

Etika Bisnis Islam dan Transparansi Transaksi: Studi pada Perdagangan Daging Ayam di Pasar Rakyat

Try Itsnawati^{1*}, Zainurridla², Ach. Faqih Supandi³

¹Universitas Islam Negeri Madura, Indonesia; tryitsna@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Madura, Indonesia; zainibnufatih@gmail.com

³Universitas Islam Jember, Indonesia; achfaqih795@gmail.com

*Korespondensi: tryitsna@gmail.com

Submit : **23/07/2025** | Review : **02/10/2025** s.d **21/10/2025** | Publish : **09/12/2025**

Abstract

This study aims to analyze the implementation of Islamic business ethics principles among chicken meat traders in Duko Timur Village, particularly regarding the practices of honesty, trustworthiness, justice, responsibility, and ihsan in buying and selling activities. The research employs a descriptive qualitative approach through observation, interviews, and documentation to obtain a factual overview of traders' behavior in their daily economic activities. The findings reveal that the traders have generally implemented Islamic business ethics consistently, such as maintaining transparency in weighing, giving buyers the freedom to determine the quantity of their purchase, and providing friendly and humane service. Religious motivation, especially the belief in the blessing of sustenance, plays a significant role in encouraging these ethical behaviors. The study concludes that sustaining business practices that adhere to sharia principles requires collaboration among traders, consumers, and market managers to develop service standards, strengthen ethical literacy, and create a fair and sustainable market system. These findings are expected to serve as a reference for developing traditional markets based on Islamic economic values.

Keywords : *Analysis, Islamic Business Ethics, Trade Transactions*

Pendahuluan

Pasar merupakan ruang ekonomi tempat terjadinya proses jual beli yang melibatkan banyak pelaku usaha, baik dalam bentuk pusat perbelanjaan modern maupun pasar tradisional (Mareta Elesia Putri et al., 2023). Di Indonesia, pasar tradisional tetap memegang peranan vital dalam penyediaan kebutuhan pokok masyarakat karena karakteristiknya yang langsung menghubungkan penjual dan pembeli tanpa perantara

(Muhibban et al., 2025). Aktivitas perdagangan yang berlangsung di pasar tidak hanya menjadi penopang ekonomi masyarakat, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial yang terjadi secara berkelanjutan.

Dalam perspektif Islam, perdagangan merupakan bagian dari aktivitas muamalah yang pada prinsipnya diperbolehkan selama tetap mematuhi ketentuan syariat. Praktik jual beli tidak dapat dipisahkan dari nilai moral yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan hadis, sehingga pelaksanaannya harus mengedepankan kejujuran, transparansi, dan keadilan. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian pedagang masih melakukan praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai tersebut, seperti kecurangan, penipuan, pengurangan timbangan, sumpah palsu, maupun praktik riba (Haryanti & Wijaya, 2019). Tindakan demikian tidak hanya merusak tatanan moral, tetapi juga menimbulkan ketidakadilan sosial dalam aktivitas perdagangan.

Dalam kehidupan manusia kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Bastian et al., 2023). Islam memandang bahwa perdagangan tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi harus dilandasi nilai-nilai etis yang menjaga integritas hubungan antara pelaku usaha dan konsumen (Nizar, 2017). Kejujuran dalam transaksi diyakini mampu menghadirkan keberkahan, ketenteraman batin, serta mendorong terciptanya keadilan. Sebaliknya, praktik yang sarat dengan ketidakjelasan (gharar) maupun manipulasi akan menimbulkan kerugian dan bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar syariah..

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat norma yang mengatur perilaku pelaku usaha agar aktivitas perdagangan berjalan sesuai prinsip keadilan, kejujuran, amanah, serta menjauhi segala bentuk praktik yang diharamkan, seperti penipuan, menjual barang yang tidak jelas kualitas maupun kuantitasnya, serta mengurangi timbangan (Muflikh & Ardyansyah, 2023). Prinsip-prinsip ini menegaskan bahwa Islam tidak hanya membahas aspek ibadah mahdhah, tetapi juga memberikan

pedoman komprehensif terkait aktivitas ekonomi dan hubungan sosial (Sofiayen, 2025).

Fenomena tersebut juga tampak dalam aktivitas perdagangan daging ayam di Pasar Rakyat Duko Timur. Pedagang daging ayam memiliki tanggung jawab moral untuk memberikan timbangan yang tepat, menjaga kualitas barang, serta melaksanakan transaksi yang sesuai syariat. Ketidakjujuran dalam penimbangan, misalnya, dapat menghilangkan kepercayaan konsumen dan berdampak pada menurunnya loyalitas pembeli. Keberadaan etika bisnis Islam pada praktik perdagangan di pasar menjadi sangat penting untuk menjaga harmonisasi hubungan antara pedagang dan pembeli serta menciptakan lingkungan pasar yang adil dan kondusif. Meski demikian, sebagian pedagang masih mengabaikan prinsip-prinsip tersebut karena berbagai faktor, seperti kondisi sosial ekonomi, lingkungan, persaingan usaha, maupun dorongan untuk memperoleh keuntungan berlebih (Windari, 2015).

Kejujuran yang diterapkan oleh seorang pedagang akan mendatangkan ketentraman hati, menghilangkan rasa takut, dan mendatangkan keadilan. Jika keadilan sudah terjadi dalam pasar, maka hubungan antara pedagang dan pembeli menjadi harmonis dan ini sesuai dengan apa yang diharapkan oleh adanya etika bisnis Islam. Namun, tidak sedikit dari pedagang yang melupakan prinsip tersebut hanya karena menginginkan keuntungan yang lebih. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya seperti faktor iri hati, lingkungan, sosial ekonomi, ingin populer, maupun faktor-faktor lainnya (Windari, 2015).

Sebagai landasan teoritis, penelitian ini mengacu pada sejumlah kajian sebelumnya. Penelitian oleh Nine Haryanti dan Trisna Wijaya menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya belum optimal karena sebagian pedagang masih melakukan praktik yang bertentangan dengan prinsip syariah (Windari, 2015). Temuan serupa juga diperoleh oleh Romadona & Ulfi, (2021) yang meneliti pedagang sembako di Desa Jumbleng Indramayu serta penelitian

Tohawi et al (2023) pada pedagang bawang merah di Pasar Sukomoro Nganjuk. Ketiganya mengindikasikan bahwa rendahnya pemahaman pedagang tentang etika bisnis Islam menjadi salah satu penyebab utama kurang optimalnya implementasi nilai-nilai syariah.

Berbeda dengan temuan tersebut, penelitian oleh Intan Devi Orlita Sari dan Lilik Rahmawati menunjukkan bahwa pelaku UMKM olahan laut di Desa Watuagung mampu menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara konsisten sehingga berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat (Devi Orlita Sari & Rahmawati, 2022). Perbedaan ini memperlihatkan bahwa penerapan etika bisnis Islam sangat bergantung pada tingkat pemahaman, kesadaran, serta komitmen pelaku usaha terhadap nilai-nilai syariah.

Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa praktik perdagangan di pasar tradisional Indonesia, termasuk di Pasar Rakyat Duko Timur, masih menghadapi persoalan mendasar terkait penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam. Meskipun syariat telah memberikan pedoman jelas mengenai kejujuran, keadilan, amanah, serta larangan terhadap segala bentuk manipulasi transaksi, kenyataan di lapangan memperlihatkan adanya deviasi yang cukup signifikan. Beragam praktik seperti pengurangan timbangan, penyamaran kualitas barang, maupun penggunaan sumpah palsu tidak hanya menandai lemahnya internalisasi nilai-nilai moral dalam aktivitas ekonomi, tetapi juga menciptakan ketidakadilan struktural bagi konsumen. Kondisi ini mengindikasikan bahwa aspek normatif syariah belum sepenuhnya terintegrasi dalam pola perilaku ekonomi masyarakat, khususnya pelaku usaha di sektor perdagangan bahan pangan seperti daging ayam.

Di sisi lain, juga menegaskan bahwa keberhasilan penerapan etika bisnis Islam sangat ditentukan oleh tingkat pemahaman dan kesadaran pelaku usaha terhadap prinsip-prinsip yang terkandung dalam syariat. Perbandingan antara beberapa penelitian terdahulu memperlihatkan adanya ketimpangan yang cukup jelas: sebagian pedagang gagal

menerapkan prinsip etika karena keterbatasan pengetahuan dan dorongan eksternal, sementara sebagian lain seperti pada kasus UMKM olahan laut mampu menginternalisasi nilai-nilai etis hingga berdampak pada meningkatnya kesejahteraan masyarakat. Hal ini menegaskan relevansi penelitian untuk mengkaji secara lebih mendalam bagaimana penerapan etika bisnis Islam berlangsung di sektor spesifik, yakni perdagangan daging ayam di Pasar Rakyat Duko Timur, serta faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas implementasinya. Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya menilai kepatuhan pedagang terhadap norma syariah, tetapi juga mengungkap dinamika sosial ekonomi yang membentuk perilaku etis dalam konteks pasar tradisional.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan yang berasal dari perilaku, tindakan, dan pengalaman para informan. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena secara mendalam dalam konteks alamiah, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan interpretasi data (Moleong, 2010). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yaitu penelitian yang berupaya memaparkan dan memahami fenomena sebagaimana adanya. Dalam konteks ini, penelitian diarahkan untuk mengidentifikasi serta mendeskripsikan praktik penerapan etika bisnis Islam pada aktivitas perdagangan daging ayam di Pasar Rakyat Duko Timur melalui pengalaman, interaksi, dan perspektif para pelaku pasar.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder (Machdhori, 2013). Data primer diperoleh langsung melalui wawancara mendalam dengan pedagang daging ayam serta pelanggan di Pasar Rakyat Duko Timur sebagai pihak yang terlibat dan memahami situasi empiris. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen pendukung, hasil observasi, catatan lapangan, serta literatur terkait yang relevan dengan fokus penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara partisipatif untuk memperoleh pemahaman langsung mengenai praktik perdagangan dan interaksi antara pedagang dan konsumen. Wawancara yang digunakan adalah wawancara semiterstruktur, di mana peneliti mengajukan pertanyaan secara fleksibel sesuai dengan dinamika situasi di lapangan. Model wawancara ini memungkinkan pendalaman isu-isu penting tanpa terikat secara kaku pada daftar pertanyaan. Dokumentasi dilakukan dengan menelaah berbagai catatan, foto, dan rekaman yang relevan guna memperkuat temuan penelitian.

Analisis data dilaksanakan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan untuk menyaring dan mengelompokkan informasi penting sesuai fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif yang sistematis, sedangkan penarikan kesimpulan disusun secara induktif berdasarkan pola-pola yang muncul dari data. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari pedagang daging ayam dan konsumen guna memastikan konsistensi dan validitas temuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik Transaksi Jual Beli Daging Ayam di Pasar Rakyat Duko Timur

Penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli daging ayam di Pasar Rakyat Duko Timur tercermin melalui beberapa aspek fundamental yang menjadi pedoman moral bagi para pedagang. Aspek pertama adalah kejujuran, baik dalam perkataan maupun tindakan. Kejujuran merupakan pilar utama yang menumbuhkan ketenteraman hati, menghilangkan rasa curiga, serta menciptakan keadilan dalam transaksi. Praktik kejujuran ini sejalan dengan hadis Nabi Muhammad SAW yang menegaskan bahwa transaksi yang dilakukan dengan kejujuran dan transparansi akan mendatangkan keberkahan, sedangkan kecurangan akan menghapusnya. Hadis riwayat al-Bukhari dan Muslim tersebut menjadi dasar normatif

bahwa integritas pedagang merupakan syarat utama terwujudnya transaksi yang bernilai etik dan spiritual.

Hasil observasi menunjukkan bahwa pedagang daging ayam di pasar tersebut telah menerapkan prinsip kejujuran secara nyata. Produk yang dijual ditata secara terbuka sehingga pembeli dapat menilai kualitasnya secara langsung. Transparansi ini memberikan rasa aman bagi konsumen sekaligus memperkuat kepercayaan terhadap pedagang. Praktik jujur ini juga tercermin dalam konsistensi pedagang saat memberikan informasi mengenai kualitas, kondisi, dan harga produk.

Aspek kedua adalah amanah, yaitu sikap dapat dipercaya dalam memenuhi janji dan menjaga keutuhan barang yang dititipkan atau dipesan oleh pelanggan. Sebagaimana ditemukan pada salah satu pedagang, Ibu T, sikap amanah tampak dari ketepatan beliau dalam menjaga takaran pesanan meskipun pembeli tidak dapat mengawasi proses penimbangan. Tindakan ini menunjukkan kesadaran moral bahwa transaksi yang dilakukan tidak hanya berkaitan dengan hubungan sosial, tetapi juga merupakan bagian dari pertanggungjawaban spiritual.

Selain jujur dan amanah, pedagang juga dituntut untuk bersikap ramah dan menghargai pelanggan. Sikap ramah dapat membangun hubungan yang harmonis, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat loyalitas. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian pedagang masih belum konsisten menerapkan aspek ini. Terdapat pedagang yang bersikap kurang bersahabat terhadap pelanggan yang berpindah dari lapak pedagang lain. Kondisi ini menandakan adanya kebutuhan untuk meningkatkan pemahaman pedagang tentang pentingnya pelayanan sebagai bagian dari etika bisnis Islam.

Aspek berikutnya adalah menjauhi praktik kecurangan, seperti manipulasi harga, penipuan kualitas, atau pengurangan timbangan. Larangan ini ditegaskan dalam QS. Hud ayat 84-85 yang secara jelas melarang pengurangan takaran dan timbangan serta menuntut perilaku adil dalam transaksi. Hadis Nabi yang diriwayatkan Muslim juga

memberikan ancaman keras bagi pelaku kecurangan. Pedagang daging ayam di Pasar Rakyat Duko Timur secara umum telah menghindari perilaku ini. Mereka memberikan harga yang konsisten tanpa memanfaatkan ketidaktahuan konsumen, menjaga ketepatan timbangan, serta bahkan menambahkan sedikit imbuhan (bonus) sebagai bentuk sedekah untuk mencari keberkahan.

Dalam konteks persaingan usaha, pedagang telah menunjukkan sikap menjaga stabilitas harga dan menghindari persaingan tidak sehat. Harga daging ayam relatif seragam antar pedagang sehingga tidak memunculkan distorsi yang merugikan pihak lain. Kebijakan harga yang proporsional juga dipertimbangkan berdasarkan kualitas barang yang ditawarkan, sehingga pelanggan tidak merasa dirugikan. Saat pembeli meminta bagian tertentu dari ayam, pedagang memberikan sesuai permintaan tanpa mencampurkan bagian lain. Hal ini menegaskan komitmen mereka terhadap prinsip keadilan dan tanggung jawab moral dalam memberikan kualitas yang setara dengan nilai yang dibayarkan.

Temuan mengenai penerapan kejujuran, amanah, dan kepatuhan takaran di Pasar Rakyat Duko Timur menunjukkan adanya keselarasan antara praktik pedagang dengan prinsip etika bisnis Islam pada tingkat perilaku individual. Namun, kepatuhan tersebut masih bersifat situasional dan lebih digerakkan oleh kesadaran religius personal daripada oleh dukungan sistem pasar yang tertata. Kondisi ini membuat praktik etis rentan berubah ketika tekanan ekonomi dan kompetisi meningkat.

Variasi kecil pada layanan dan harga, serta absennya standar kualitas dan verifikasi timbangan yang terorganisasi, mengindikasikan lemahnya struktur kolektif yang seharusnya menopang konsistensi etika pasar. Untuk menjamin keberlanjutan, diperlukan penguatan mekanisme institusional melalui peningkatan literasi syariah bagi pedagang, pengawasan partisipatif antara pedagang konsumen pengelola pasar, serta insentif reputasional seperti sertifikasi etis. Tanpa peralihan dari etika individual menuju arsitektur pasar yang inklusif dan terlembaga,

praktik keadilan transaksi dan keberkahan ekonomi akan terus rapuh dan temporal.

Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Daging Ayam Di Desa Duko Timur

Penerapan etika bisnis Islam pada pedagang daging ayam di Pasar Rakyat Duko Timur tercermin melalui lima prinsip utama, yaitu tauhid, keadilan, kebebasan, pertanggungjawaban, dan ihsan. Prinsip tauhid tampak dari keyakinan pedagang bahwa rezeki telah ditetapkan oleh Allah dan tidak akan tertukar, sehingga mereka menjalankan usaha dengan orientasi keberkahan, bukan sekadar keuntungan material. Hal ini terlihat dari kebiasaan memberikan imbuhan sebagai bentuk sedekah, serta komitmen menjalankan kewajiban ibadah. Prinsip keadilan tercermin dari kebiasaan pedagang memperlihatkan hasil timbangan secara terbuka untuk menghindari kecurangan. Meski terdapat perbedaan harga antarpengjual, seperti pada Ibu Tiyah yang dikenal sedikit lebih mahal, pelanggan tetap memilihnya karena pelayanan yang lebih ramah. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek keadilan dalam praktik bisnis tidak hanya ditentukan oleh harga dan timbangan, tetapi juga oleh fairness dalam pelayanan, yang dapat memperkuat loyalitas konsumen.

Prinsip kebebasan juga diterapkan dengan baik, ditunjukkan oleh sikap pedagang yang tidak memaksa pembeli membeli dalam jumlah tertentu serta tetap melayani pembelian dalam nominal kecil. Ibu Tiyah, misalnya, menerima pembelian Rp10.000 atau Rp15.000 tanpa membedakan perlakuan, serta mendahulukan pelanggan yang datang lebih dahulu tanpa mempertimbangkan status sosial. Prinsip pertanggungjawaban tercermin dari kesadaran pedagang bahwa setiap tindakan bisnis akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah, sehingga mereka berusaha menghindari praktik curang dan bersedia mengganti barang apabila terdapat komplain dari pelanggan. Adapun prinsip ihsan terlihat dari upaya sebagian pedagang memberikan pelayanan terbaik seakan-akan berada dalam pengawasan Allah. Pelayanan ramah seperti

yang ditunjukkan oleh Ibu Tiyah merupakan contoh penerapan ihsan yang efektif menarik pelanggan. Namun, tidak semua pedagang konsisten menjalankan prinsip ini, sebagaimana keluhan terhadap Ibu Sumi yang dianggap kurang ramah meski menawarkan harga lebih murah. Keseluruhan temuan ini menegaskan bahwa implementasi etika bisnis Islam telah hadir dalam praktik pedagang di Duko Timur, meskipun kualitas penerapannya masih bervariasi antarindividu.

Selain itu, variasi tingkat penerapan setiap prinsip menunjukkan bahwa etika bisnis Islam di Pasar Rakyat Duko Timur masih bertumpu pada kesadaran individual, bukan pada sistem atau standar kolektif. Beberapa pedagang telah menginternalisasi nilai-nilai syariah secara konsisten, sementara sebagian lainnya masih menjalankan etika secara situasional, terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan profesionalitas dalam berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini mengindikasikan perlunya penguatan pemahaman etika bisnis secara lebih sistematis melalui edukasi berkelanjutan, pembinaan pasar, maupun penyusunan norma bersama antarpedagang agar praktik muamalah yang sesuai syariat dapat berjalan lebih merata dan terstandar. Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya hadir sebagai kesadaran moral personal, tetapi mampu berkembang menjadi budaya pasar yang tertanam, mengikat, dan berkelanjutan.

Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam oleh para pedagang daging ayam di Desa Duko Timur menunjukkan adanya internalisasi nilai-nilai moral keagamaan yang cukup kuat, terutama pada aspek tauhid, amanah, dan tanggung jawab. Kesadaran mereka bahwa rezeki telah diatur oleh Allah menjadi landasan psikologis yang menurunkan potensi kecurangan dan mendorong perilaku jujur serta pelayanan yang humanis. Namun, temuan lapangan juga memperlihatkan bahwa tingkat penerapan etika tidak bersifat homogen; beberapa pedagang menjalankan nilai syariah secara konsisten, sementara sebagian lainnya masih menampilkan perilaku diskriminatif atau kurang

profesional dalam pelayanan. Ketidaksamaan ini menandakan bahwa etika yang berjalan masih lebih bersifat *individual virtue* dan belum menjadi *market culture* yang terstandarisasi.

Dari perspektif kelembagaan, tidak adanya mekanisme pengawasan pasar, standar layanan, atau forum pedagang membuat penerapan etika bergantung pada inisiatif personal dan pengalaman religius masing-masing. Hal ini menyebabkan dimensi etika seperti prinsip ihsan dan keadilan tidak selalu terjaga secara merata, sebagaimana terlihat dari perbedaan pelayanan antarpedagang serta persepsi harga yang tidak sepenuhnya transparan bagi sebagian pembeli. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tanpa penguatan struktur institusional seperti kodifikasi standar pelayanan, edukasi syariah terprogram, insentif etika, dan mekanisme komplain yang terlembaga etika bisnis Islam di tingkat pasar tradisional akan tetap rapuh, situasional, dan rentan tergeser oleh tekanan ekonomi atau persaingan harga. Dengan demikian, keberlanjutan praktik bisnis yang sesuai syariah memerlukan transformasi dari kesalahan individual menuju tata kelola pasar yang etis, terukur, dan kolektif.

Kesimpulan

Penerapan etika bisnis Islam pada pedagang daging ayam di Desa Duko Timur menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah seperti tauhid, kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan ihsan telah diimplementasikan dalam praktik jual beli sehari-hari. Para pedagang secara umum menjaga transparansi timbangan, memberikan keleluasaan kepada pembeli, serta melayani dengan niat memperoleh keberkahan, sehingga transaksi berlangsung lebih jujur dan humanis. Namun temuan lapangan juga memperlihatkan bahwa penerapan tersebut masih bersifat individual dan belum didukung oleh mekanisme pasar yang terstandarisasi. Variasi dalam pelayanan, persepsi harga, dan kualitas interaksi antarpedagang menunjukkan masih lemahnya pengawasan dan minimnya edukasi etika yang terstruktur.

Keberhasilan penerapan etika bisnis Islam di kawasan ini belum sepenuhnya kokoh, karena bergantung pada kesadaran personal masing-masing pedagang. Untuk menjamin keberlanjutan praktik bisnis yang sesuai syariah, diperlukan penguatan kelembagaan melalui edukasi etika bagi pedagang, pembentukan standar layanan, serta mekanisme pengawasan partisipatif antara pedagang, konsumen, dan pengelola pasar. Upaya kolektif inilah yang akan memastikan terciptanya pasar yang adil, transparan, dan berkah sesuai prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Referensi

- Bastian, N., Usdeldi, U. & Fusfita, N. (2023). Penerapan Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Ayam Potong di Pasar Angso Duo Kota Jambi. *NATUJA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 08. <https://doi.org/10.69552/natuja.v3i1.2138>
- Devi Orlita Sari, I. & Rahmawati, L. (2022). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Ukm Olahan Laut. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(2), 55-68. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i2.519>
- 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>
- Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, 7(1).
- Machdhori. (2013). *Metode Penelitian*. UMM Press.
- Mareta Elesia Putri, Agusriandi Agusriandi & Faturahman Faturahman. (2023). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Di Pasar Pamenang Kabupaten Merangin Jambi. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(4), 1-18. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v1i4.225>
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muflikh, D. A. & Ardyansyah, F. (2023). Analisis Aktivitas Bisnis Pemotongan Hewan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Potong Unggas di Kalimati Tengah, Surabaya). *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 69-78. <https://doi.org/10.59342/istimrar.v2i1.254>
- Muhibban, Aisyah & Nadya Rifanty Katangdiga. (2025). Penerapan Etika Bisnis Syari'ah Terhadap Perdagangan Pasar Tradisional Ciruas Serang Banten. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3(1 SE-Articles),

619-630. <https://doi.org/https://doi.org/10.59435/gjmi.v3i1.1290>

Nizar, M. (2017). Prinsip Jujur Dalam perdagangan Versi Al-Qur'an. *Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 2(November), 309-320.

Romadona, W. S. B. & Ulfi, I. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Desa Jumbleng Indramayu. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(3), 65. <https://doi.org/10.32503/jmk.v6i3.1927>

Sofiayen. (2025). Peran Saham dan Sukuk Syariah Terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia. *JHIES: Jurnal Hukum Islam Dan Ekonomi Syariah*, 1(1).

Surajiyo. (2023). Teori-Teori Etika Dan Prinsip Etika Bisnis. *Senada*, 6, 259–265.

Tohawi, A., Iswanto, J., Subekan, Sa'diyah, D. F. & Mastur. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Bawang Merah di Pasar Sukomoro Nganjuk. *Journal on Education*, 05(04), 17814-17822.

Windari. (2015). Perdagangan Dalam Islam. *Al-Masharif*, 3(2), 195.

(Try Itsnawati, Zainurridla, Ach. Faqih Supandi)

Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Perdagangan Daging Ayam di Pasar Rakyat Duko Timur