan transaksi yang halal dan berkah.

a. Kejujuran dalam Menjual Barang

Hasil wawancara dengan ibu endang penjual ikan. Berusaha untuk selalu jujur dalam menjelaskan kualitas ikan yang dijual. *"saya selalu memberitahu pembeli tentang kondisi ikan, kalau ada ikan yang sudah*

tidak segar, tapi tetap saya jual dengan harga di bawah modal" Namun, terpaksa mereka jual terutama jika stok ikan banyak yang tidak laku. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun niat untuk jujur ada, kadang-kadang kondisi pasar memaksa pedagang untuk berkompromi.

b. Keadilan dalam Penetapan Harga

Hasil wawancara dengan ibu endang penjual ikan menyatakan bahwa ia menetapkan harga berdasarkan kondisi pasar dan kualitas ikan. *"Saya mengikuti harga pasar, tapi kalau ada yang membeli banyak, saya beri diskon. Itu sudah biasa,"*. Ini menunjukkan penerapan prinsip *keadilan* dalam Islam yang mengharuskan harga yang wajar dan adil sesuai dengan kualitas barang. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut. Jadi titik pertemuan antara permintaan dan penawaran yang membentuk harga keseimbangan hendaknya berada dalam keadaan rela sama rela dan tanpa ada paksaan dari salah satu pihak. Landasan hukum Islam yang terdiri dari ayat Al-Qur'an dan Al-Hadits Nabi SAW, telah memberikan ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan penetapan harga Firman Allah SWT. Dalam Q.S An-Nisa ayat 29 artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.* (Ummah, 2019)

c. Tawar-menawar

Dalam tawar-menawar, ibu endang mengatakan *"Kadang ada yang menawar sampai harga yang lebih rendah, tapi saya tetap berusaha memberi harga yang adil,"*. Dalam hal ini, pedagang ikan di Pasar Pagesangan mencoba untuk tidak memberatkan pembeli dengan harga yang terlalu tinggi. Islam sebenarnya sudah memberikan pengaturan tentang hak pilih yang terangkum dalam bahasan tentang khiyar. Dan ini akan membawa kemaslahatan bagi konsumen dan kepuasan bagi penjual, karena aktivitas jual beli tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan profit dan benefit yang diperoleh seorang penjual. Nabi SAW bersabda: *Dari Abdullah Ibn Umar ra, yang keduanya diridhoi Allah SWT bahwa, "Janganlah seseorang menjual di atas jualan saudaranya."* (HR. Bukhori) (Firza dkk., 2023).

Berdasarkan hadits di atas, ada beberapa hal yang harus diperhatikan kedua belah pihak dalam suatu transaksi. Baik pembeli maupun penjual dapat menahan diri untuk tidak membeli penjualan orang lain atau menawar tawaran orang lain. Segala transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kesepakatan antara kedua belah pihak. Informasi mengenai barang yang dijual harus sama, tidak

hanya mengenai kualitas dan kuantitasnya, tetapi juga mengenai harga beli dan waktu penerimaannya. Harus dipastikan tidak ada seorang pun yang merasa ada masalah dan tidak ada kelompok yang merasa ditipu.⁸ Dalam Islam, dilarang keras memaksa seseorang untuk membeli atau menjual sesuatu agar tidak merugikan seseorang.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli ikan di pasar tradisional Pagesangan, meskipun sudah ada beberapa upaya yang dilakukan oleh pedagang untuk menjaga kejujuran dan keadilan, masih menghadapi berbagai tantangan. Faktor-faktor seperti persaingan yang tidak sehat, kurangnya edukasi tentang etika bisnis Islam, serta keterbatasan dalam pengawasan menjadi hambatan utama. Namun, pedagang yang sudah memahami prinsip-prinsip etika bisnis Islam cenderung memperoleh kepercayaan dari pembeli dan menjaga hubungan bisnis yang langgeng. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan pemahaman pedagang tentang etika bisnis Islam melalui pelatihan dan edukasi yang lebih terstruktur. Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini diharapkan kepada para pelaku bisnis dapat memperhatikan prinsip-prinsip dan etika dalam menjalankan usaha bisnis. Termasuk Kejujuran dalam Menjual Barang, Keadilan dalam Penetapan Harga dan tawar-menawar untuk memastikan bahwa kegiatan pemasaran tidak hanya efektif tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu dan memberikan dukungan dalam penulisan artikel penelitian ini.

REFERENSI

- Al Hafizh Firza, Muhamad Aji Purwanto 2 1, 2. (2023). *Etika Tawar-Menawar Dalam Hukum Ekonomi Syariah*. 1(4), 41–46.
- Aldrian, M.E, D. (2023). Peran antar Stakeholders dalam Sistem Pengelolaan Sampah di Pasar Ciputat Kota Tangerang Selatan Tahun 2023. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1–19.
- Eri Nur Azizah, Suryati, S., & Darmawan, C. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Makarti Jaya Kabupaten Banyuasin). *Social Science and Contemporary Issues Journal*, 1(1), 58–68.
- Faradisa, D., & Dkk. (2023). Etika Berbisnis Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Sahmiyya*, 2(2), 326.
- Hilmi, R. Z., Hurriyati, R., & Lisnawati. (2018). *Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis*. 3(2), 91–102.
- ihna nilava, ahmad fauzi. (2020). Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri. *At-Tamwil*, 2(2), 218–236.
- Jamaluddin, J. (2017). Konsep Dasar Muamalah & Etika Jual Beli (al-Ba'i) Perspektif Islam. *Jurnal Pemikiran Keislaman*, 28(2), 289–316.

- Kaharudin, R. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pasar Tradisional Prabumulih. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Prabumulih*, 6(1), 73–85.
- Kaisupy, S., Hasan, H., & Gani, E. S. (2023). Penerapan Etika Bisnis Berdasarkan Hukum Islam pada Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(1), 63–76.
- Panggabean, A. P. (2017). Kualitas Interaksi Sosial antara Penjual dan Pembeli di Taman Pintar Book Store Yogyakarta. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(2).
- Ramadhany, N. P., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2023). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 13–26.
- Salim, M. (2017). Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam. *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 6(2), 371–386.
- Setiadi, A. B. (2024). Konsep Etika Jual Beli Perpektif Hadis Dan Implementasinya Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Ujung Berung. *Khazanah Multidisiplin*, 5(2), 125–158.
- Siswadi. (2013). Jual Beli Dalam Perspektif Islam. *Ummul Quro*, 3(Jurnal Ummul Qura Vol III, No. 2, Agustus 2013), 59–65.
- susiawati, w. (2017). jual beli dan dalam konteks kekinian. *Optometry and Vision Science*, 79(3), 171–184.
- Tohawi, A., Iswanto, J., FitrtotusàDiyah, D., Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk Indonesia, I., Nganjuk, K., Nganjuk, K., & Timur, J. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Bawang Merah di Pasar Sukomoro Nganjuk. *Journal on Education*, 05(04), 17814–17822.
- Ummah, M. S. (2019). Penetapan Harga dalam Islam: Perpektif Fikih dan Ekonomi. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Yunitasari, A. (2019). Dampak Relokasi Pasar Muntilan Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Muntilan Kabupaten Magelang. *Social Studies*, 8(1), 57