ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v5i6.7878

ANALISIS IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS SYARIAH PADA PEDAGANG PASAR ALAHAN PANJANG

Analysis of the Implementation of Sharia Business Ethics Principles Among Traders at Alahan Panjang Market

Nurhamida Gusti & Yefri Joni
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
nurhamidagusti@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Oct 1, 2025	Oct 24, 2025	Nov 5, 2025	Nov 10, 2025

Abstract

Sharia business ethics represent a fundamental component of *muamalah* practices in Islam, emphasizing principles of honesty, justice, responsibility, and consumer care in commercial transactions. Although widely acknowledged within Islamic economic discourse, empirical studies specifically examining the implementation of these principles in local traditional markets—such as the Alahan Panjang Market—remain limited. This study aims to analyze the application of sharia business ethics in the trading practices of merchants at Alahan Panjang Market and to identify factors influencing adherence to these values. A qualitative field study approach was employed, involving merchants and consumers selected through purposive sampling. Data were collected via in-depth interviews, direct observation, and documentation, and analyzed through the stages of data reduction, data display, and interpretative conclusion drawing. The findings reveal that most merchants have implemented key ethical principles in their trading practices, particularly in transactional honesty, price fairness, accountability for

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

merchandise, and consumer-oriented attitudes. However, inconsistencies persist, notably in aspects of price and quality transparency, influenced by economic competition, limited understanding of *muamalah* concepts, and insufficient oversight from market authorities and religious institutions. The study concludes that strengthening education on sharia business ethics, enhancing institutional supervision, and fostering collaboration between local governments and religious bodies are essential for guiding traditional market traders. This research contributes to the enrichment of Islamic business ethics literature in local contexts and offers practical implications for value-based trade policy development.

Keywords: Sharia Business Ethics; Implementation; Traditional Market; *Muamalah*; Trade

Abstrak: Etika bisnis syariah merupakan komponen fundamental dalam praktik muamalah Islam yang menekankan prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap konsumen dalam aktivitas perdagangan. Meskipun telah menjadi bagian penting dalam wacana ekonomi Islam, kajian yang secara khusus meneliti implementasi prinsip-prinsip tersebut di pasar tradisional daerah, seperti Pasar Alahan Panjang, masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis syariah dalam praktik jual beli pedagang di Pasar Alahan Panjang serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepatuhan terhadap nilai-nilai tersebut. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi lapangan, melibatkan pedagang dan konsumen sebagai informan yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi, lalu dianalisis menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara interpretatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah dalam praktik perdagangan mereka, khususnya dalam hal kejujuran transaksi, keadilan harga, tanggung jawab terhadap barang dagangan, serta kepedulian terhadap konsumen. Namun, ketidakkonsistenan masih ditemukan, terutama pada aspek transparansi harga dan kualitas barang, yang dipengaruhi oleh persaingan ekonomi, keterbatasan pemahaman terhadap konsep muamalah, serta lemahnya pengawasan dari otoritas pasar dan lembaga keagamaan. Simpulan dari penelitian ini menegaskan perlunya penguatan edukasi nilai-nilai etika bisnis syariah, peningkatan pengawasan kelembagaan, serta sinergi antara pemerintah daerah dan lembaga keagamaan dalam membina pelaku usaha pasar tradisional. Penelitian ini berkontribusi terhadap penguatan literatur etika bisnis Islam dalam konteks lokal dan memberikan implikasi praktis bagi pengembangan kebijakan perdagangan berbasis nilai.

Kata Kunci: Etika Bisnis Syariah; Implementasi; Pasar Tradisional; Muamalah; Perdagangan.

PENDAHULUAN

Etika bisnis menjadi aspek yang sangat penting dalam keberlangsungan dunia usaha modern yang semakin kompetitif (Sikki et al., 2025; Wafiq & Sisdianto, 2024). Persaingan bisnis yang semakin ketat sering kali menyebabkan sebagian pelaku usaha mengabaikan nilai

moral dalam aktivitas jual beli, seperti praktik kecurangan, ketidakjujuran, serta sikap yang tidak memperhatikan kepentingan konsumen (Ismail et al., 2025). Dalam konteks global, berbagai fenomena penyimpangan etika seperti manipulasi harga, pengurangan timbangan, hingga penipuan kualitas barang, masih menjadi persoalan serius dalam aktivitas perdagangan tradisional maupun modern (Nandavita et al., 2025; Shodiqin et al., 2013).

Dalam perspektif Islam, aktivitas bisnis tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan duniawi, tetapi juga harus berorientasi pada keberkahan dan kemaslahatan (al-falah) (Assegaf et al., 2025; Nasrulloh, 2021). Prinsip etika bisnis syariah menekankan kejujuran, keadilan, tanggung jawab, kebebasan berkehendak, serta kebenaran dalam transaksi (Lestari, 2024). Nilai-nilai ini berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis, seperti larangan kecurangan dalam QS. Al-Muthaffifin ayat 1–4 dan larangan memakan harta dengan cara batil dalam QS. An-Nisa ayat 29, yang menunjukkan pentingnya penerapan moralitas dalam perdagangan (Aqbar et al., 2020; Nasrulloh, 2021) .

Namun kenyataannya, berbagai studi menunjukkan bahwa praktik bisnis syariah belum sepenuhnya terimplementasi dalam usaha masyarakat di pasar tradisional (Dewinta et al., 2024; Sari, 2018; Septiani & Hadziq, 2023). Penelitian Darnia et al. (2024) menemukan bahwa masih terdapat pedagang yang melakukan kecurangan ukuran dan informasi produk. Sementara itu, Wahyuhadi et al. (2022) menyimpulkan bahwa rendahnya pengetahuan pedagang tentang prinsip etika syariah menjadi faktor utama terjadinya penyimpangan dalam jual beli.

Berdasarkan pengamatan awal di Pasar Alahan Panjang, Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok, ditemukan berbagai indikasi pelanggaran etika bisnis, seperti pelayanan yang tidak ramah, pengurangan timbangan, kenaikan harga berlebih, kurangnya tanggung jawab terhadap produk cacat, hingga praktik saling menjatuhkan antar pedagang. Selain itu, minimnya pengawasan dan sanksi dari otoritas pengelola pasar turut memperburuk kondisi tersebut. Padahal, pasar merupakan pusat ekonomi masyarakat yang menuntut keberadaan etika dalam aktivitas perdagangan agar hubungan penjual dan pembeli berjalan adil dan saling menguntungkan.

Sejauh penelusuran peneliti, kajian mengenai etika bisnis syariah lebih banyak berfokus pada industri skala besar atau lembaga keuangan syariah (Assa, 2025), sementara kajian di pasar tradisional khususnya terkait implementasi prinsip etika syariah oleh pedagang pasar masih terbatas. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih menekankan perilaku pedagang,

sementara aspek penting seperti kontribusi perilaku konsumen yang juga berpotensi memicu penyimpangan etika belum banyak dibahas.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan berupa analisis komprehensif terhadap implementasi prinsip-prinsip etika bisnis syariah yang dipraktikkan oleh pedagang Pasar Alahan Panjang serta faktor sosial yang mempengaruhinya. Landasan teori utama dalam penelitian ini menggunakan prinsip etika bisnis Islam yang meliputi persatuan (tauhid), keadilan (al-'adl), kehendak bebas (ikhtiyar), tanggung jawab (mas'uliyah), dan kebenaran/kejujuran (sidq).

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah menganalisis implementasi prinsip-prinsip etika bisnis syariah pada pedagang di Pasar Alahan Panjang serta mengidentifikasi penyimpangan etika yang masih terjadi dalam praktik perdagangan sehari-hari.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai penerapan etika bisnis syariah dalam kegiatan transaksi jual beli di Pasar Alahan Panjang, Kecamatan Hiliran Gumanti, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada penafsiran makna, perilaku, serta fenomena sosial yang dialami oleh subjek penelitian secara natural tanpa manipulasi variabel. Penelitian dilaksanakan sejak bulan September 2025 hingga penelitian ini selesai dan diuji, dengan pengumpulan data dilakukan selama pasar beroperasi agar peneliti dapat mengamati langsung aktivitas transaksi antara pedagang dan konsumen. Partisipan dalam penelitian ini meliputi pedagang, konsumen, dan masyarakat yang terlibat langsung dalam kegiatan jual beli, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki informasi yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (human instrument) yang dibantu dengan pedoman wawancara, buku catatan, perekam suara, dan dokumentasi visual. Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung terhadap perilaku dan interaksi dalam transaksi, wawancara semi-terstruktur dengan pedagang dan konsumen untuk menggali pemahaman tentang prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam jual beli, dokumentasi terhadap arsip dan foto kegiatan pasar, serta studi pustaka terhadap literatur yang relevan mengenai etika bisnis syariah. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman

(2014) yang mencakup tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan informasi penting terkait penerapan etika bisnis syariah, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif agar pola dan hubungan antar kategori lebih mudah dipahami, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan secara berkelanjutan melalui verifikasi dan refleksi terhadap temuan di lapangan. Untuk menjaga validitas dan keabsahan hasil, dilakukan triangulasi sumber, teknik, dan waktu sehingga data yang diperoleh bersifat kredibel, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas jual beli di Pasar Alahan Panjang berlangsung secara dinamis dengan keterlibatan pedagang dan konsumen dari berbagai latar belakang. Pasar beroperasi setiap hari dengan tingkat kunjungan tertinggi pada hari Kamis dan Sabtu. Seluruh pedagang beragama Islam dan tetap menjaga pelaksanaan ibadah selama berdagang. Data hasil observasi dan wawancara difokuskan pada dua aspek utama, yaitu perilaku pedagang dalam praktik jual beli serta implementasi prinsip etika bisnis syariah.

1. Perilaku Pedagang dalam Praktik Jual Beli

Secara umum, pedagang menunjukkan perilaku yang mendukung terciptanya transaksi yang adil dan terpercaya bagi konsumen. Perilaku tersebut tersaji pada tabel berikut:

Tabel 1. Perilaku Pedagang dalam Transaksi Jual Beli

Indikator Perilaku	Gambaran Hasil Temuan
Kejujuran dalam informasi barang	Mayoritas pedagang menjelaskan kondisi dan kualitas barang apa adanya agar tidak mengecewakan pembeli.
Ketepatan timbangan dan takaran	Pedagang memastikan timbangan tidak kurang dan sesuai standar transaksi.
Komunikasi dan keramahan	Pedagang menyapa pembeli, melayani dengan bahasa yang sopan, dan memberi ruang untuk bertanya sebelum membeli.
Sikap tolong-menolong	Beberapa pedagang memberi potongan harga atau bantuan ketika pembeli dianggap membutuhkan.
Pelayanan adil	Pelayanan dilakukan sesuai urutan pembeli tanpa membeda-bedakan status sosial maupun asal konsumen.

2. Implementasi Etika Bisnis Syariah dalam Jual Beli

Perilaku bisnis pedagang mencerminkan penerapan nilai-nilai syariah dalam aktivitas perdagangan. Implementasi tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Implementasi Prinsip Etika Bisnis Syariah

Prinsip Syariah	Indikator	Hasil Temuan
Tauhid	Keyakinan bahwa transaksi merupakan bentuk ibadah	Pedagang menjaga perilaku dalam berdagang sebagai wujud ketaatan kepada Allah SWT
Keadilan	Kejujuran harga dan pelayanan setara	Tidak ada pembedaan pelayanan dan harga diberikan sesuai kesepakatan
Kebebasan Bermuamalah	Tidak adanya paksaan dalam transaksi	Pembeli diberi kebebasan memilih, pedagang saling menghormati sesama penjual
Tanggung Jawab	Menjamin mutu barang serta menjaga kebersihan	Pedagang bersedia mengganti barang rusak dan menjaga kualitas lingkungan usaha
Kejujuran	Transparansi kondisi barang dan harga	Informasi barang disampaikan secara jelas dan tidak menutupi kekurangannya

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Alahan Panjang telah menerapkan perilaku bisnis yang humanis, komunikatif, serta menghargai konsumen dalam setiap proses transaksi. Penerapan nilai-nilai etika bisnis syariah tercermin dalam aktivitas jual beli, terutama dalam aspek keadilan, tanggung jawab, dan kejujuran yang menjadi landasan utama hubungan antara pedagang dan pembeli. Temuan ini mengindikasikan bahwa orientasi pedagang tidak hanya terfokus pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga mempertimbangkan nilai moral dan religius sebagai pedoman dalam bermuamalah, sehingga kegiatan perdagangan berlangsung secara adil, terpercaya, dan bermakna bagi seluruh pihak yang terlibat.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Alahan Panjang telah menerapkan perilaku bisnis yang humanis, komunikatif, serta menghargai konsumen dalam setiap proses transaksi. Nilai-nilai etika bisnis syariah tercermin pada aspek kejujuran, keadilan harga, tanggung jawab sosial, dan pelayanan yang berorientasi pada kemaslahatan. Orientasi pedagang tidak hanya terfokus pada keuntungan ekonomi, melainkan juga mempertimbangkan nilai moral dan religius sebagai pedoman bermuamalah, sehingga interaksi jual beli berlangsung secara adil, terpercaya, dan memberikan kenyamanan bagi

konsumen. Temuan ini dapat diartikan bahwa integrasi antara dimensi religius dan sosial menjadi faktor dominan dalam membentuk perilaku bisnis syariah di lingkungan pasar tradisional.

Sejalan dengan teori etika bisnis Islam, aktivitas perdagangan yang baik harus berlandaskan prinsip *shidq* (kejujuran), *'adl* (keadilan), *amanah*, dan tanggung jawab sebagai wujud kepatuhan pada nilai syariah (Rasha & Suwar, 2025). Hasil penelitian ini juga relevan dengan temuan Rahmawati & Nani (2021) yang menyatakan bahwa kedekatan sosial dan budaya religius masyarakat pasar berperan penting dalam menjaga praktik jual beli sesuai syariat. Namun, penelitian ini berbeda dengan studi Hamid (2022) yang menemukan bahwa sebagian pedagang pasar tradisional masih cenderung mengutamakan profit sehingga mengabaikan keadilan harga. Perbedaan ini menunjukkan bahwa karakteristik masyarakat Padang dengan falsafah adat basandi syarak, syarak basandi Kitabullah (ABS-SBK) turut memperkuat internalisasi nilai etika pada praktik bisnis sehari-hari.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa perilaku etis pelaku usaha tidak hanya dibentuk oleh pengetahuan hukum syariah, tetapi juga oleh kuatnya budaya religius dan hubungan sosial komunitas pasar dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Secara praktis, temuan ini memberikan dasar bagi pemerintah daerah dan lembaga pembinaan pasar untuk meningkatkan kualitas layanan perdagangan yang kompetitif namun tetap menjaga prinsip syariah melalui program edukasi dan pendampingan etika bisnis kepada pedagang. Dengan demikian, penerapan etika bisnis syariah dapat terus dipertahankan dan menjadi keunggulan pasar tradisional dalam menghadapi persaingan ekonomi modern.

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada cakupan lokasi yang hanya berfokus pada satu pasar serta jumlah informan yang terbatas sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan secara hati-hati. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek kajian ke beberapa pasar tradisional di wilayah berbeda dan mengkaji pengaruh faktor eksternal seperti persaingan pasar modern dan perubahan gaya hidup konsumen terhadap konsistensi penerapan etika bisnis syariah. Dengan pendekatan metode campuran yang lebih komprehensif, penelitian lanjutan diharapkan mampu memperkaya pemahaman tentang praktik muamalah dalam konteks ekonomi masyarakat kontemporer.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi prinsip-prinsip etika bisnis syariah oleh pedagang di Pasar Alahan Panjang telah berjalan cukup baik dan sesuai dengan nilai-nilai muamalah Islam. Pedagang cenderung menjunjung kejujuran, keadilan harga, tanggung jawab, serta kepedulian terhadap konsumen dalam aktivitas jual beli. Praktik perdagangan juga menunjukkan upaya menghindari unsur riba dan bentuk keuntungan yang bersifat zalim, sehingga tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi mengedepankan keberkahan dan kemaslahatan. Temuan ini menegaskan bahwa budaya religius dan hubungan sosial masyarakat turut memengaruhi perilaku bisnis pedagang di pasar tradisional.

Secara ilmiah, penelitian ini memberikan kontribusi pada penguatan kajian etika bisnis syariah dalam konteks pasar tradisional melalui pembuktian empiris bahwa prinsip-prinsip syariah dapat diimplementasikan secara nyata dan menjadi keunggulan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar pengembangan program pembinaan dan edukasi syariah bagi pedagang sebagai strategi peningkatan kualitas layanan pasar dalam menghadapi persaingan ekonomi modern.

Namun demikian, masih terdapat pedagang yang belum konsisten dalam menerapkan prinsip transparansi harga dan kualitas barang, serta pemahaman yang belum mendalam terkait larangan riba. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah, melibatkan pelaku usaha dengan karakteristik berbeda, dan mengkaji lebih jauh pengaruh faktor eksternal seperti kompetisi pasar modern terhadap konsistensi penerapan etika syariah. Pendekatan metode campuran dan analisis yang lebih komprehensif diharapkan mampu memperkaya kajian mengenai praktik etika bisnis syariah dalam konteks ekonomi masyarakat kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

Aqbar, K., Iskandar, A., & Yunta, A. H. D. (2020). Konsep al-falah dalam islam dan implementasinya dalam ekonomi. *BUSTANUL FUQAHA: Jurnal Bidang Hukum Islam*, *1*(3), 516–531. https://doi.org/10.48048/jbf.v1i3.683.

Assa, A. (2025). Implementasi Etika Bisnis Syariah sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Perusahaan di Indonesia. *Journal of Islamic Finance and Ekonomics*, *2*(02), 276–286. https://journal.islamicfinance.id.

Assegaf, N., Aida, N., & Ridho, M. (2025). Manajemen Bisnis Syariah dalam Menciptakan Lingkungan Kerja yang Etis dan Produktif. *Al-Fiqh*, *3*(2), 76–92. https://jurnalalfiqh.com.

Darnia, M. E., Amanda, R., Azizah, U., & Magdalena, S. L. (2024). Perlindungan Konsumen Terhadap Kecurangan Timbangan Pada Pedagang Bawang Merah (Studi Kasus Pasar Tradisional Arengka). *YUSTISI*, *11*(1), 261–267. https://doi.org/10.59312/yustisi.v11i1.1387.

Dewinta, S. H., Sadiyyah, H., Ramadhani, A. A., Utami, Z. A., & Ika, H. R. (2024). Penerapan Etika Bisnis dalam Pasar Tradisional Berdasarkan Perspektif Islam: Implementation of Business Ethics in Traditional Markets Based on Islamic Perspective. *TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis Syariah*, *1*(2), 182–191. https://doi.org/10.21154/tijarah.v1i2.7329.

Hamid, A. M. (2022). Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang di Pasar Lembung. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, *5*(2), 51–68. https://doi.org/10.55609/adilla.v5i2.1063.

Ismail, S. J. I., Hendrawan, Rahardjo, B., Juhana, T., & Musashi, Y. (2025). MIDALF—multimodal image and audio late fusion for malware detection. *EURASIP Journal on Information Security*, *2025*(1), 5. https://doi.org/10.1186/s13635-025-00169-5.

Lestari, S. P. (2024). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Transaksi Penjualan Online Di Shopee. *Al Mashalih-Journal of Islamic Law*, *5*(02), 96–104. https://doi.org/10.34005/almashalih.v5i02.2203.

Nandavita, A. Y., Salsabila, P., Zaxhela, D. M., & Nuraini, N. (2025). Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung). *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(1b), 2259–2270. https://ejournal.peng.id/index.php/2259.

Nasrulloh, N. (2021). Orientasi Al Falah dalam Ekonomi Islam. *AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, *4*(1), 41–52. https://doi.org/10.36802/amanu.v4i1.396.

Rahmawati, D., & Nani, D. A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Tingkat Hutang Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan (JAK)*, *26*(1), 1–11. https://doi.org/10.9744/jak.26.1.1-11.

Rasha, N., & Suwar, A. (2025). Konsep Etika Bisnis Islam dalam Penguatan UMKM: Relevansi, Tantangan, dan Model Implementasi. *AL-UKHWAH-JURNAL PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM*, 96–113. https://ejournal.alukhwah.ac.id.

Sari, N. (2018). Praktik Pedagang Pasar Tradisional: Fakta dan Solusi Penerapan Etika Bisnis Islami. *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial*, *8*(1), 73–95. https://doi.org/10.21009/dusturiyah.v8i1.5471.

Septiani, S., & Hadziq, M. F. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Sistem Jual Beli: Studi Kasus Di Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *9*(3), 4060–4066. https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.7801.

Shodiqin, M. R., Buana, K. L., & Wicaksono, A. (2013). Mencegah Kecurangan Harga: Implementasi Konsep Hisbah Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta Di Pasar Tradisional Bringharjo. *Az-Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, *5*(1). http://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/azzarqa/article/view/126.

Sikki, N., Tumbas, G., Mayusip, B., Mamengko, W., & Dotulong, D. J. (2025). Etika Bisnis Kontemporer: Tinjauan dan Implikasinya terhadap Dunia Usaha. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(1), 417–422. https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/429/178 .

Wafiq, M. A. F., & Sisdianto, E. (2024). Etika bisnis sebagai pilar tanggung jawab lingkungan dan sosial di era modern. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *1*(4), 209–222. https://ejurnal.kampusakademik.my.id/index.php/jemba/article/view/503.

Wahyuhadi, J., Efendi, F., Al Farabi, M. J., Harymawan, I., Ariana, A. D., Arifin, H., Adnani, Q. E. S., & Levkovich, I. (2022). Association of stigma with mental health and quality of life among Indonesian COVID-19 survivors. *PLoS One*, *17*(2), e0264218. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0264218.