

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis implementasi etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam dan implikasinya terhadap kesejahteraan individu pedagang pasar tradisional Turen Kabupaten Malang, dapat disimpulkan bahwa :

1. Implementasi etika bisnis ekonomi Islam oleh pedagang di Pasar Tradisional Turen secara umum telah berjalan dengan cukup baik. Para pedagang telah menerapkan prinsip-prinsip Islam seperti *ṣidq* (jujur), amanah (bertanggung jawab), dan *'adl* (adil) dalam praktik jual beli sehari-hari. Pada aspek ekonomi, terdapat kesadaran dalam efisiensi dan tanggung jawab, tercermin dari edukasi kepada konsumen dan pengelolaan limbah. Namun, penggunaan kantong plastik dan kurangnya pemahaman tentang asal-usul produk menunjukkan bahwa kesadaran ekologis dan prinsip *khalifah fil ardh* belum optimal. Dalam aspek peraturan dan hukum, para pedagang cukup taat terhadap aturan pasar, seperti menjaga jam operasional dan kebersihan. Meskipun belum seluruhnya memiliki izin resmi (SIUP), sebagian besar telah memiliki kartu keanggotaan pasar dan memahami pentingnya legalitas usaha, yang mencerminkan prinsip keadilan, tanggung jawab, dan perlindungan konsumen. Secara religius dan budaya, pedagang menunjukkan pengamalan nilai-nilai Islam melalui kejujuran, pemberian garansi, serta kemurahan hati seperti diskon dan sedekah. Partisipasi dalam kegiatan sosial seperti doa bersama dan paguyuban mencerminkan semangat ukhuwah dan solidaritas sosial dalam ekonomi Islam. Dari sisi individu, pedagang menunjukkan karakter yang

sesuai dengan etika Islam, seperti kejujuran, kesabaran, dan keterbukaan terhadap kritik. Sikap kooperatif serta kemampuan menjaga hubungan baik dengan konsumen menjadi bukti internalisasi nilai *ihsān* dan *ṣabr* dalam perilaku bisnis mereka.

2. Berdasarkan indikator Keluarga Sejahtera dari BKKBN, sebagian besar pedagang di Pasar Tradisional Turen telah mencapai tingkat kesejahteraan keluarga yang cukup baik, umumnya berada pada kategori Keluarga Sejahtera II hingga III, dan sebagian kecil mendekati kategori III Plus. Pedagang telah mampu memenuhi kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, papan, kesehatan, dan pendidikan anak. Selain itu, mereka juga menunjukkan kemampuan dalam konsumsi gizi seimbang, produktivitas keluarga, literasi, serta kondisi hunian yang layak. Pada tingkat yang lebih tinggi, ditemukan kebiasaan menabung, pendidikan anak yang lebih tinggi, serta keterlibatan dalam kegiatan keagamaan dan sosial. Beberapa pedagang bahkan telah berkontribusi materiil dalam kegiatan sosial, meskipun belum banyak yang aktif dalam organisasi masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa pedagang tidak hanya mampu mencukupi kebutuhan ekonomi keluarga, tetapi juga berkembang dalam aspek spiritual, sosial, dan pendidikan, yang mencerminkan karakter keluarga mandiri dan berdaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat dua fokus utama yang menjadi landasan dalam memberikan saran, yaitu terkait dengan etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam dan implikasinya terhadap kesejahteraan individu pedagang pasar tradisional. Saran-saran tersebut

diklasifikasikan berdasarkan empat kategori stakeholder utama sebagai berikut:

1. Untuk Pedagang Pasar Tradisional

Upaya yang dapat dilakukan untuk mewujudkan etika bisnis yang berkelanjutan antara lain dengan meningkatkan kesadaran ekologis, seperti mengurangi penggunaan kantong plastik dan mulai beralih pada kantong belanja ramah lingkungan yang lebih berkelanjutan. Selain itu, pelaku usaha juga perlu memahami asal-usul barang dagangan serta memilih produk yang diproduksi secara etis dan ramah lingkungan sebagai implementasi prinsip *halalan thayyiban*. Langkah lainnya adalah mulai menerapkan pengelolaan limbah dan praktik daur ulang secara lebih terencana sebagai wujud tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan. Dari sisi legalitas, memperkuat usaha melalui pengurusan surat izin seperti SIUP penting dilakukan guna memperluas akses terhadap pembiayaan dan program pemberdayaan pemerintah. Di samping itu, nilai-nilai kejujuran (*shiddiq*), amanah, dan kedermawanan yang selama ini telah dijalankan juga perlu dipertahankan dan diperkuat sebagai bagian dari implementasi prinsip ekonomi Islam dalam *etika bisnis*.

2. Pengelola Pasar

Langkah-langkah yang dapat diambil untuk mendukung penerapan etika bisnis Islam secara berkelanjutan antara lain dengan menyediakan fasilitas ramah lingkungan, seperti tempat sampah terpilah dan fasilitas daur ulang, guna mendukung praktik perdagangan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Selain itu, perlu diselenggarakan pelatihan dan edukasi rutin mengenai etika

bisnis Islam dan manajemen usaha agar para pedagang tidak hanya fokus pada aktivitas jual beli, tetapi juga memahami pentingnya prinsip keberlanjutan dalam menjalankan usaha. Peran paguyuban pedagang juga perlu diperkuat sebagai pusat pembinaan dan solidaritas sosial berbasis nilai keislaman (*ukhuwah Islamiyah*). Untuk mendorong pedagang agar konsisten menerapkan prinsip etis dalam kegiatan usahanya, dapat diterapkan sistem penghargaan atau sertifikasi syariah. Seluruh upaya ini bertujuan untuk mengoptimalkan peran strategis berbagai pihak dalam mendukung pelaksanaan nilai-nilai etika bisnis Islam serta peningkatan kesejahteraan individu pedagang secara berkelanjutan.

3. Pemerintah Daerah

Pemerintah memiliki peran strategis dalam mendorong penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional melalui berbagai kebijakan yang mendukung. Salah satunya adalah dengan menyusun regulasi yang kondusif guna mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi Islam ke dalam pengelolaan pasar tradisional. Selain itu, pemerintah perlu memberikan akses perizinan usaha dengan prosedur yang lebih sederhana dan biaya yang terjangkau bagi para pedagang, sehingga mereka lebih mudah untuk menjalankan usaha secara legal. Untuk mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan, pengembangan program pembiayaan mikro syariah bagi pedagang kecil juga menjadi langkah penting. Di samping itu, penyelenggaraan pelatihan keterampilan usaha, literasi digital, dan manajemen keuangan berbasis syariah sangat dibutuhkan guna meningkatkan kapasitas

usaha para pedagang agar mampu bersaing dan berkembang dalam jangka panjang.

4. Peneliti Selanjutnya

Dalam rangka memperkuat kajian mengenai etika bisnis Islam di pasar tradisional, perlu dilakukan pengembangan alat ukur yang lebih lengkap dan mendalam untuk mengetahui sejauh mana prinsip-prinsip tersebut telah diterapkan. Selain itu, penelitian komparatif antara pedagang di pasar tradisional dan pasar modern, maupun antar daerah, penting dilakukan guna memperoleh gambaran yang lebih luas terkait strategi etika bisnis dan tingkat kesejahteraan individu pedagang. Penelitian jangka panjang (*longitudinal*) juga diperlukan untuk memantau perkembangan kesejahteraan pedagang dari waktu ke waktu, khususnya dalam melihat dampak program-program bantuan ekonomi berbasis syariah. Di samping itu, perlu dikaji pula berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi etika ekonomi Islam dalam konteks sosial-ekonomi masyarakat lokal. Keseluruhan upaya ini dapat diarahkan pada pengembangan model teoretis yang dapat dijadikan acuan dalam penerapan etika ekonomi Islam di berbagai konteks pasar tradisional.

Melalui implementasi saran-saran tersebut, diharapkan penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional dapat ditingkatkan secara lebih menyeluruh, sehingga tercipta keseimbangan antara keuntungan usaha, keadilan sosial, dan pelestarian lingkungan sebagaimana diamanatkan dalam prinsip *khalifah fil ardh* dalam Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, A., Nisar, Q. A., Mahmood, M. A. H., Chenini, A., & Zubair, A. (2020). The Role Of Islamic Marketing Ethics Towards Customer Satisfaction. *Journal Of Islamic Marketing*, 11(4), 1001–1018. <https://doi.org/10.1108/Jima-11-2017-0123>
- 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>
- Ahmad Zaky Muzakkir. (2020). Mekanisme_Pasar_Pendekatan_Retrospektif_Ekonomi_Is. *Jurnal Al-Qardh*.
- Al Farisi, M. S., Anwar, S., Haryono, S., & Wahid, H. A. (2025). Sustainable Consumer Behavior Of Halal Cosmetics In Indonesia E-Commerce: A Masalahah-Based Approach. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 65–84. <https://doi.org/10.54471/Iqtishoduna.V14i1.2674>
- Albar, K., Misbach, I., & Muin, R. (N.D.). Value Theory In Islamic Economics: Implications For Market Structures And Pricing Mechanisms. *Islam Nusantara*, 08(2), 233–244. <https://doi.org/10.33852/Jurnalin.V8i1.570>
- Albeth, & Pieter Latumenten. (2023). Izin Usaha Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Kegiatan Usaha Pt Lsi Yang Tidak Sesuai Dengan Izi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (Jisip)*, 7(3). <https://doi.org/10.58258/Jisip.V7i1.5271>
- Amin Effendy, A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan Umkm Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3).

Arafat, Y. (2021). Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Penjualan.

Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora, 2(3).

Ardhana Satriadi Nasution, Monalisa, & Ira Manyamsari. (2024). Keberlangsungan Pedagang Pasar Tradisional Di Tengah Eksistensi Pasar Modern (Studi Kasus Pasar Tradisional Kerasaan Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 9.

Ardiansyah, F., & Putra, R. (2024). Tantangan Perkembangan Usaha Pasar Tradisional: Studi Pada Pasar Daerah Turen Kabupaten Malang. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6, 3268.
<https://doi.org/10.47476/Reslaj.V6i6.2744>

Arifin, G., Trinugraha, Y. H., & Nurhadi, N. (2021). Solidaritas Dan Modal Sosial Pedagang Pasar Legi Surakarta Menghadapi Tantangan Pasar Modern. *Jurnal Sosiologi Andalas*, 7(2), 112–126.
<https://doi.org/10.25077/Jsa.7.2.112-126.2021>

Arum, H. S., & Azzaki, A. (2024). The Effectiveness Of Islamic Business Ethics In Building Trust In The Digital Economy Era From The Perspective Of Islamic History. *Opportunity Research And Community Service Journal*, 181–200.
<https://doi.org/10.55352/Ojppm.V2i2>

Astiti, B., Nugroho, A., Nurcahyanto, H., Publik, J. A., Professor, J., Soedarto, H., Hukum, S., Semarang, T., & Pos, K. (2016). *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Di Kota Semarang*.

A'yun, N., Sabilul, S., & Mojokerto, M. (2024). Islamic Business Ethics Yusuf Al-Qardhawi's Perspective. *Sosial Dan Ekonomi*, 5(2), 150–156.

Azahra Eka Putri, Dwi Septi Nuraeni, & Lilis Renfiana. (2023). Implementasi Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional. *Santri: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(6), 260–274. <https://doi.org/10.61132/Santri.V1i6.130>

- Azizah, M., Yogyakarta, A. A., & Id Abstrak, M. C. (2012). Harga Yang Adil Dalam Mekanisme Pasar Dan Reran Pemerintah Dalam Perspektif Islam. In *Unisia* (Issue 76).
- Barqi, A. (2020). *Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhamad Saw Sebagai Pedoman Berwirausaha*. [Http://Journal.Um-Surabaya.Ac.Id/Index.Php/Maqasid](http://Journal.Um-Surabaya.Ac.Id/Index.Php/Maqasid)
- Choirunnisak. (2023). Etika Bisnis Perspektif Etika Bisnis Syariah. In *Journal Of Economis And Business* (Vol. 1, Issue Desember). [Http://Jurnal.Dokicti.Org/Index.Php/Econis/Index](http://Jurnal.Dokicti.Org/Index.Php/Econis/Index)
- Cut, Z., Salidia, S., & Rialdy, N. (2024). Peran Etika Bisnis Syariah Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Joses: Journal Of Sharia Economics Scholar*, 2(4), 24–28. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14619728>
- Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur. (2025, February). *Profil Pasar Turen Kabupaten Malang*.
- Dipo, D. (2021). Jual Beli Dalam Kajian Fiqih. *At Tujjar*, 9(2), 23–39.
- Eravia, D., Aslina, N., Azhari, M. I., & Oktavia, N. (2024). Etika Bisnis Syariah: Prinsip Dan Implementasi Pada Produk Halal Network Internasional Halal Mart Bc 2 Batu Aji Kota Batam. *Addayyan*, 19(1), 54–66.
- Fadhilatun Nisa, K., & Aurellia Azahra, P. (2025). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan*, 2(3), 437–447. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jkis/index>
- Fahmi, S., & Aprialdi, D. (2021). *Model Pengaturan Yang Efektif Terkait Pengelolaan Pasar Tradisional Di Indonesia* (Vol. 16, Issue 2). <https://ejurnalunsam.id/index.php/jhsk>

- Fauzi, A., & Ahmad Fauzi. (2019). Jual Beli Pakaian Bekas Dalam Perspektif Fikih Muamalah Iqtishodiyah. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 235–267. <https://doi.org/10.35897/Iqtishodia.V4i2.245>
- Ghozali, M., Syamsuri, S., Purwana, A., & Cahyanti, L. (2020, February 14). *Professionalism Concept Of Work Ethic In Islamic Perspective*. <https://doi.org/10.4108/Eai.13-2-2019.2286200>
- Habibi, Dwi Ayu Parmitasari, R., & Bin Sapa, N. (2025). *Islamic Economic Ethics In Customer Complaint Handling: Enhancing Customer Satisfaction At Bsi*. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability>
- Hadion Wijoyo, P. N. (2020). Analisis Efektifitas Penerapan Kurikulum Pendidikan Sekolah Minggu Buddha Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Di Smb Trisaranagama Pekanbaru) 1 Hadion Wijoyo, 2 Partono Nyanasuryanadi. In *Jurnal Pendidikan Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat: Vol. II* (Issue 2).
- Halimah, D. (2006). Hadist Tentang Kurikulum Pendidikan Islam (Aqidah, Syari'at Dan Al-Akhlaq Al-Karimah) Azlina1,. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Volume.21*(2), 86–101.
- Haryanti, N., & Wijaya, T. (2019). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 122–129. <https://doi.org/10.37058/Jes.V4i2.1156>
- Hasibuan, H. L. (2022). Al-Falah Dalam Konsepsi Al-Qur'an. *Mubeza*, 11(2), 13–19. <https://doi.org/10.54604/Mbz.V11i2.61>
- Hidayatullah. (2012). Upaya, Etika Bisnis Dalam Perspektif Al-Qur'an: Di, Membangun Bisnis Yang Islami Untuk Menghadapi Tantangan Bisnis Depan, Masa. *Jurnal Bisnis Islami*, 1–17.
- Khaerul Aqbar, Azwar Iskandar, & Akhmad Hanafi Dain Yunta. (2020). Konsep Al-Falah Dalam Islam Dan Implementasinya Dalam Ekonomi. *Bustanul Fuqaha*:

- Jurnal Bidang Hukum Islam*, 1(3), 516–531.
<https://doi.org/10.36701/Bustanul.V1i3.206>
- Khaeruman, H. H. (2019). Perbandingan Kualitas Produk Sayur Dan Buah Pada. *Majalah Ilmiah Bijak*, 16(2), 110–120.
- Kisanda, Ki. M., & Handayani, S. (2021). Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai Ditinjau Secara Hukum Fikih. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(01), 10–19. <https://doi.org/10.37366/Jespb.V6i01.172>
- Lestari, S. (2022). Mengenal Dan Membaca Pasar. *Al-Mizan : Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(li), 10.
- M. Dzul Fadli S., Siradjuddin, S., Rahmawati Muin, & Khaerul Aqbar. (2022). Keberlanjutan Usaha Pedagang Warung Tradisional Dengan Menerapkan Etika Bisnis Islam Di Kota Makassar. *Nukhbatul 'Ulum: Jurnal Bidang Kajian Islam*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/10.36701/Nukhbah.V8i1.470>
- Marpaung, S. F., Azizi, A. R., Hasibuan, L. H., Padang, R., & Andriani, S. (2023). Prinsip-Prinsip Etika Manajemen Bisnis Di Dalam Prespektif Islam. *Innovative: Journal Of ...*, 3(2), 7870–7880.
- Marwal, M. R., & Halid, S. J. (2021). Implementasi Etika Transaksi Jual Beli Dalam Islam Pada Pasar Tradisional Di Watampone. *Jurnal Al-Tsarwah*, 4(2).
- Maulana, S. N. A., & Hafni, D. A. (2021). Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Obat-Obatan Pada Rumah Sakit Pku Muhammadiyah Gamping Sleman-D.I. Yogyakarta. *Liquidity*, 10(2), 174–185. <https://doi.org/10.32546/Lq.V10i2.1147>
- Maulida, Novita, & Siti Femilivia Aisyah. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6, 49–61.
- Maurida, I., Hanna, S. R., Indah, S., Yuwana, P., Kiai, U., Achmad, H., & Jember, S. (2024). Optimalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat

- Pengunjung Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember. *Khidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat Stit Tanggamus*, 02, 13–25.
[Http://Jurnal.Stittanggamus.Ac.Id/Index.Php/Khidmah](http://Jurnal.Stittanggamus.Ac.Id/Index.Php/Khidmah)
- Muhammad Faisal, & Muhammad Rivan Fachri. (2023). *Rancang Bangun Aplikasi Manajemen Bagian Teknik Pemeliharaan Pada Kementerian Lingkungan Hidup Dankehutanan Jakarta* (Vol. 3).
[Https://Ejournal.Sidyanusa.Org/Index.Php/Jkdn](https://Ejournal.Sidyanusa.Org/Index.Php/Jkdn)
- Mukhlisin, A., & Saipudin. (2017). Sistem Jual Beli Pupuk Kandang Prespektif Imam Syafi'i Dan Imam Hanafi (Studi Di Kampung Sulusuban Kecamatan Seputih Agung). *Mahkamah*, 2(2), 328–350.
- Munandar, A., & Hasan Ridwan, A. (2023). Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba'i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online. *Rayah Al-Islam*, 7(1), 271–287. <https://doi.org/10.37274/Rais.V7i1.659>
- Nur, S. K., & Fauziyah, F. (2023). Legalitas Usaha Untuk Perlindungan Konsumen Dalam Prespektif Hukum Positif Dan Hukum Bisnis Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimbis)*, 2(4), 357–367.
<https://doi.org/10.24034/Jimbis.V2i4.6244>
- Partiyah, P. (2024). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Pendidikan Guru*, 5(1), 2408–2417. <https://doi.org/10.47783/Jurpendigu.V5i1.648>
- Purba, F. A. (2024). Kajian Etis Deontologis Berdasarkan Falsafah Habonaron Do Bona Dalam Penanganan Korupsi. *Fidei: Jurnal Teologi Sistemika Dan Praktika*, 7(1), 40–56. <https://doi.org/10.34081/Fidei.V7i1.520>
- Puspita, D., & Wilandari, Y. (2014). *Klasifikasi Tingkat Keluarga Sejahtera Dengan Menggunakan Metode Regresi Logistik Ordinal Dan Fuzzy K-Nearest Neighbor (Studi Kasus Kabupaten Temanggung Tahun 2013)*. 3(4), 645–653.
[Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Gaussian](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Gaussian)

- Puspita Sari, D., Astuti, W., Dzulfikry, N., & Naskah, H. (2023). *Indikator Dan Tingkat Keluarga Sejahtera Menurut Dinas P3ap2kb Kabupaten Sambas* (Vol. 1, Issue 1). <https://Glorespublication.Org/Index.Php/Ekodesitinasi>
- Rahayu, S. E., & Bahri, H. (2014). Studi Komparatif Perubahan Pendapatan Usaha Warung Tradisional Sebelum Dan Sesudah Adanya Warung Retail Modern Di Kecamatan Medan Timur. *Jurnal Manajemen & Bisnis. Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(02), 151–165.
- Rahmawati, M. A., & Witjaksono, G. B. (2024). *At-Tariiz: Journal Ekonomi Dan Bisnis Islam Peran Legalitas Usaha Dan Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Wilayah Kelurahan Bongkaran)*. 3(03), 184–203. <https://doi.org/10.62668/Attariiz.V3i03.1228>
- Ramadhani, S. P., Yunita, M., & Saputri, H. (2023). Gotong Royong Di Provinsi Jawa Tengah Sebagai Sistem Sosial Budaya Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia. In *Bahasa Dan Sastra* (Vol. 03, Issue 03).
- Ramin, M. (2021). Optimalisasi Peran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Pengembangan Usaha Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Pasar Tamberu Timur Sokobanah Sampang Madura). *Jurnal Investasi Islam*, 02. <https://jurnalalkhairat.org/ojs/index.php/investi/volume>
- Rizky Pratama, H., Naila, I., Faradita, M. N., Fkip, P., & Surabaya, U. M. (N.D.). *Analisis Keterampilan Kolaborasi Siswa Sekolah Dasar Menggunakan Media Diorama Pada Pembelajaran Materi Ekosistem*.
- Safiteri, P., Titaley, E., & Matakana, F. (2023). Jaringan Sosial Dalam Sistem Agribisnis Sayur: Peran Pertukaran Sosial Dalam Membentuk Kemitraan Yang Berkelanjutan. *Baileo: Jurnal Sosial Humaniora*, 1(1), 53–66. <https://doi.org/10.30598/Baileofisipvol1iss1pp53-66>

- Said, D., Junaid, A., Ahmad, H., & Muslim, M. (2023). Pengaruh Ideologi Etik Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Hubungan Antara Partisipasi Dan Senjangan Anggaran. *Owner*, 7(1), 787–798. <https://doi.org/10.33395/Owner.V7i1.1221>
- Sapri, Suardi K. (2020). Vol. 5, No. 1, Mei 2020. *J-Alif Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam*, 5(1), 46–57.
- Saudah. (2018). Kontekstasi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Relasi Sosial Dan Komunikasi. *Journal Of Communication*, 3.
- Ismiwati Baiq, & Nadya Septiana K. (2022). Analisis Tingkat Pendapatan Dan Kesejahteraan Rumah Tangga Nelayan Di Desa Batulayar Kecamatan Batulayar Kabupaten Lombok Barat. *Ekonobis*, 8. <http://www.ekonobis.unram.ac.id>
- Setiadi, A. B. (2024). *Konsep Etika Jual Beli Perspektif Hadis Dan Implementasinya Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Ujung Berung* (Vol. 5). <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/KI>
- Silviah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Umkm. *Al-Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.37812/AlIqtishod>
- Simonsen, A., Magister, M., & Sekolah, M. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pembeli Ditinjau Dari Fasilitas Lokasi Perbelanjaan (Studi Kasus Di Pasar Pusat Pasar Medan). In *Jurnal Ilmiah "Jumansi Stindo" Medan* (Vol. 1, Issue 2).
- Sinulingga, N. O., Syahriza, R., & Harahap, M. I. (2024). Nabila Oktarina. S., Et Al.: *The Role Of Islamic Social Capital... The Role Of Islamic Social Capital In Promoting Women's Empowerment For Community Economic Growth*. 15, 125–146.

- Siti, H. (2013). Kegiatan Ekonomi Berkeadilan (Simpan Pinjam Syariah Perempuan). *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 9(1), 71–88.
- Sofa, A. R., Arab, P. B., Tarbiyah, F., Islam, U., Hasan, Z., Ji, A., Panglima, R., No, S., Kraksaan, K., & Timur, J. (2025). *Konsep Etika Keutamaan Dalam Tasawuf Abdul Qadir Al-Jailani Dan Pengaruhnya Terhadap Terbentuknya Akhlak Manusia Melalui Pembiasaan Sifat-Sifat Baik , Yang Berbeda Dengan Etika Deontologis Yang Lebih*. 3.
- Sudarto, A. (2021). Jual Beli Minyak Goreng Oplosan Dalam Tinjauan Bisnis Islam (Studi Pasar Simpang Agung Kecamatan Seputih Agung Lampung Tengah). *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 41–55.
<https://doi.org/10.36269/V3i2.307>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sukarningsih, S., & Deliana. (2019). Business Ethics In Islam. In *Proceeding International Seminar On Islamic Studies* (Vol. 1).
- Tambunan, B. A. Y., Sitanggang, E., & Sintia, I. (2022). The Importance Of Applying Ethics In Business. *Asian Journal Of Applied Business And Management*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.55927/Ajabm.V1i1.1726>
- Wahyuningsih, S. (2013). Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, Dan Contoh Penelitiannya. *Utm Press Bangkalan - Madura*, 119.
- Wati, A., Paramansyah, A., & Damayanthi, D. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 184–200. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V1i2.344>
- Wharul Huda, K., & Rohmiyati, Y. (N.D.). *Analisis Gerakan Literasi Sekolah (GLS) Dengan Media Buku Cerita Bergambar Di Sd Negeri Wotan 02 Kecamatan Sukolilo Kabupaten Pati*.

Widiasari, S., & Zulfa, F. E. (2020). Perilaku Pedagang Grosir Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Jurnal Kependidikan Dan Syariah*, 8(1), 33.

Yuni, I. D., Lubis, F. A., & Arif, M. (2024). Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Persaingan Di Era Digital Kabupaten Asahan. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 190–197. <https://doi.org/10.37329/Ganaya.V7i3.3339>

Zulfa, N. Q., Zabidi, H., & Ma'mun, M. Y. (2021). Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Musyarakah: Journal Of Sharia Economic (Mjse)*, 1(2), 110–120. <https://doi.org/10.24269/Mjse.V1i2.4593>



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT