

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ALAT ELEKTRONIK DI TOKO SUMBER BARU WONOMULYO

Samsinar

Universitas Islam DDI AGH Abdurrahman Ambo Dalle
Email: shinarsamsinar602@gmail.com

Sappeami

Universitas Islam DDI AGH Abdurrahman Ambo Dalle
Email: sappeamihamzah@gmail.com

Rendi

Universitas Islam DDI AGH Abdurrahman Ambo Dalle
Email: rendi@ddipolman.ac.id

Ahmad Wijayanto

Universitas Islam DDI AGH Abdurrahman Ambo Dalle
Email: ahmadwijayanto@ddipolman.ac.id

Abstract

Islamic business ethics is a stage or guideline in distinguishing good and bad behavior in business activities, making it very important to apply in buying and selling transactions. This research aims to understand how Islamic business ethics are applied in the buying and selling transactions of electronic goods at Toko Sumber Baru Wonomulyo. The research method used is a qualitative approach with a descriptive type of research. Data collection techniques were conducted through interviews, observations, and documentation of the store owner, employees, and consumers. The research results show that the implementation of Islamic business ethics at Toko Sumber Baru has been quite good. This is reflected in the application of the principle of honesty (shiddiq) in openly conveying the condition of goods, trustworthiness in delivering goods as agreed, responsibility in handling consumer complaints, fairness in service without differentiating between consumers, and transparency in conveying product and price information. The implications of this research indicate that the application of Islamic business ethics not only ensures compliance with Islamic principles but also enhances customer loyalty and business sustainability. Therefore, business practitioners need to consistently apply the values of Islamic business ethics in order to compete healthily and create business practices that are fair, transparent, and oriented toward blessings. Keywords: Islamic Business Ethics; Buying and Selling

Keywords: *Islamic Business Ethics; Buying and Selling Transactions; Electronic Devices.*

Abstrak

Etika bisnis Islam merupakan suatu tahapan atau pedoman dalam membedakan perilaku yang baik dan buruk dalam kegiatan usaha, sehingga sangat penting diterapkan dalam transaksi jual beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli alat elektronik di Toko Sumber Baru Wonomulyo. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data

dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pemilik toko, karyawan, serta konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Toko Sumber Baru belum diterapkan secara keseluruhan. Meskipun demikian, beberapa prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran (shiddiq), amanah, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi telah diterapkan dalam praktik jual beli. Prinsip kejujuran terlihat dari penyampaian kondisi barang secara terbuka kepada konsumen, prinsip amanah diwujudkan melalui pemberian barang sesuai kesepakatan, sedangkan tanggung jawab ditunjukkan dengan penanganan keluhan konsumen dan pemberian perbaikan terhadap barang yang mengalami kerusakan. Selain itu, pelayanan kepada konsumen dilakukan secara adil tanpa membedakan status pembeli serta informasi mengenai harga dan produk disampaikan secara transparan. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan ketidak konsistenan dalam penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pada situasi tertentu. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam tidak hanya memastikan kesesuaian dengan prinsip islam, tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu konsisten menerapkan nilai – nilai etika bisnis Islam agar mampu bersaing secara sehat serta menciptakan praktik bisnis yang adil, transparan, dan berorientasi pada keberkahan.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam; Transaksi Jual-beli; Alat Elektronik.

A. Pendahuluan

Landasan utama umat Islam adalah al-Qur'an dan al-hadits sebagai pedoman dan petunjuk umat manusia dalam mengatur semua hal yang ada dalam kehidupan manusia sehari-hari, tidak hanya tentang ibadah akan tetapi semua hal yang dilakukan oleh manusia sudah diatur dalam pedoman utama ataupun pedoman pokok umat Islam tersebut. Dan Allah sendirilah yang mengatur segala kebutuhan pokok umat manusia, baik hewan maupun tumbuhan semuanya telah diatur oleh Allah, tinggal bagaimana khalifah dimuka bumi mengelolanya. Akan tetapi dalam pengelolaan kebutuhan manusia, manusia tidak mampu menyelesaikan aktivitasnya sendiri, dan manusia juga memerlukan teman ataupun kelompok dalam suatu masyarakat guna menyelesaikan sesuatu hal lain yang diinginkan. Maka hal tersebut dilakukan oleh masyarakat dengan cara berkelompok-kelompok dalam menciptakan kebutuhan hidup manusia, baik dalam proses pengelolaan, proses pemroduksian, penyaluran kebutuhan kepada konsumen atau dalam menciptakan hal-hal baru, secara sadar maupun tidak sadar semua hal tersebut dilakukan dengan berinteraksi antara satu orang dengan orang lain guna mendapatkan hasil yang

diinginkan, sehingga konsumen merasa puas dengan barang yang diinginkannya. (Basyir 2000)

Etika bisnis Islam adalah suatu tahapan ataupun tingkatan usaha agar mengetahui hal-hal yang baik ataupun buruk, dan selanjutnya tentunya akan melangkah ke hal-hal yang benar yang berhubungan dengan proses produksi layanan perusahaan pada pihak yang memiliki kepentingan pada tuntutan perusahaan. Adapun dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan yakni etika bisnis Islam merupakan suatu prinsip dan peraturan yang mana para pembisnis harus mempunyai komitmen dalam berinteraksi dan bertindak laku yang sesuai dengan aturan untuk menggapai tujuan bisnis yang diinginkan dan diridhai Allah SWT. (Rahmawati and Terisna Sari Shintya 2023)

Etika bisnis dalam Islam didasarkan pada prinsip-prinsip yang jelas dan kuat, yang diambil dari Al-Qur'an dan hadis. Namun, ada kasus di mana individu melanggar nilai-nilai Islam saat menjalankan bisnis perdagangan, yang pada akhirnya dapat merugikan pihak lain. Islam melarang kita untuk merampas hak orang lain secara tidak wajar yaitu dijelaskan dalam Q.S An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantar kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sunggu Allah maha penyayang kepadamu.” (Menteri Agama RI 2010)

Salah satu segmen yang menarik untuk dibicarakan adalah pasar tradisional yang berada di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar merupakan pasar yang selalu aktif di setiap hari terutama di pagi hari, siang hari, dan untuk malam hari hanya sebagian kios pasar yang aktif. Lokasi pasar Wonomulyo sangat strategis berada di pinggir jalan dan juga cukup luas dengan jumlah pedagang yang sangat banyak. Pasar ini juga merupakan pasar yang tergolong besar karena menjadi pusat perbelanjaan Wonomulyo. Pedagang pasar tradisional Wonomulyo mayoritas

beragama Islam atau muslim sehingga menjadi fokus penelitian mengenai etika bisnis Islam. Dalam berdagang tentunya ada selisih pemahaman antara pedagang dengan agama yang kuat dan pedagang dengan pemahaman agama yang kurang. Sehingga hal ini dapat mempengaruhi perilaku dagang mereka dalam memasarkan barang yang dijual mulai dari mempromosikan barang, harga diskon, bonus, potongan harga atau menjual barang dengan harga yang lebih murah. Hal ini dapat menimbulkan perselisihan antara para pedagang karena mereka akan lebih mengutamakan keuntungan besar daripada berdagang dengan kejujuran menurut aturan etika bisnis Islam. kemajuan teknologi dan globalisasi ekonomi telah memunculkan berbagai tantangan etika, seperti penipuan, manipulasi harga, dan kurangnya transparansi dalam transaksi jual beli. Sebagaimana penelitian yang dilakukan Fauzi Danar Zulfikar dkk. (2025) mengenai transaksi jual beli yang beretika menyatakan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial sangat penting dalam menghadapi perkembangan transaksi modern berbasis digital. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemajuan teknologi dan globalisasi ekonomi telah memunculkan berbagai tantangan etika, seperti penipuan, manipulasi harga, dan kurangnya transparansi dalam transaksi jual beli. Oleh karena itu, penerapan prinsip muamalah Islam dinilai mampu menciptakan sistem ekonomi yang adil, transparan, dan bermoral dalam kehidupan modern.(Fauzi Danar Zulfikar et al. 2025)

Adapun peneliitian terdahulu yang dilakukan oleh Nandavita dkk. (2025) mengenai pedagang di Pasar Koga Bandar Lampung menyatakan bahwa etika bisnis Islam yang meliputi kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab merupakan landasan penting dalam praktik perdagangan. Namun, dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa penerapan etika bisnis Islam masih belum optimal dan perlu ditingkatkan.(Yenica Nandavita et al. 2025) Selanjutnya, penelitian oleh Damayanti (2025) pada Toko Flavio Samarinda menunjukkan bahwa prinsip etika bisnis Islam seperti shiddiq (jujur), amanah, dan transparansi telah diterapkan dengan baik dalam aktivitas jual beli. Hal ini terlihat dari keterbukaan informasi produk, pelayanan yang ramah, serta komitmen dalam menangani keluhan pelanggan.(Nur et al. 2025)

Selain itu, penelitian oleh Salam dkk. (2025) mengenai pedagang UMKM di Pasar Gedebage Bandung menemukan bahwa sebagian besar pedagang telah berupaya menerapkan etika bisnis Islam seperti kejujuran dan menjaga kualitas barang. Namun, penelitian tersebut juga mengungkap adanya kendala seperti persaingan harga yang tidak sehat dan kurangnya pemahaman pedagang terhadap prinsip syariah. (Salam, Abdul. Saputro R Aryo. Sangadji, Darha. Angriyani, Dwi. Faridotul Fika. Ni, Furqon. Makhsumi, Hafizah. Hajriah. Fauziah, Inda. Miftahul R.S 2025) Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu Anisah, Fadhila, dan Pasaribu (2024) yang meneliti mahasiswa FEBI UINSU dalam transaksi jual beli online, di mana meskipun pemahaman mahasiswa terhadap prinsip etika bisnis Islam cukup baik, penerapannya masih perlu ditingkatkan, khususnya pada aspek transparansi harga dan kejujuran dalam deskripsi produk (Anisah et al. 2025).

Namun demikian, tidak semua penelitian menunjukkan hasil yang sejalan. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak sejalan dengan penelitian ini. Seperti penelitian Wahyu Nabil Afifah dan Moh Mukhsin (2024) menunjukkan bahwa beberapa pedagang di Pasar Tradisional Kukun belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis, seperti mengabaikan untuk berdoa, mengurangi ukuran timbangan, masih meminjam uang dari pemberi pinjaman atau bank konvensional, sikap tidak ramah dan perlakuan yang berbeda terhadap pembeli. (Afifah and Mukhsin 2024) Penelitian Moh. Abrori dan Sakinah (2024) dalam jurnal Madinah Jurnal Studi Islam menemukan bahwa sebagian pelaku usaha mikro belum menerapkan etika bisnis Islam secara maksimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan tekanan ekonomi, sehingga prinsip kejujuran dan tanggung jawab belum sepenuhnya dijalankan. Temuan ini tidak sejalan dengan kondisi di Toko Sumber Baru yang menunjukkan adanya upaya penerapan nilai kejujuran dalam transaksi. (Abrori and Sakinah 2024)

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian tersebut dalam praktiknya masih terdapat permasalahan dalam penerapan etika bisnis Islam, seperti kurangnya kejujuran, transparansi harga, dan sikap pelayanan yang belum ramah kepada konsumen. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara teori etika bisnis Islam dengan praktik di lapangan. Selain itu, persaingan usaha yang ketat membuat

sebagian pedagang lebih mengutamakan keuntungan dibandingkan nilai-nilai etika Islam. Berdasarkan hal tersebut, permasalahan utama dalam penelitian ini adalah belum optimalnya penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli, khususnya di Toko Sumber Baru Wonomulyo. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam serta faktor pendukung dan penghambatnya dalam praktik jual beli. Kemudian, penelitian ini difokuskan pada penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli alat elektronik di Toko Sumber Baru Wonomulyo. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada adanya aktivitas jual beli yang cukup aktif serta interaksi langsung antara penjual dan konsumen yang memungkinkan untuk mengamati praktik etika bisnis secara nyata. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana penerapan etika bisnis Islam dalam praktik jual beli, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya, sehingga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan praktik bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Pengamatan sementara yang dilakukan penulis di Toko Sumber Baru Wonomulyo menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli telah diterapkan dalam beberapa aspek, seperti keterbukaan informasi barang dan pelayanan kepada konsumen. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan beberapa kendala, seperti sikap pelayanan yang belum selalu optimal, keterbatasan komunikasi saat toko ramai, serta kurangnya pemahaman sebagian konsumen terhadap informasi produk dan garansi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Toko Sumber Baru sudah berjalan cukup baik, tetapi belum sepenuhnya konsisten pada seluruh aspek pelayanan dan interaksi dengan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih mendalam bagaimana penerapan etika bisnis Islam serta faktor pendukung dan penghambatnya dalam praktik jual beli di Toko Sumber Baru Wonomulyo. Untuk lebih jelasnya penulis akan mengemukakan beberapa kasus yang terjadi di toko Sumber Baru yang ada di pasar Wono Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar.

Penelitian ini akan menggali sejauh mana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan dalam praktik jual beli alat elektronik, baik dari sisi pengetahuan, sikap, maupun tindakan pelaku usaha. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan

dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan karena penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli tidak hanya berkaitan dengan keuntungan usaha, tetapi juga menyangkut kepercayaan, kepuasan, dan perlindungan konsumen dalam transaksi. Selain itu, penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam pada usaha penjualan alat elektronik di pasar tradisional masih terbatas, khususnya yang membahas aspek pelayanan, transparansi informasi produk, dan penanganan garansi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam praktik jual beli alat elektronik serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk memperoleh gambaran secara mendalam mengenai penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli. Pendekatan ini digunakan karena fokus penelitian terletak pada pemahaman makna, nilai, dan prinsip etika yang dijalankan oleh pelaku usaha dalam praktik jual beli, bukan pada aspek numerik atau statistik.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu Wawancara mendalam dengan pelaku usaha atau konsumen untuk menggali pandangan mereka tentang penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli. Observasi langsung terhadap proses transaksi jual beli untuk melihat perilaku etis atau tidak etis yang mungkin terjadi. Studi dokumentasi, yaitu menelaah catatan yang relevan seperti kode etik usaha, peraturan internal, atau dokumen transaksi.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah Peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada pemilik toko, karyawan, dan beberapa konsumen yang terlibat dalam transaksi jual beli alat elektronik. Observasi lapangan penelitian ini juga melakukan observasi langsung di lokasi toko

elektronik untuk melihat perilaku para pelaku usaha saat melayani konsumen. Pengolahan dan analisis data merupakan tahap krusial dalam penelitian kualitatif. Setelah data terkumpul melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di Toko Sumber Baru, peneliti kemudian mengolah data secara sistematis dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dianalisis untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan etika bisnis Islam diterapkan dalam transaksi jual beli alat elektronik.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Toko Sumber Baru yang berlokasi di Pasar Wonomulyo, Kabupaten Polewali Mandar, diketahui bahwa mayoritas masyarakat di sekitar lokasi penelitian beragama Islam. Kondisi ini turut mempengaruhi aktivitas jual beli yang dilakukan oleh pemilik dan karyawan toko, di mana mereka berusaha menjalankan kegiatan usaha sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Toko Sumber Baru yang berlokasi di Pasar Wonomulyo, Kabupaten Polewali Mandar, diketahui bahwa mayoritas masyarakat di sekitar lokasi penelitian beragama Islam. Kondisi ini turut mempengaruhi aktivitas jual beli yang dilakukan oleh pemilik dan karyawan toko, di mana mereka berusaha menjalankan kegiatan usaha sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam. Hasil analisis dalam pembahasan ini memiliki kekuatan (*strength*) karena lima prinsip etika bisnis Islam dianalisis secara sistematis, dan setiap temuan penelitian dihubungkan dengan teori etika bisnis Islam sehingga pembahasan menjadi lebih terarah, mendalam, dan relevan dengan kondisi di lapangan.

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip moral dan nilai-nilai syariah yang mengatur perilaku pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Etika ini tidak hanya menekankan pada kepatuhan terhadap hukum Islam, tetapi juga pada integritas, kejujuran, dan tanggung jawab sosial dalam setiap transaksi bisnis. (Fitri et al. 2024) Etika bisnis Islam menekankan pada perilaku bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Hal ini mencakup kewajiban bagi setiap Muslim untuk hanya melakukan transaksi yang halal dan menjauhi yang haram. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sangat

dijunjung tinggi. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, para pelaku bisnis dapat menghindari kerugian dan membangun kepercayaan di mata masyarakat. (Ahmad Syafiq 2019) Etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip moral dan nilai-nilai syariah yang mengatur perilaku pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Etika ini tidak hanya menekankan pada kepatuhan terhadap hukum Islam, tetapi juga pada integritas, kejujuran, tanggung jawab, dan kemaslahatan dalam setiap transaksi bisnis. (Fitri et al. 2024) Etika bisnis Islam berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis sehingga setiap aktivitas usaha harus dilakukan secara halal, adil, dan tidak merugikan pihak lain. Berbeda dengan etika bisnis konvensional yang umumnya berorientasi pada keuntungan dan norma sosial, etika bisnis Islam menempatkan nilai spiritual dan tanggung jawab kepada Allah SWT sebagai dasar utama dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu, tujuan bisnis dalam Islam tidak hanya memperoleh profit, tetapi juga mencapai keberkahan, keseimbangan, dan kesejahteraan bersama.

Dalam etika bisnis Islam terdapat beberapa prinsip utama yang menjadi pedoman bagi pelaku usaha, di antaranya *siddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*. *Siddiq* berarti jujur dalam menyampaikan informasi mengenai kualitas, harga, dan kondisi barang agar tidak terjadi penipuan dalam transaksi. *Amanah* berarti dapat dipercaya dan bertanggung jawab dalam menjalankan usaha, seperti menjaga kualitas barang serta memenuhi hak konsumen dengan baik. *Tabligh* berarti menyampaikan informasi secara terbuka dan komunikatif kepada pelanggan, sehingga tidak ada unsur manipulasi atau penyembunyian informasi. Sementara itu, *fathanah* berarti memiliki kecerdasan dan kebijaksanaan dalam mengelola usaha serta mengambil keputusan bisnis secara tepat. Penerapan prinsip-prinsip tersebut dapat menciptakan hubungan bisnis yang harmonis, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membangun usaha yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. (Ahmad Syafiq 2019)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Toko Sumber Baru, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik toko untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis dalam kegiatan jual beli yang dilakukan kepada konsumen. Dalam wawancara tersebut, peneliti menanyakan beberapa hal yang berkaitan

dengan prinsip etika bisnis seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi dalam melayani konsumen. Melalui pertanyaan tersebut, peneliti berupaya memperoleh informasi secara langsung mengenai bagaimana sikap dan praktik yang diterapkan oleh penjual dalam menjalankan aktivitas perdagangan di toko tersebut. Adapun hasil wawancara yang disampaikan oleh pemilik toko terkait penerapan etika bisnis dalam proses transaksi jual beli adalah sebagai berikut.

Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan, yaitu pemilik toko, karyawan, dan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Sumber Baru, diketahui bahwa penjual berusaha menerapkan prinsip kejujuran dalam proses jual beli. Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan konsumen bernama Munir yang menyatakan bahwa penjual memberikan penjelasan kondisi barang secara apa adanya. Konsumen menjelaskan bahwa barang baru disampaikan sebagai barang baru, sedangkan barang pajangan atau yang pernah diservis juga dijelaskan secara terbuka, termasuk informasi mengenai garansi yang berlaku. Konsumen lainnya juga menyampaikan bahwa penjual memberikan informasi terkait kualitas barang sesuai dengan harga yang ditawarkan, sehingga konsumen merasa lebih yakin dalam melakukan pembelian.

Selain prinsip kejujuran, hasil wawancara juga menunjukkan adanya penerapan prinsip amanah dan tanggung jawab. Selain itu, prinsip transparansi juga diterapkan, di mana penjual menjelaskan spesifikasi produk, harga, serta ketentuan garansi secara terbuka kepada konsumen sebelum transaksi dilakukan.

Namun demikian, terdapat beberapa kendala dalam penerapan etika bisnis Islam. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan penjual dan beberapa konsumen di Toko Sumber Baru, diketahui bahwa penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli telah berjalan dengan cukup baik. Hal ini terlihat dari sikap penjual yang memberikan informasi mengenai kondisi barang secara jujur, baik terkait kelebihan maupun kekurangan produk yang dijual, sehingga konsumen dapat memahami kualitas barang sebelum melakukan pembelian. Selain itu, penjual juga menunjukkan sikap amanah dengan memberikan pelayanan yang baik, menyediakan garansi terhadap barang yang dibeli, serta memastikan bahwa barang yang diberikan sesuai dengan kesepakatan

awal. Dalam hal tanggung jawab, penjual bersedia menerima keluhan dari konsumen dan memberikan solusi seperti pengecekan atau perbaikan barang apabila terjadi kerusakan. Penjual juga menerapkan prinsip keadilan dengan memberikan pelayanan yang sama kepada setiap konsumen tanpa membedakan status sosial serta menetapkan harga yang dinilai wajar dan sesuai dengan kualitas barang.

Selain itu, transparansi juga terlihat dari penjelasan spesifikasi produk secara rinci, pemberian informasi mengenai ketentuan garansi, serta pemberian nota sebagai bukti transaksi. Dengan demikian, praktik jual beli di Toko Sumber Baru menunjukkan adanya upaya penerapan nilai-nilai etika bisnis yang dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Namun demikian, terdapat beberapa perbedaan pandangan mengenai sejauh mana pemahaman terhadap konsep etika bisnis Islam secara teoritis, karena sebagian informan hanya memahami etika tersebut secara umum sebagai sikap jujur dan tidak merugikan orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan pemilik Toko Sumber Baru serta beberapa konsumen, diketahui bahwa praktik jual beli yang dilakukan di toko tersebut telah menerapkan beberapa prinsip dalam etika bisnis Islam seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik toko yang menjelaskan bahwa dalam menawarkan barang kepada konsumen ia selalu menyampaikan kondisi barang sesuai dengan keadaan sebenarnya, termasuk menjelaskan kondisi fisik barang dan memberikan informasi apabila terdapat kekurangan pada produk sebelum transaksi dilakukan. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh konsumen yang menyatakan bahwa penjual memberikan penjelasan mengenai kondisi barang secara terbuka, seperti menjelaskan apakah barang tersebut baru, barang pajangan, atau pernah diperbaiki sebelumnya.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori etika bisnis Islam yang menyatakan bahwa kejujuran merupakan prinsip utama dalam aktivitas perdagangan. Dalam ajaran Islam, seorang pedagang dianjurkan untuk menyampaikan kondisi barang secara jujur dan tidak menyembunyikan cacat

produk kepada pembeli. Kejujuran dalam berdagang juga dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen sehingga hubungan antara penjual dan pembeli dapat terjalin dengan **baik** (Ista et al. 2023). Dengan demikian, praktik yang dilakukan oleh penjual di Toko Sumber Baru telah mencerminkan penerapan prinsip *shiddiq* dalam kegiatan jual beli.

Selain prinsip kejujuran, hasil penelitian juga menunjukkan adanya penerapan prinsip amanah dalam transaksi yang dilakukan. Pemilik toko menyampaikan bahwa ia selalu memastikan barang yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan tipe yang telah disepakati serta memberikan garansi kepada konsumen apabila terjadi kerusakan pada barang yang dibeli. Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan konsumen yang menyatakan bahwa penjual memberikan penjelasan mengenai garansi dan bersedia membantu apabila terjadi masalah pada barang setelah pembelian. Dalam teori etika bisnis Islam, amanah diartikan sebagai sikap dapat dipercaya dalam menjalankan suatu tanggung jawab, termasuk dalam kegiatan perdagangan. Seorang pedagang yang amanah akan menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan barang sesuai dengan kesepakatan dan tidak melakukan kecurangan dalam transaksi. Dengan demikian, praktik yang dilakukan oleh penjual di Toko Sumber Baru telah menunjukkan adanya penerapan prinsip amanah dalam kegiatan jual beli.

Selanjutnya, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penjual memiliki sikap tanggung jawab terhadap konsumen. Hal ini terlihat dari kesediaan penjual untuk menerima keluhan atau komplain dari konsumen apabila terdapat kerusakan pada barang yang dibeli. Penjual juga bersedia membantu proses pengecekan maupun perbaikan barang yang mengalami kerusakan. Selain itu, sebelum barang diserahkan kepada konsumen, penjual juga melakukan pengecekan terlebih dahulu untuk memastikan bahwa barang tersebut dalam kondisi baik. Dalam teori etika bisnis Islam dijelaskan bahwa tanggung jawab merupakan sikap yang harus dimiliki oleh seorang pedagang dalam menjaga hak-hak konsumen. Pedagang tidak hanya bertanggung jawab pada saat transaksi berlangsung, tetapi juga setelah transaksi selesai dilakukan. Oleh karena itu, sikap tanggung jawab yang ditunjukkan oleh

penjual di Toko Sumber Baru menunjukkan bahwa kegiatan jual beli yang dilakukan telah memperhatikan prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya penerapan prinsip keadilan dalam pelayanan kepada konsumen. Pemilik toko menyampaikan bahwa ia memberikan pelayanan yang sama kepada setiap konsumen tanpa membedakan status sosial. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh konsumen yang menyatakan bahwa penjual melayani setiap pembeli dengan sikap ramah dan sopan tanpa adanya perlakuan yang berbeda. Selain itu, harga yang ditetapkan oleh penjual juga dinilai wajar dan sesuai dengan kualitas barang yang dijual. Dalam teori etika bisnis Islam, keadilan merupakan prinsip penting yang harus diterapkan dalam aktivitas ekonomi. Seorang pedagang tidak diperbolehkan mengambil keuntungan secara berlebihan atau melakukan tindakan yang merugikan pihak lain. Oleh karena itu, penetapan harga yang wajar serta pelayanan yang sama kepada semua konsumen menunjukkan bahwa penjual telah berusaha menerapkan prinsip keadilan dalam kegiatan jual beli.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan adanya penerapan prinsip transparansi dalam proses transaksi jual beli. Pemilik toko menyatakan bahwa ia selalu menjelaskan spesifikasi produk secara rinci kepada konsumen, termasuk menjelaskan ketentuan garansi, sistem pembayaran, serta memberikan nota sebagai bukti transaksi. Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan konsumen yang menyatakan bahwa penjual memberikan penjelasan secara jelas mengenai kondisi barang, garansi, serta kebijakan penukaran barang apabila terjadi kerusakan. Dalam teori etika bisnis Islam, transparansi merupakan bentuk keterbukaan dalam memberikan informasi kepada pihak lain agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam transaksi. Keterbukaan informasi ini sangat penting untuk menjaga kepercayaan antara penjual dan pembeli serta mencegah terjadinya praktik kecurangan dalam perdagangan.

Berdasarkan perbandingan antara hasil penelitian dan teori etika bisnis Islam, dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli yang dilakukan di Toko Sumber Baru secara umum telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi. Penerapan prinsip-

prinsip tersebut tidak hanya memberikan dampak positif bagi penjual dalam membangun kepercayaan konsumen, tetapi juga memberikan rasa aman dan kepuasan bagi konsumen dalam melakukan transaksi. Dengan demikian, praktik jual beli yang dilakukan di Toko Sumber Baru dapat dikatakan telah sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis dalam Islam.

Jika dibandingkan dengan teori etika bisnis Islam, penerapan yang dilakukan di Toko Sumber Baru sudah cukup baik, meskipun masih terdapat keterbatasan dalam pemahaman konsep etika bisnis Islam secara mendalam. Sebagian pelaku usaha menjalankan prinsip etika lebih berdasarkan kebiasaan dan nilai moral masyarakat daripada pemahaman akademik tentang konsep etika bisnis Islam. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pelaku usaha di pasar tradisional umumnya telah menerapkan nilai-nilai dasar etika bisnis Islam seperti kejujuran dan keadilan dalam transaksi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam di Toko Sumber Baru tergolong cukup baik, meskipun masih perlu peningkatan dalam pemahaman konsep etika bisnis Islam secara lebih komprehensif.

Setelah melakukan penelitian di Toko Sumber Baru, peneliti memperoleh gambaran mengenai penerapan etika bisnis dalam kegiatan jual beli. Peneliti menanyakan bagaimana penjual menerapkan prinsip kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi dalam setiap transaksi yang dilakukan. Berdasarkan jawaban dari narasumber, diketahui bahwa praktik jual beli yang diterapkan telah sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam dan sekaligus sejalan dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, khususnya Pasal 33 ayat (1) dan (3) yang menegaskan prinsip kesejahteraan umum dan peran negara dalam mengatur perekonomian untuk kemakmuran rakyat. Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis oleh penjual tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap norma agama, tetapi juga mendukung prinsip hukum dan ekonomi yang berlaku di Indonesia, yaitu menjaga kepastian, keadilan, dan kesejahteraan konsumen dalam transaksi perdagangan.

Setelah melakukan penelitian di Toko Sumber Baru, peneliti memperoleh gambaran bahwa tingkat pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam oleh penjual tergolong baik. Penjual menunjukkan sikap jujur (shiddiq) dengan memberikan informasi yang akurat mengenai kondisi barang, termasuk kelebihan dan kekurangannya. Penjual juga menerapkan prinsip amanah dengan memastikan barang sesuai kesepakatan, memberikan garansi, dan menangani keluhan konsumen dengan tanggung jawab. Selain itu, prinsip keadilan diterapkan dengan melayani semua konsumen secara sama, tanpa membedakan status sosial, serta menetapkan harga yang wajar. Aspek transparansi juga terlihat dari penjelasan spesifikasi produk, kebijakan garansi, sistem pembayaran, serta pemberian nota sebagai bukti transaksi. Praktik-praktik ini menunjukkan bahwa Toko Sumber Baru telah menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan jual beli, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pedagang di Toko Sumber Baru Wonomulyo secara umum telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi. Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang juga menekankan pentingnya penerapan nilai-nilai tersebut dalam aktivitas perdagangan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan, khususnya pada bagian kendala, di mana penjual juga menghadapi tekanan dalam menjaga harga tetap wajar di tengah persaingan pasar serta keterbatasan komunikasi dengan konsumen.

Berdasarkan penelitian di Toko Sumber Baru, beberapa kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan waktu penjual dalam memberikan penjelasan detail produk ketika toko sedang ramai, serta beberapa konsumen yang masih kurang memahami ketentuan garansi dan prosedur penukaran barang. Oleh karena itu, saran yang dapat diberikan adalah:

Pertama, penjual diharapkan terus meningkatkan sosialisasi terkait ketentuan garansi, cara penggunaan produk, dan kebijakan pengembalian agar konsumen lebih memahami hak dan kewajibannya;

Kedua, penjual sebaiknya tetap konsisten menerapkan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, dan transparansi sebagai strategi jangka panjang untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen;

Ketiga, penelitian selanjutnya dapat dilakukan di lebih banyak toko atau konteks usaha lain untuk membandingkan praktik etika bisnis Islam yang lebih luas.

Adapun kendala yang ditemukan selama penelitian di Toko Sumber Baru antara lain:

1. Keterbatasan waktu penjual .

Saat toko sedang ramai, penjual terkadang tidak memiliki cukup waktu untuk menjelaskan secara rinci setiap produk kepada konsumen, sehingga beberapa konsumen kurang memahami spesifikasi, kelebihan, atau kekurangan barang.

2. Pemahaman konsumen terhadap garansi dan prosedur penukaran.

Sebagian konsumen masih kurang memahami ketentuan garansi dan mekanisme pengembalian atau penukaran barang, sehingga memerlukan penjelasan lebih detail dari penjual.

3. Volume transaksi yang tinggi .

Saat terjadi lonjakan pembelian, penjual menghadapi tantangan untuk tetap menjaga kualitas pelayanan, seperti memastikan barang diperiksa secara teliti dan transparansi pembayaran tetap terjaga.

4. Perbedaan tingkat pengetahuan konsumen.

Beberapa konsumen kurang memahami istilah teknis atau spesifikasi produk, sehingga penjual harus menyesuaikan cara penyampaian informasi agar mudah dimengerti.

Kendala-kendala tersebut tidak hanya berdampak pada proses pelayanan, tetapi juga berpengaruh terhadap penerapan etika bisnis Islam dalam praktik jual beli. Keterbatasan waktu saat toko ramai, misalnya, dapat menyebabkan informasi produk tidak disampaikan secara lengkap sehingga berpotensi mengurangi penerapan prinsip siddiq dan tabligh dalam transaksi. Begitu pula tingginya volume transaksi dapat memicu kurang telitnya pemeriksaan barang maupun kesalahan dalam pembayaran, yang berpotensi mengurangi kualitas amanah dan tanggung

jawab penjual terhadap konsumen. Selain itu, rendahnya pemahaman konsumen terkait garansi dan spesifikasi produk menunjukkan adanya hambatan komunikasi antara penjual dan pembeli. Kondisi ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen apabila informasi yang diterima belum dipahami secara jelas. Oleh karena itu, diperlukan solusi yang lebih konkret agar penerapan etika bisnis Islam dapat berjalan optimal. Penjual dapat menyediakan penjelasan singkat mengenai ketentuan garansi dan spesifikasi produk dalam bentuk tulisan atau label sederhana agar konsumen lebih mudah memahami informasi. Di samping itu, penjual juga perlu meningkatkan kemampuan komunikasi dan pelayanan agar mampu menyesuaikan cara penyampaian informasi sesuai tingkat pemahaman konsumen. Ketika volume transaksi meningkat, pembagian tugas antar karyawan dan pemeriksaan ulang sebelum transaksi selesai juga penting dilakukan untuk menjaga prinsip kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab dalam praktik bisnis. Dengan demikian, analisis kendala tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga menunjukkan dampaknya terhadap penerapan etika bisnis Islam serta solusi yang dapat diterapkan dalam kegiatan usaha.

Kendala-kendala tersebut menjadi faktor yang perlu diperhatikan agar penerapan etika bisnis Islam di Toko Sumber Baru dapat berjalan lebih optimal dan konsisten, terutama dalam aspek pelayanan, transparansi, dan pemahaman konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut. Penjual di Toko Sumber Baru diharapkan dapat terus meningkatkan upaya sosialisasi dan edukasi kepada konsumen terkait informasi produk, seperti spesifikasi barang, ketentuan garansi, serta prosedur pengembalian atau penukaran barang. Hal ini penting agar konsumen memiliki pemahaman yang jelas mengenai hak dan kewajibannya dalam proses transaksi.

Selain itu, penjual diharapkan tetap konsisten dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, tanggung jawab, keadilan (*‘adl*), dan transparansi. Konsistensi ini perlu dijaga dalam segala kondisi, termasuk pada saat tingkat kunjungan konsumen meningkat, sehingga kepercayaan dan kepuasan pelanggan tetap terpelihara dengan baik. Selanjutnya, penjual juga

disarankan untuk menyesuaikan cara penyampaian informasi dengan tingkat pemahaman konsumen, misalnya melalui penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, serta memberikan penjelasan secara langsung atau demonstrasi apabila diperlukan. Di samping itu, kualitas pelayanan perlu tetap dijaga secara optimal meskipun dalam kondisi transaksi yang padat. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada lebih banyak objek usaha atau pada jenis usaha yang berbeda, sehingga hasil penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam dapat dibandingkan secara lebih luas dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Toko Sumber Baru belum diterapkan secara keseluruhan. Meskipun demikian, beberapa prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi telah diterapkan dalam praktik jual beli. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nandavita dkk. (2025) yang menyatakan bahwa nilai kejujuran dan keadilan merupakan landasan utama dalam aktivitas perdagangan, meskipun dalam praktiknya masih belum sepenuhnya optimal. Selain itu, penelitian oleh Damayanti (2025) juga menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika bisnis Islam seperti *shiddiq*, amanah, dan transparansi mampu meningkatkan kepercayaan serta kepuasan konsumen dalam transaksi jual beli.

Lebih lanjut, penelitian oleh Salam dkk. (2025) mengungkapkan bahwa sebagian besar pelaku usaha telah berupaya menerapkan etika bisnis Islam, namun masih menghadapi kendala seperti persaingan harga dan keterbatasan pemahaman terhadap prinsip syariah. Hal ini relevan dengan temuan dalam penelitian ini, di mana masih terdapat hambatan berupa keterbatasan waktu penjual dalam memberikan penjelasan secara rinci serta perbedaan tingkat pemahaman konsumen terhadap produk.

Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang lebih positif dibandingkan dengan penelitian Abrori dan Sakinah (2024) yang menemukan bahwa sebagian pelaku usaha mikro belum menerapkan etika bisnis Islam secara maksimal akibat kurangnya pemahaman dan tekanan ekonomi. Dalam

penelitian ini, pedagang dinilai telah cukup konsisten dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam, yang terlihat dari kesesuaian antara informasi yang disampaikan penjual dengan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat temuan penelitian terdahulu mengenai pentingnya penerapan etika bisnis Islam, tetapi juga menunjukkan bahwa implementasi yang konsisten dapat memberikan dampak positif terhadap kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam kegiatan jual beli.

D. Penutup

Berdasarkan rumusan masalah penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam serta faktor pendukung dan penghambatnya di Toko Sumber Baru Pasar Wonomulyo, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Toko Sumber Baru telah berjalan dengan cukup baik. Pertama, Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Toko Sumber Baru belum terlaksana secara menyeluruh. Meskipun beberapa prinsip etika bisnis Islam seperti shiddiq, amanah, dan tanggung jawab telah diterapkan, pelaksanaannya masih belum konsisten dalam setiap kondisi pelayanan. Prinsip kejujuran (shiddiq) terlihat dari sikap penjual yang menyampaikan kondisi barang kepada konsumen secara terbuka, baik kelebihan maupun kekurangannya. Prinsip amanah diwujudkan melalui pemberian barang sesuai kesepakatan serta adanya garansi kepada konsumen. Sementara itu, prinsip tanggung jawab ditunjukkan dengan kesediaan penjual menangani keluhan dan memperbaiki barang yang mengalami kerusakan. Namun demikian, penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam tersebut masih perlu ditingkatkan agar dapat diterapkan secara utuh dan konsisten dalam seluruh aktivitas jual beli.

Hal ini terlihat dari praktik kejujuran (shiddiq) yang dilakukan penjual dalam menyampaikan kondisi barang secara apa adanya kepada konsumen, baik kelebihan maupun kekurangannya. Selain itu, penjual juga menerapkan prinsip amanah dengan memberikan barang sesuai kesepakatan serta menyediakan garansi kepada konsumen. Prinsip tanggung jawab juga ditunjukkan melalui kesediaan

penjual dalam menangani keluhan dan melakukan perbaikan apabila terjadi kerusakan pada barang.

Kedua, faktor pendukung dalam penerapan etika bisnis Islam di Toko Sumber Baru antara lain adanya kesadaran dan komitmen pemilik usaha untuk menjalankan bisnis secara jujur, pengaruh nilai religiusitas masyarakat yang mayoritas beragama Islam, serta adanya kepercayaan konsumen yang mendorong penjual untuk mempertahankan pelayanan yang baik.

Sementara itu, faktor penghambat yang dihadapi meliputi keterbatasan waktu penjual dalam memberikan penjelasan secara rinci ketika toko dalam kondisi ramai, kurangnya pemahaman konsumen terhadap ketentuan garansi dan spesifikasi produk, serta perbedaan tingkat pengetahuan konsumen terhadap barang yang dijual. Selain itu, masih terdapat keterbatasan pemahaman pelaku usaha terhadap konsep etika bisnis Islam secara teoritis, sehingga penerapannya lebih didasarkan pada kebiasaan dan pengalaman daripada pemahaman yang mendalam.

E. Daftar Pustaka

- Abrori, Moh., and Sakinah Sakinah. 2024. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Usaha Mikro Di Indonesia." *Madinah: Jurnal Studi Islam* 11 (2): 345–58. <https://doi.org/10.58518/MADINAH.V11I2.3085>.
- Afifah, Wahyu Nabil, and Moh Mukhsin. 2024. "Analysis of the Implementation of Islamic Business Ethics on the Behavior of Traders in the Kukun Traditional Market (Study on Kukun Traditional Market Traders, Rajeg District)." *KnE Social Sciences* 2024:405–15. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i16.16260>.
- Ahmad Syafiq. 2019. "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam." *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam* 5 (1): 96–113. <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>.
- Anisah, Azizah, Eka Fadhila, Indriani Pasaribu, Sinarta Sigalingging, and Fitri Hayati. 2025. "Penerapan Etika Bisnis Islam Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Dalam Transaksi Jual Beli Online." *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2 (2): 2679–85. <https://doi.org/10.62710/dk77tj20>.
- Basyir, Ahmad Azhar. 2000. *Asas-Asas Hukum Muamalah*. Yogyakarta: UII Press.
- Fitri, Isnain, Auli Yanti, Febta Febriani, Delia Oktariza Bayulpa, Mulia Safitri, and Dipa Jamantya. 2024. "Konsep Etika Bisnis Dan Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Introduction Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

- , Etika Bisnis Memainkan Peran Penting Dalam Menjamin Kepuasan Konsumen Dan Kesejahteraan Masyarakat . Konsep Etika Bisnis Islam Berfo” 2 (1): 21–33.
- Ista, Akram, Andi Muh. Taqiyuddin BN, Mukhtar Lutfi, and Misbahuddin. 2023. “Prinsip Kejujuran Dalam Usaha.” *Business and Investment Review* 1 (5): 94–102. <https://doi.org/10.61292/BIREV.V1I5.51>.
- Menteri Agama RI. 2010. *Al-Qr'an Dan Terjemahnya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Nur, Siti, Eliza Eka Damayanti, Swadia Gandhi Mahardika, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Kalimantan Samarinda, and Indonesia Timur. 2025. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli (Studi Kasus Pada Toko Flavio Samarinda).” *Digital Business: Tren Bisnis Masa Depan* 16 (1): 42–47. <https://doi.org/10.59651/DIGITAL.V16I1.254>.
- Rahmawati, Azizah, and Terisna Sari Shintya. 2023. “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Masyarakat Modern.” *Al-Amal : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 3 (2): 1–20. <https://doi.org/10.54459/AL-AMAL.V3I2.566>.
- Salam, Abdul. Saputro R Aryo. Sangadji, Darha. Angriyani, Dwi. Faridotul Fika. Ni, Furqon. Makhsumi, Hafizah. Hajriah. Fauziah, Inda. Miftahul R.S, Nurul. Syahrul. 2025. “Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Makbalim Melalui Seminar Sertifikasi Halal.” *Al-Khidmah: Jurnal ...* 5:15–26. <http://e-jurnal.iainsorong.ac.id/index.php/Al-Khidmah/article/view/1906%0Ahttps://e-jurnal.iainsorong.ac.id/index.php/Al-Khidmah/article/download/1906/1203>.
- Yenica Nandavita, Alva, Putri Salsabila, Dian Merza Zaxhela, Ekonomi Syariah, Ekonomi dan Bisnis, and Institut Agama Islam Negeri Metro. 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 (2): 2259–70. <https://doi.org/10.62710/KM5NWH92>.