

**ABSTRAK**

**Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Untuk Meningkatkan Pendapatan pada Pasar Tradisional**

(Studi Kasus Kios Nafis Pasar Way Jepara Kecamatan Way Jepara Kabupaten Lampung Timur)

Oleh :

**Royan Rosyadi<sup>1</sup>**

**Esti Rahayu<sup>2</sup>**

[royanrosyadi73@gmail.com](mailto:royanrosyadi73@gmail.com)

STEI Darul Qur'an Minak Selehah Lampung Timur

Penelitian ini mengkaji “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli untuk Meningkatkan Pendapatan di Pasar Tradisional (Studi Kasus Kios Nafis Pasar Way Jepara Kecamatan Way Jepara Kabupaten Lampung Timur)*”. Latar belakang penelitian ini terangkat dari fenomena pasar tradisional yang masih menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat, namun sering diwarnai praktik kurang etis seperti ketidakjujuran dalam kualitas barang maupun ketidakseimbangan harga. Islam menekankan pentingnya penerapan etika dalam bisnis, di antaranya kejujuran, keadilan, tanggung jawab, serta kerelaan antara penjual dan pembeli, sehingga transaksi tidak hanya menghasilkan keuntungan materi, tetapi juga keberkahan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan pedagang dan konsumen, serta dokumentasi. Analisis dilakukan dengan mereduksi data, menyajikannya secara sistematis, kemudian menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kios Nafis telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran dalam timbangan, keterbukaan harga, pelayanan yang adil, serta mengutamakan niat ibadah dalam berdagang. Penerapan etika tersebut meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan usaha. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam tidak hanya bersifat normatif-religius, tetapi juga memberikan manfaat nyata dalam membangun keberlanjutan usaha dan memperkuat eksistensi pasar tradisional di tengah persaingan modern.

**Kata Kunci:** *Etika, Bisnis Islam, Transaksi, Pasar Tradisional, Kios Nafis.*

**ABSTRACT**

**Analysis of the Application of Islamic Business Ethics  
in Sales Transactions to Increase Income in Traditional Markets**  
(Case Study of Nafis Kiosk, Way Jepara Market, Way Jepara Subdistrict, East Lampung  
Regency)

By:

**Royan Rosyadi<sup>1</sup>**

**Esti Rahayu<sup>2</sup>**

[royanrosyadi73@gmail.com](mailto:royanrosyadi73@gmail.com)

STEI Darul Qur'an Minak Selebah Lampung Timur

This study examines “Analysis of the Application of Islamic Business Ethics in Sales Transactions to Increase Income in Traditional Markets (Case Study of Nafis Kiosk, Way Jepara Market, Way Jepara District, East Lampung Regency)”. The background of this research stems from the phenomenon of traditional markets, which remain the center of economic activity for communities but are often marred by unethical practices such as dishonesty in product quality or price imbalance. Islam emphasizes the importance of ethical conduct in business, including honesty, justice, responsibility, and mutual consent between seller and buyer, so that transactions not only yield material profit but also blessings. This study employs a descriptive qualitative method with a case study approach. Data was collected through observation, in-depth interviews with merchants and consumers, and documentation. Analysis involved reducing the data, presenting it systematically, and drawing conclusions. The results of the study indicate that Kios Nafis has implemented Islamic business ethics principles, such as honesty in weighing, transparency in pricing, fair service, and prioritizing the intention of worship in trading. The application of these ethics has increased customer trust and loyalty, which ultimately contributes to the success of the business. Thus, this study confirms that the application of Islamic business ethics is not only normative-religious in nature, but also provides tangible benefits in building business sustainability and strengthening the existence of traditional markets amid modern competition.

Keywords: *Islamic, Business Ethics, Transactions, Traditional Markets, Nafis Kiosks*

## **A. Latar Belakang**

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, terdapat transaksi dan budaya tawar-menawar. Pasar tradisional adalah kios luar ruangan dengan lokasi yang tertentu, biasanya didekat pemukiman penduduk pedagang dan petani untuk bertukar hasil bumi.<sup>1</sup>

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Pasar Way Jepara, merupakan salah satu pasar yang terletak di Kabupaten Lampung Timur. Pasar ini merupakan pasar terbesar di Kecamatan Way Jepara, yang terletak dikelurahan Labuhan Ratu Dua kecamatan Way Jepara kabupaten Lampung Timur. Pasar yang berkembang selama ini khususnya di Indonesia, tujuannya hanya untuk mengejar keuntungan yang sebesar-besarnya, dan ada juga pihak yang mencari keuntungan secara sepihak saja. Karena sistem ini lebih menekankan pengertian kegunaan dalam kegiatan ekonomi, termasuk mekanisme pasar dan tidak memandai sistem ekonomi syariah yang berkaitan dengan pengertian kegunaan dan mendukung prinsip keadilan dalam setiap kegiatan ekonomi. Perwujudan ide-ide syariah memiliki tiga karakteristik dasar yaitu: yaitu prinsip keadilan, penghindaran perbuatan tindakan terlarang, dan pertimbangan aspek keuntungan.<sup>2</sup>

Berkaitan dengan hal tersebut banyak pedagang di pasar tradisional mulai berkurang rasa kesadaran mengenai kedisiplinan etika bisnis dalam berdagang, seperti mengutamakan ibadah kepada Tuhan Yang Maha Esa; menerapkan kedisiplinan waktu dalam menjalankan shalat tepat waktu. namun tidak sedikit juga pedagang yang tetap mengutamakan ibadah dan menjalankan shalat tepat waktu karena mereka menganggap besar kecilnya keuntungan yang didapatkan, ramai tidaknya pembeli, dengan mengutamakan ibadah dan shalat. usaha yang dijalani akan makin berkah.

Dalam pandangan Islam, pada hakikatnya semua yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari manusia di bumi ini semuanya sudah diatur. ajaran agama Islam mengatur semua aspek kehidupan manusia, tak terkecuali aktivitas perekonomian dan bisnis.<sup>3</sup>

Kejujuran merupakan syarat mendasar dalam kegiatan berbisnis yang diajarkan islam. Nilai kejujuran dipraktikan oleh nabi Muhamad SAW. Kurangnya penerapan etika bisnis Islam pada pasar tradisional dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dan

---

<sup>1</sup> Husni Muharam, et al., "Strategi Pengembangan pada Pasar Tradisionaal Guntur Ciawitali Garut", Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan, vol 6, no 1, 2023. h. 2.

<sup>2</sup> Pipit et al., Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Penggunaan Timbangan di Pasar Tradisional (Pasar Desa Rawa Jaya Kec. Tabir Selatan Kab. Merangin Jambi), Jurnal Ilmiah Mahasiswa, vol:1. no:6. 2023. h. 29

<sup>3</sup> Ambar Wati et al., Penerapan Etika Jual Beli dalam Transaksi Jual Beli Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang Sumatra Selatan, Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam, vol 2 no 2. 2019. h. 162-163.

menciptakan citra yang buruk bagi pasar tersebut. Salah satu contohnya adalah memberi informasi yang tidak jujur mengenai barang yang jual.

Sedangkan Peran dari etika bisnis Islam terhadap berlangsungnya kegiatan usaha memang sangat besar, terlebih lagi pada masa sekarang ini seluruh pendapatan yang merupakan hasil dari usaha bukan hanya berasal dari strategi yang baik tetapi juga berasal dari sikap dan perilaku kita sebagai pelaku

bisnis terhadap konsumen maupun pelanggan. Peranan etika bisnis Islam ini tidak hanya mengarah pada kebaikan kita terhadap pelanggan tetapi juga terhadap karyawan itu sendiri. Karena setiap manusia harus diperlakukan sebaik mungkin agar mendapatkan hasil yang baik juga.<sup>4</sup>

Bahwasanya etika Bisnis Islam dalam yang berlangsung sebaiknya sebaiknya terus dijaga karena dengan adanya etika bisnis Islam sangat mempengaruhi pendapatan dan keyamanan baik dari karyawan ataupun konsumen, sehingga dampak yang diperoleh pasar adalah suasana yang harmonis antara penjual dan pembeli.

---

<sup>4</sup> Adek Safitri Nasution dan M. Yarham, (2023), *Peran Penting Etika Bisnis Islam Terhadap Pendapatan Dan Pengembangan Umkm*, Welfare Jurnal of Islamic Economi and Finance, vol 2, no 1, h. 55.

## **B. METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan *field risset* (penelitian lapangan) tipe penelitian ini menguji kondisi lingkungan sekitar yang natural dan keterlibatan peneliti dideskripsikan sesuai data yang sama dengan permasalahan pada peneliti.dengan menggunakan penelitian yang bersifat pembuktian (verifikatif).<sup>5</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsian permasalahan dan fokus penelitian, metode kualitatif adalah langkah penelitian sosial untuk mendapatkan data deskriptif berupa kata-kata, gambar dan peristiwa yang terjadi dilapangan. Hal tersebut diungkapkan oleh Lexy J. Moleong bahwa data yang dikumpulan dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata gambar dan bukan angka.<sup>6</sup>

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli pada Kios Nafis**

Etika bisnis Islam sangat penting dalam transaksi jual beli. Bahkan di dalam Al-Quran dan Hadist terdapat penjelasannya. Tujuan dari transaksi jual beli yaitu untuk mendapat keuntungan. Namun, keuntungan tersebut haruslah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis dan tidak mengandung unsur riba. Berikut wawancara pada pedagang di pasar tradisional Way Jepara dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam ketika transaksi jual beli. Dalam wawancara ini peneliti menggali pandangan narasumber mengenai prinsip tauhid. terkadang gagal panen yang memengaruhi penjualan. Selain itu, cuaca yang tidak baik juga bisa mengganggu kelancaran usaha hal-hal tersebut adalah bagian dari proses berdagang yang biasa terjadi dan harus diterima dengan sikap sabar.

Prinsip tauhid menjadi dasar dari semua kegiatan seorang Muslim, termasuk dalam berdagang. Tauhid mengajarkan keyakinan bahwa segala rejeki berasal dari Allah SWT, sehingga dalam berbisnis, seorang pedagang tidak hanya mengejar keuntungan dunia, tetapi juga mencari kebahagiaan di sisi Allah. Berdagang dapat dianggap sebagai bentuk ibadah jika dilakukan dengan niat yang tulus dan sesuai dengan aturan agama. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah SWT. telah menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai

---

<sup>5</sup> Asep hidayat dan dkk,2023.*analisis penerapan etika bisnis pedagang menurut persepektif islam dipasar cendrawasih kota metro*,jurnal manajemen dan bisnis akuntansi,vol.2 no.2 h:7

<sup>6</sup> Lexy J. Meleong ,metodelogi penelitian kualitatif, (Bandung :PT Remaja Rosdakarja, (2019) h :11

khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.<sup>7</sup>

### 1. Prinsip Tauhid

Prinsip ketauhidan yang diterapkan pada aktivitas perdagangan di kios Nafis dapat dikategorikan cukup baik. Hal ini tercermin dari sikap pedagang yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan materi semata, tetapi juga menjadikan kegiatan berdagang sebagai sarana untuk meraih keridhaan Allah SWT. Pedagang menyadari bahwa berdagang merupakan bagian dari ibadah apabila dilakukan dengan niat yang tulus, kejujuran, serta menghindari segala bentuk kecurangan.

Pentingnya membeli barang sesuai kebutuhan agar terhindar dari kemubaziran, memilih barang yang halal serta menjauhi yang haram, dan menjaga kejujuran dalam transaksi tanpa adanya kecurangan. Selain itu, responden juga menyadari pentingnya menjaga etika dalam tawar-menawar, tidak menekan penjual secara berlebihan, serta meyakini bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah. Responden menegaskan bahwa dalam berbelanja tidak boleh bersikap serakah maupun mudah marah kepada penjual, melainkan harus selalu bersabar sesuai dengan ajaran agama. Dengan demikian, wawancara ini menunjukkan bahwa responden berusaha menjalankan aktivitas jual beli sesuai dengan nilai-nilai syariah.

### 2. Prinsip Keseimbangan

Prinsip etika bisnis Islam mengacu pada ajaran Islam yang mendorong perilaku etis dalam bisnis dan melarang tindakan curang atau tidak jujur. Bagi mereka yang curang, yaitu mereka yang menuntut kepuasan ketika mendapatkan ukuran orang lain namun ukuran orang itu selalu kecil, ini menjadi malapetaka yang mengerikan.<sup>7</sup>

Para pedagang memahami pada dasarnya dalam menjalankan kegiatan berdagang, mereka harus berperilaku adil dan seimbang terhadap pembeli. Keadilan dan keseimbangan ini berarti penjual menunjukkan barang dagangan haruslah dengan kondisi yang sebenarnya tanpa menutupi cacatnya.

Hasil wawancara menunjukkan kepedulian yang sangat tinggi terhadap kejujuran dalam proses timbang-menimbang barang dagangan. Hal ini menjadi perhatian utama karena pedagang menyadari bahwa menimbang

---

<sup>7</sup> Nine Haryanti dan Trisna Wijaya, 2019, “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya”, Jurnal Ekonomi Syariah vol. 4, no. 2., h. 127.

dengan tidak jujur, seperti mengurangi timbangan, merupakan perbuatan yang tidak etis dan dapat *merugikan konsumen*.

3. *Konsisten harga*

*Penelitian pada kios Nafis* menjukan bahwa harga yang ditetapkan sangatlah konsisten pembeli sangat mudah dalam melihat harga barang dan tidak berubah ubah secara cepat, serta harga sama kepada semua pembeli pembeli merasa nyaman dengan adanya konsisten harga yang ditetapkan sehingga pembeli dapat menyesuaikan pengeluarannya tanpa takut berlebih dalam pembayaran.

4. Tanggung Jawab

Dalam dunia bisnis berani berbuat yang artinya juga berani bertanggung jawab atas semua baik yang di lakukan maupun yang akan terjadi. Terutama bertanggung jawab kepada Tuhan dan juga lingkungan sekitar.

Berdasarkan hasil wawancara, Pedagang menunjukkan pemahaman dan penerapan prinsip tanggung jawab dalam aktivitas bisnisnya. Pedagang menyadari bahwa setiap barang yang dijual harus disampaikan dengan jujur kepada pembeli, terutama jika terdapat kekurangan pada produk tersebut. penerapan standar etika pelayanan masih belum sama rata diterapkan, terutama ketika situasi sedang sibuk. Padahal, dalam Islam, memberikan pelayanan yang adil dan menghormati semua pelanggan adalah bagian dari kewajiban sosial seorang pedagang, namun dalam memberikan informasi mengenai barang yang dijual pedagang sudah memberikan tanggung jawab yang baik, dengan cara memberi informasi terlebih dahulu sebelum membelinya. Hal ini mencerminkan bahwa tanggung jawab dalam berdagang tidak hanya sebatas hubungan dengan pembeli, tetapi juga meliputi tanggung jawab sosial terhadap komunitas dan lingkungan sekitar.

5. *Ihsan*

Artinya selalu melakukan kegiatan yang baik yang dapat menguntungkan yang tidak hanya untuk diri sendiri, namun bermfaat juga untuk orang lain. Tentunya di lakukan dengan ihklas dan dengan suka rela. Ihsan secara bahasa berarti berbuat baik atau melakukan sesuatu dengan cara yang terbaik. Dalam konteks etika bisnis Islam, ihsan berarti menjalankan aktivitas usaha tidak hanya berdasarkan kewajiban hukum (syariat), tetapi juga dengan niat tulus, kualitas terbaik, dan memperhatikan nilai-nilai moral serta spiritual.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penjual telah menerapkan kejujuran dalam praktik jual beli, menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui pemberian hadiah kecil, serta menepati pesanan dengan cukup baik. Kebersihan kios juga terjaga karena adanya petugas kebersihan pasar, dan pelayanan kepada pembeli dinilai berjalan dengan baik. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran penjual untuk membangun kepercayaan

dan kepuasan konsumen melalui sikap jujur, pelayanan, dan kepedulian terhadap lingkungan pasar.

## **2. Peran Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Pedagang kios Nafis**

### **1. Skill**

Setiap pedagang memiliki kemampuan yang berbeda-beda, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan serta meningkatkan pendapatan. Terdapat pula pedagang yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik, sehingga mampu berinteraksi secara sopan, jelas, menyakinkan. Kemampuan komunikasi yang baik efektif berperan dalam kepercayaan pelanggan, yang akhirnya mendorong loyalitas dan pembeli yang berulang.

#### **a. Kemampuan Komunikasi**

Dapat disimpulkan bahwasanya kemampuan komunikasi memiliki peranan penting dalam meningkatkan pendapatan kios. Khususnya dalam bentuk kepandaian tawar-menawar, sikap ramah, serta kemampuan memberikan penjelasan yang jelas, dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan pendapatan. Hal ini dikarenakan proses tawar-menawar yang komunikatif mampu menciptakan kesepakatan harga bagi kedua belah pihak. Selain itu, sikap ramah menjadikan pelanggan merasa dihargai dan nyaman, sehingga berpotensi menumbuhkan loyalitas. Lebih lanjut, penjelasan yang informatif mengenai produk atau jasa membantu pelanggan memahami nilai serta manfaat Untuk melakukan pembelian. Dengan demikian, peneliti berpendapat bahwa ketiga aspek komunikasi tersebut berperan untuk menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan.

#### **b. Menyelesaikan Masalah**

Dapat disimpulkan bahwasanya kemampuan menyelesaikan masalah, dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan, terutama pada konteks keluhan pembeli dan persaingan harga. Ketika pembeli menyampaikan keluhan, respon yang cepat dan solusi yang tepat akan menumbuhkan rasa puas dan kepercayaan, sehingga pelanggan tetap loyal meskipun pernah mengalami ketidaknyamanan. Di sisi lain, pada kondisi persaingan harga yang ketat, keterampilan dalam memberikan penjelasan mengenai keunggulan produk serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan menjadi kunci agar penjualan tidak menurun.

#### **c. Modal Sosial dan Wasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial yang dimiliki Pedagang Kios Nafis tergolong baik. Hal ini terlihat dari adanya hubungan yang harmonis antara pedagang dengan pelanggan, pemasok, serta masyarakat sekitar. Pedagang berusaha menjaga kejujuran, keramahan, dan sikap saling percaya dalam setiap transaksi. Kepercayaan yang terbangun dengan pelanggan menyebabkan banyak pelanggan melakukan pembelian secara berulang. Selain itu, hubungan yang baik dengan pemasok memudahkan pedagang memperoleh barang dagangan tepat waktu dan terkadang mendapatkan kemudahan dalam sistem pembayaran. Kondisi ini membantu kelancaran operasional usaha dan berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan kios.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa modal wawasan menjadi faktor penting dalam pengelolaan usaha Kios Nafis. Pedagang memiliki pemahaman mengenai cara melayani pelanggan, mengelola stok barang, menentukan harga jual, serta memahami kebutuhan konsumen.

Pengetahuan yang dimiliki pedagang diperoleh dari pengalaman berusaha, pengamatan terhadap kondisi pasar, dan informasi dari lingkungan sekitar. Dengan adanya wawasan tersebut, pedagang mampu mengambil keputusan yang lebih tepat dalam menjalankan usaha, seperti menambah stok barang yang banyak diminati dan mengurangi barang yang kurang laku.

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian analisis penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli untuk meningkatkan pendapatan pada pasar Way Jepara (kios Nafis), kecamatan Way Jepara kabupaten Lampung Timur. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Pasar Way Jepara, Kecamatan Way Jepara, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada Kios Nafis telah berjalan dengan cukup baik. Pedagang di kios tersebut sudah berupaya menerapkan prinsip-prinsip etika jual beli yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam bertransaksi. Meski demikian, hasil wawancara dengan beberapa pembeli mengindikasikan masih adanya kekurangan dalam hal pelayanan yang perlu mendapat perhatian lebih lanjut. Oleh karena itu, meskipun secara umum penerapan etika bisnis Islam pada Kios Nafis sudah baik, peningkatan kualitas pelayanan kepada pembeli tetap diperlukan agar nilai-nilai etika bisnis Islam dapat terwujud secara lebih optimal dan menyeluruh dalam praktik jual beli di pasar tersebut. penerapan etika bisnis Islam pada Kios Nafis berdampak positif pada usaha. Pedagang merasakan peningkatan kepercayaan pelanggan, yang berkontribusi pada naiknya jumlah pembeli dan pendapatan. Nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, dan pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan usaha tersebut

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abdul Aziz Yusuf. *Etika Bisnis Islam Pengertian Prinsip dan Tujuan*, <https://deepublishstore.com>, 2021. Dikutip 18 Oktober 2024

Aisah Siti, et al. *penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli dipasar tradisional studi pasar sungai bengkel*, jurnal nuansa publikasi ilmu manajemen dan ekonomi syariah, vol1, No 3, 2023

Ajir Deddi. *fikih perbandingan tentang syarat dan rukun jual beli serta relevansinya dengan jual beli modern*, jurnal of sharia economics, vol 1, no 2, 2022.

Alimusa La Ode. *Pengantar Bisnis Dan Lembaga Ekonomi Islam:Teori Dan Aplikatif Era Global*, Penerbit Kencana, 2024.

Al-Quran Al Qudus, Kudus: CV. Mubrokatan Thoyyibah.

Aprianto Alan, Elvia Aszara Enzu. *Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Belidipasar Angso Dua Jambi*, jurnal ilmiah ekonomi dan manajemen,vol 2, no 3, 2024.

Asyifa Putri octavia apandy et al. *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli*. Jurnal manajemen dan bisnis. Vol:3 no:1. 2021

Badroen Faisal. *Etika bisnis islam*, Jakarta: prenanda media Grup, 2006 Boediono.

*Pengantar Ekonomi*, Edisi Ke-2, Jakarta: Erlangga, 2006.

- *Teori Pertumbuhan Ekonomi*, Yogyakarta: BPFE. 1999.

Budiantono M Agus, Moh. Yasin, Fauzi. *Praktik Jual Beli Secara Mut'ah Menurut pandangan Ulama*, Indonesia :Jurnal of Sharia Ekonomi Law,vol 1, No 1, 2024.

Darfiah Mertino et al . *Analisis Pelayanan Pedagang Terhadap Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Studi Toko Sembako ,Kelurahan Ganjar Asri*, jurnal al idara manajemen dan bisnis islam ,vol 5, no1, 2024.

Ely Indra Fatmawati. *Transaksi Jual Beli Dipasar Tradisional Sumberejo Kabupaten Bojo Negoro*, jurnal ekonomi dan keuangan syariah, vol.2,no.1 2021.

Empat macam jual beli yang dilarang dalam islam berdasarkan rukun dan syarat, <https://kumparan.com/berita-hari-ini>, diakses: 23 oktober 2024.

FauziAde. *Pemikiran Etika Bisnis M Dawam Raharjo*. Penerbit :A Empat.

Firdaus Muhamad. *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Melakukan Transaksi Pada Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam*, Al muamalat jurnal hukum dan ekonomi syariah, 2019.

Hartami Indyah santi, putri merlydeleo karina. *Rancang Bangun Sistem Informasi Data Transaksi Jual Beli Ditoko Andis's Collection*, urnal penelitian multidisiplin ilmu, Vol 1, no 2, 2022.

Haryanti Neni trisma wijaya. *Analisis penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam dapa pedagang dipasar tradisional pancasila tasik malaya*, jurnal ekonomiki syariah, vol 4, no2, 2019

Hidayat asepe et al. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Pedagang Menerut Persepektif Islam Dipasar Cendrawasih Kota Metro*, jurnal manajemen dan bisnis akuntansi, vol.2, no 2, 2023.

[https://www.harianpilar.com/2019/01/17/pasar-way-jepara-segera-diresmikan/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.harianpilar.com/2019/01/17/pasar-way-jepara-segera-diresmikan/?utm_source=chatgpt.com). Diakses:pada tanggal:10/06/2025

Husaini Usman, Purnomo Setiadi Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.

Jaluli M Sulaiman, Misno Abd. *Fiqh Muamalah Hukum Ekonomi Islam dan Bisnis Syariah di indonesia*, penerbit :A empat, 2024.

Jhingan M.L. *Ekonomi pembangunan dan perencanaan*, padang: PT. Raja Grafindo, 2003.

Khoir Misbahul, moh ah subhan .za. *Etika Bisnis Islam Dan Kelangsungan Usaha Aqiqah Service (Asc) Di Gresi*, Prosiding seminar nasional teknologi dan sains.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta: PT. Prenhallindo, 2005.

Lipsyaripudin Enceng, Zamzam Muhamad. *Analisis Hukum Ekonomi Islam Tentang Transaksi Jual Beli Tidak Sesuai Dengan Lebel Harga Studi Kasus Alfamart Sudirman 38*, jurnal hukum ekonomi syariat, 2023.

Lisyaripuudin enceng dan muhamad zamzam 2023." *analisis hukum ekonomi islam tentang transaksi jual beli tidak sesuai dengan lebel harga studi kasus alfamart sudirman 38*". jurnal hukum ekonomi syariat.

Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*, kencana: prenadamedia Grup, 2012.

Muharam Husni et al. *Strategi Pengembangan Pada Pasar Tradisionaal Guntur Ciawitali Garut*, jurnal industri kreatif dan kewirausahaan vol 6 ,no 1, 2023.

Muhyidin et.al, *Usul Fiqh Dan Ekonomi Syariah*, Merdeka Kreasi Grup

Mursida umi, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Dipasar Tradisional Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat*, <https://repository.radenintan.ac.id>, 2017 .

Nilava Ina, Ahmad Fauzi. *Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Dipasar Tradisional Ngonggo Kota Kediri*, jurnal At-tamwil kajian ekonomi islam, vol 2, 2020.

Nine Haryanti, Trisna Wijaya. *Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya*, Jurnal Ekonomi Syariah Vol 4,No. 2, 2019.

Nur luluk azizah. *Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil*(studi kasus pasar kiringan desa kemlagilor turi lamongan), jurnal manajemen vol 4, No,2019.

Nur Manna silvia, novieta dwi lestari. *Pengaruh Etika Bisnis Dalam Meningkatkan UMKM*, Jurnal pemikiran dan penelitian ekonomi islam, 2022.

Nuriyanto Elok. *Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Two Stay Two Stray (TSTS) Pada siswa SMP*, Jurnal Suluh Edukasi, Vol. 01 No. 01, 2020.

Nuriyanto Elok. *Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Two Stay Two Stray (TSTS) Pada siswa SMP*”, Jurnal Suluh Edukasi, Vol. 01, No. 01, 2020.

Pipit et al, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Penggunaan Timbangan Dipasar Tradisional (Pasar Desa Rawa Jaya Kec. Tabir Selatan Kab. Merangin Jambi)* jurnal ilmiah mahasiswa, vol 1,no6,2023.

Rabbani Burhanudin, ahmad faqeh. *Jual Beli Dalam Perspektif Alquran Dan Hadist* .Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, vol 9, no 2,2023.

Rahman Abdur Ghazaly,et al. *Fiqh muamalat*, penerbit: kencana prenada media grup, 2010.

Sabar Echdar et al. *Business Ethics And Entrepreneurship Etika Bisnis dan Kewirausahaan*, Grup penerbit CV BUDI UTAMA.

Septiani hadiz M Fuad. *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Sistem Jual Beli Pada Pasar Tradisional*, jurnal ilmiah ekonomi islam, vol 9, no 3, 2023.

Siswadi, Wilda Ainun Najiah. *jual beli dilarang (fasid atau bathil) dalam pandangan hukum islam*, jurnal penelitian dan pengabdian masyarakat vol 1no 2, 2023.

Sobagyo Joko. *metode penelitian (dalam teori kepraktek)*, Jakarta : Rinek cipta, 2006.

Sri Lestari putri, Dedah Jubaedah. *Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam*, J- ALIF : Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam, vol 8, No. 2, 2023.

Sri rahayu Ulfa et al. *Analisis jual beli dalam perspektif islam*. jurnal pengabdian masyarakat vol 4 No. 2, 2024.

Sudirman, ubaidillah. *Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Studi Kasus: Pasar Angso Duo Kota Jambi*, eksis jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis, 2020.

Suhedi et al. *Pelajaran adab islam 2*, penerbit: Yayasan

Syaeful ahlan syaeful millah, et al. *Analisis Data Dalam Penelitian Tindakan Kelas, Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, vol1. No2, 2023.

*Pasar Tradisional Studi Kasus Dipasar Leuwiliang*, jurnal kajian ekonomi dan bisnis islam,vol 4, no 4,2023.

Teraslampung.com/bupati-lampung-timur-janji-akan-segera/?utm\_source=chatgpt.com. diakses:10/06/2025

Todaro, M.P. & Smith, S.C. *Pembangunan Ekonomi*. Edisi 11. Jakarta: Erlangga, 2012.

Ubaidilah. *ijab qobul dalam transaksi*, <https://www.kompasiana.com/ubaedilah>, diakses 23 oktober 2024.

Wahida.z. *Perspektif Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Online Dengan Model Perklanen*. jurnal keagamaan dan ilmu sosial, vol 7, no 1, 2022.

Wati ambar el at. *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Trasaksi Jual Beli Studi Kasus Pasar Tradisional Empat Lawang*, Jurnal kajian ekonomi dan bisnis islam. Vol 2, No. 2 2019.

Wawancara dengan pembeli ibu lastri, pada tanggal 25/06/2025 Wawancara dengan pembeli ibu siyem,pada tanggal:25/06/2025 Wawancara dengan pembeli ibu yanti,pada tanggal 25/06/2025 Wawancara dengan pembeli ibu rohyatin, pada tanggal:25/06/2025 Wawancara dengan pembeli, ibu hikmah., pada tanggal:26/06/2025 Wawancara dengan penjual ibu nafis, pada tanggal:26/06/2025 Wawancara dengan pembeli, ibu Laili, pada tanggal:25/06/2025 Wawancara dengan pembali, rina pada tanggal:26/06/2025 Wawancara dengan pembeli, ibu vita pada tanggal:30/06/2025