

p-ISSN: 2962-4738 e-ISSN: 2962-4584

Vol. 3 No. 1 Januari 2024

PENERAPAN ETIKA BISNIS BAGI PEDAGANG MUSLIM DALAM PERSAINGAN USAHA

Umar Dani, Sahrul Gunawan, Sirajuddin

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email: sgunawan887@gmail.com

Abstrak

Permasalahan dalam penelitian ini adalah di dalam aktivitas perdagangan terdapat hal yang seharusnya menjadi penting untuk diperhatikan, yaitu tentang perilaku atau berdagang khususnya etika perdagangan dalam Islam. Pada kenyataannya di lapangan, para aktivis pedagang kerap kali melaksanakan kegiatan perdagangan hanya sekedar untuk mencari keuntungan saja, tanpa memperhatikan nilai-nilai keislaman yang seharusnya penting sebagai landasan untuk melakukan proses perdagangan tersebut. Pedagang di Indonesia khususnya hanya tertuju pada upaya pemaksimalan untuk mencari keuntungan sebesar besarnya semata dan cenderung banyak meninggalkan nilai-nilai atau etika keislaman terutama dalam dunia perdagangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan ekonomi Islam yang membahas tentang mengenai jual beli dalam Islam dan pendekatan pdigunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis menemukan bahwa Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha sudah berjalan karena dari hasil penelitian terhadap pedagang, ada yang sudah mengetahui tentang etika dan menerapkannya dan ada juga yang mengetahui namun tidak menerapkannya. Persaingan usaha yang di lakukan pedagang di Pusat Grosir Sungguminasa Kab. Gowa dapat dikatakan persaingan yang jujur dan sehat karena para pedagang yakin bahwa rezki telah diatur oleh Allah SWT dan masing-masing telah ada bagiannya. Oleh karena itu, para pedagang tidak terlalu memikirkan persaingan dan menganggap bahwa dalam berdagang pasti ada yang namanya untung rugi dan semua itu harus di terima resikonya.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Pelaku Bisnis, Pedagang.

Abstract

The problem in this research is that in trading activities there are things that should be important to pay attention to, namely about behavior or trading, especially trading ethics in Islam. In reality, in the field, trader activists often carry out trading activities simply to seek profit, without paying attention to Islamic values which should be important as a basis for carrying out the trading process. Traders in Indonesia in particular are only focused on maximizing efforts to seek profits as large as possible and tend to abandon many Islamic values or ethics, especially in the world of trade. The method used in this research is a qualitative descriptive method using an Islamic economic approach which discusses buying and selling in Islam and the approaches used are observation, interviews and documentation. The types of data used are primary and secondary data. Based on the research results, the author found that the application of business ethics for Muslim traders in business competition is already underway because from the results of research on traders, some already know

about ethics and applying them and there are also those who know but don't apply them. Business competition carried out by traders at the Sungguminasa Wholesale Center, Kab. Gowa can be said to have honest and healthy competition because the traders believe that their sustenance has been regulated by Allah SWT and each of them has their share. Therefore, traders don't think too much about competition and think that in trading there must be something called profit and loss and all of this must be accepted as a risk.

Keywords: *Business Ethics, Business People, Traders.*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya etika pemasaran yang berkembang dalam dunia modern sama dengan apa yang terjadi pada etika pemasaran syari'ah (Nasution, 2019). Namun, secara substansial, etika pemasaran yang dianut oleh konvensional lebih mengikuti rasio akal pemikiran manusia tanpa diimbangi spiritual yang berlandaskan al-qur'an dan sunnah. Akhmad Yusup, 'Peran Etika Bisnis Dan Kunci Sukses Dalam Pemasaran Syariah', Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 2020.. Bisnis atau perdagangan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia, bahkan dagang merupakan salah satu kegiatan yang populer dalam kehidupan sehari-hari manusia. Setiap hari manusia melakukan kegiatan bisnis (Riskiyah et al., 2022). Manusia berperan sebagai produsen, perantara, maupun konsumen (Hidayat & Rahmaniah, 2019). Produsen menghasilkan produk dalam kegiatan bisnis, dimana produk tersebut akan menghasilkan keuntungan dan nilai tambah bagi konsumen. (Abd.ghafur, 2018) Sebagaimana arti dasarnya bahwa bisnis memiliki makna sebagai "the buying and selling of goods and services" (Siti Nurjanah, Fatmawati sungkawaningrum, 2022). Bisnis merupakan pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat (Iqbal et al., 2021) Bisnis berlangsung karena adanya ketergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. (Wati, Paramansyah, & Damayanthi, 2021)

Dalam agama Islam berdagang merupakan salah satu pekerjaan yang mulia. Berdagang sangat dianjurkan untuk memperoleh keberkahan, keuntungan yang halal, serta menghindari kemiskinan, dalam (Cahaya, 2023). Perdagangan merupakan aktivitas yang dijalankan oleh manusia sedunia, mulaidari berdagang kebutuhan primer sampai kebutuhan barang mewah. Bukan hanya itu, perdagangan juga salah satu usaha bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah. (Muzaiyin, 2018). Seiring perkembangan zaman kegiatan bisnis khususnya perdagangan semakin meningkat. Tidak dipungkiri persaingan dalam dunia bisnis juga ikut meningkat **Luciana Septiani Subekti, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kelontong Di Pasar Babatan Kota Bandung', Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis, 2022, 9-14.** Dalam hal ini mengakibatkan pelaku bisnis harus membuat strategi-strategi yang tepat dalam melakukan perdagangan produknya dan agar dapat memaksimalkan persaingan untuk mendapatkan keuntungan atau laba Siti Hofifah, 'Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam', Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah.. Islam tidak hanya mengatur tentang cara beribadah, lebih dari pada itu Islam adalah agama yang mengatur tatanan hidup manusia dengan sempurna, baik dari kehidupan individu dan masyarakat, baik aspek rasio, materi maupun spiritual yang didampingi oleh ekonomi, sosial dan politik (Abd Adim, 2021). Salah satu segi yang diatur dalam Islam adalah dari muamalah atau perdagangan. (Athar, 2020).

Menurut Nafis dalam Farid dan Zahroh (2015), Islam memberikan kesan positif terhadap kegiatan perdagangan. Nabi Muhammad SAW merupakan seorang pedagang, bahkan salah satu pedagang ulung dimasanya. Melalui sebuah hadist Riwayat Ahmad yang berbunyi "Hendaklah kamu berdagang karena di dalamnya terdapat 90% pintu-pintu rezeki" (Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, & Muhammad Fahmul Iltiham, 2019). Islam menganjurkan umatnya agar mencari rezeki melalui jalan perdagangan (kevvin Marsellino Giusti Putra & Cahyono, 2020). Implikasi hadist tersebut ialah bisnis merupakan profesi yang mulia dengan catatan prosesnya harus mengikuti batas-batas yang telah ditetapkan syariah. **Wahyu Sri Bintang Romadona and Izzani Ulfi, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu', JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan), 6.3 (2021), 65.**

Dalam pasar yang menjunjung keislaman, para pelaku pasar memiliki semangat persaingan bertujuan meraih kebaikan (*fastabiqul khairat*) dimana didalamnya pelaku pasar saling tolong menolong yang memiliki nilai dan moral yang dianjurkan oleh Islam (Hukum & Syariah, 2019). Sedangkan pasar yang

memiliki pemikiran kapitalisme, pelaku ekonominya memiliki sikap yang berbanding terbalik dengan perdagangan dengan menrapkan sistem ekonomi islam dimana mereka para pelaku yang memiliki pemikiran Kapitalisme mengahallakn segala macam cara untuk mencari keuntungan tanpa memikirkan kepentingan oraang lain yang bertujuan untuk keberhasilan usahanya **Lalu Dema Arkandia, Jalaludin, and Mustain, 'Etika Bisnis Pedagang Buah Buahan Dan Kesejahteraan Dilihat Dari Perspektif Islam Di Desa Sesaot Kabupaten Lombok Barat', Journal of Economics and Business, 8.2 (2022), 318–37..** Seseorang yang mampu bersaing hanyalah orang yang menghalalkan segala cara, bukan orang yang mempertahankan etika dan agama dalam melakukan transaksi **Dyah Ayu Rahmawati and Muhammad Ersa Faraby, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Muslim Pada Destinasi Wisata Pantai Lembang', Jurnal Industri Pariwisata, 5.2 (2023), 209–18..** Meskipun dalam melakukan transaksi masyarakat dituntut untuk melakukan dengan cara yang dianjurkan oleh agama Islam, seperti yang diajarkan oleh Rasulullah tetapi pada kenyataannya banyak orang yang melakukan penyimpangan dalam perdagangan. **Agus Koni and others, 'Perilaku Pedagang Padi Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam Dan Etika Bisnis Islam', Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 15.2 (2020), 215–23.** Seperti yang telah penulis amati di Pasar Sungguminasa Kab. Gowa.

Ketika seseorang memiliki kesadaran yang semakin besar mengenai etika dalam berbisnis, seseorang mulai berfikir tentang ketrkaitan antara faktor etika dalam bisnis (Rahma, Nazzara, Salsabila, & Mangkurat, n.d.). Agama Islam telah mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk didalamnya tentang sistem perekonomian, (Mariana, 2008).

Dalam ajaran agama Islam membarikan kewajiban untuk memaksimalkan aturan yang di anjurkan Islam dalam perdagangan **Rosdalina Bukido, Adila Afifah Mampa, and Ridwan Jamal, 'Etika Bisnis Islam Dalam Perilaku Bisnis Pedagang Muslim Makassar Kota Manado', Maqri: Journal of Economics and Islamic Economics, 2.2 (2022), 114–31..** Islam mencakup semua aspek kehidupan dan sala satunya yaitu bermuamalah (usaha dan bisnis) dalam mencari kehidupam atau dengan kata lain memenuhi kebutuhan hidupnya, (Journal, 2023)

Pada umumnya tujuan diciptakannya aturan dalam jual beli atau berbisnis dalam agama islam hanya semata-mata agar apa yang didapatkan menjadi berkah dan mulia (Uswatun & Mu, 2019). sehingga dapat mewujudkan pembangunan manusia yang yang memiliki etika dalam berbisnis dalam memenuhi kebutuhan ekonominya **Yunita Rahayu, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang', Islamic Economics and Finance Journal, 1.1 (2022), 1–12..** Allah telah menjamin rezki semua makhluknya baik itu yang kecil maupun yang besar (Janinuddin, Fitriadi, & Wahyuni, 2022). Misalnya rezki berupa makanan yaitu binatang darat mulai yang kecil smpai yang besar negitupun binatang yang ada di laut tentunya yang di halalkan oleh Allah SWT untuk di konsumsi, (Muyassarrah, 2021)

Hal ini dijelaskan dalam Q.S. Huud/11:6

﴿وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا كُلٌّ فِي كِتَابٍ مُبِينٍ﴾

Artinya:

“Dan tidak ada suatu binatang melata pun di muka bumi melainkan Allah lah yang memberi rezkinya, dan dia memenuhi tempat berdiam binatang itu dan tempat pentimpanannya. Semuanya tertulis dalam kitab yang nyata (Lauh Mahfuzh)”.

Etika merupakan penunjang dari komponen bisnis, terutama dalam hal tindakan dan perilaku pribadi **Desi Sofiyanty Fairuz, Sahri Sahri, and Moh. Huzaini, 'A Etika Bisnis Dan Kesejahteraan Pedagang Pakaian Bekas Di Pasar Tradisional Masbagik Dalam Perspektif Ekonomi Islam', Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 7.2 (2022)..** atau juga tanda-tanda yang dapat membimbing dan mengingatkan suatu pekerjaan yang patut dipuji dan harus dipatuhi dan dilaksanakan (Asep Hidayat, 2023). Etika bisnis sebagai bentuk untuk mematuhi prinsip-prinsip etika yang membedakan antara apa yang baik dan buruk, benar dan salah, untuk melakukan yang terbaik bagi perusahaan dan pelanggannya **M. Dzul Fadli S. and others, 'Keberlanjutan Usaha Pedagang Warung Tradisional Dengan Menerapkan Etika Bisnis Islam Di Kota Makassar', NUKHBATUL 'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam, 8.1 (2022), 1–15..** Pentingnya etika bisnis tergantung pada norma dan prinsip umum yang berlaku dalam kehidupan masyarakat, **Novita Ambarsari and Luhur Prasetyo, 'Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', Niqosiya: Journal of Economics and Business Research, 2.1 (2022), 121–38..**

Suatu aktivitas usaha (bisnis), pelaku usaha atau pebisnis dan pembeli (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan (Muhamad Tedy R. Putra, Thoriq, & Ardiansyah, 2023). Pebisnis harus memiliki tanggung jawab terhadap pembeli, **Saifudin and others, ‘Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Loyalitas Konsumen Pada Pedagang Komoditas Pangan Di Pasar Cik Puan Kota Pekanbaru’, Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 5.1 (2022), 212–26.** hal ini diperlukan adanya praktek-praktek etika bisnis Islam yang mengatur, menjaga terhadap kegiatan usaha bisnis agar dalam melakukan praktek bisnis tidak ada pihak-pihak yang merasa didhalimi dan dieksploitasi hak-haknya atas pembeli maupun siapa saja yang terlibat dalam kegiatan usaha (bisnis) **Yunita Rahayu, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, ‘Islamic Economics and Finance Journal Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang’, Islamic Economics and Finance Journal, 1.1 (2022), 1–12.** Sebagaimana tujuan dari pada bisnis Islam itu sendiri yakni, untuk mendapatkan keuntungan (profit), mempertahankan kelangsungan bisnis, pertumbuhan sosial, dan pertanggung jawab sosial, (Tiakoly, Wahab, Kie Raha, Alauddin Makassar, & Sasa Jambula, 2019)

Etika bisnis Islam yang di anjurkan yaitu harus mampu menjalankan aspek prekonomian misalnya produksi, konsumsi maupun distribusi atau penyaluran barang (Alviyana, 2023). Hal tersebut sudah dilakukan oleh pelaku usaha kecil dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan mereka demi mendapatkan keberkahan dari Allah (Dwi Ambarwati, Ramdan Fawzi, 2019).

Hal tersebut telah dijelaskan dalam Q.S. Al-An’am/6:162

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya:

“Katakanlah, sesungguhnya sembahyangku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah untuk Allah. Tuhan semesta alam”.

Etika bisnis Islam dalam perdagangan sangat penting untuk diteliti dan dipahami karena memiliki dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, sosial, dan moral (Shofiyah, Kholid, & Qomariyah, 2023). Dalam rangka menerapkan etika bisnis Islam dalam perdagangan, penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang ajaran Islam **Mahmudhatul Munawaroh, Muhammad Iswadi, and Yusran Yusran, ‘Analisis Perilaku Pedagang Grosir Pakaian Di Pasar Pagi Samarinda Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam’, Borneo Islamic Finance and Economics Journal, 2.1 (2023), 109–22.** serta berusaha untuk menjalankan praktik bisnis yang adil dan berkelanjutan sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam (Suriani & Nurdin, 2021). Ini akan membantu menciptakan lingkungan bisnis yang lebih baik dan mendukung kesejahteraan sosial dan ekonomi yang lebih besar (Putri et al., 2023).

Hal yang perlu diperhatikan dalam dunia perdagangan yakni tentang perilaku dan etika berdagang khususnya perdagangan dalam agama Islam. Tetapi pada kenyataannya aktifitas perdagangan hanya dijadikan sebagai untuk mencari keuntungan dan menghalalkan segala cara meskipun itu bertentangan dengan syariat islam.

Dari permasalahan diatas karna itu penulis tertarik mengambil judul **“Penerapan Etika Bisnis Dalam Persaingan Usaha”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengungkapkan fakta sesuai kenyataan yang ada tanpa melakukan intervensi terhadap kondisi yang ada. Penelitian kualitatif bertujuan untuk membuat gambaran dan hubungan antara fenomena yang diteliti. Karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi tetapi lebih menekankan pada makna. Dalam hal ini penulis lebih membahas mengenai keadaan pasar Sungguminasa.

Adapun tempat penelitian dimana penulis lebih tertarik melakukan penelitian di pasar Sungguminasa Kab. Gowa. Objek yang diambil pada penelitian ini adalah pusat Grosir Sungguminasa Kab. Gowa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Sentral Sungguminasa

1. Keadaan Geografis

Pasar Sentral Sungguminasa merupakan salah satu dua pasar yang terletak di Kecamatan Somba Opu dimana terdapat 32 pasar yang berada dalam satu daerah Kabupaten Gowa pasar sentral Sungguminasa merupakan salah satunya. Pasar tersebut merupakan salah satu pasar yang digunakan sebagai pusat perdagangan karena memiliki banyak jenis barang dagangan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Jam kerja pasar mulai pukul 08.00 sampai 18.00 WITA. Pasar ini terletak di jalan KH. Wahid Hasyim Kelurahan Sungguminasa Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan. Dimana pasar tersebut berada disekitaran pemukiman masyarakat yang letaknya sangat strategis. Pasar tersebut didirikan pada tahun 1973, terdiri dari 7 lapak kecil dan 21 lods. Pasar ini terdapat kantor yang digunakan oleh kepala pasar yang bertugas memantau keadaan pasar.

Adapun masalah yang dihadapi oleh pasar sentral ini yaitu keadan sampah yang berserakan dan menjadi pemandangan yang buruk disekitaran jalan masuk pasar serta terjadinya kemacetan disekitaran jalan.

2. Keadaan Demografi

Jumlah pedagang yang mencapai 447 pedagang. Jumlah tersebut dilihat dari pedagang yang memiliki kios atau lapak. Pedagang yang berda dipasar tidak semua berasal dari Kabupaten Gowa melainkan ada juga yang berasal dari luar daerah. Adapun harga yang terdapat di pasar itu terbilang cukup murah. Dipasar tersebut kita dapat menemukan berbagai macam jajanan maupun pakaian dari berbagai kalangan usia. Pasar Sungguminasa Kabupaten Gowa sangatlah terkenal akan namanya sebagai pusat Grosir karena disamping barang yang ditawarkan begitu murah begitupula yang berbelanja dipasar tersebut banyak yang dari luar daerah baik itu hanya sekedar singga maupun memang untuk berbelanja dipasar tersebut.

1. Adapun proses input dan output dalam pengelolaan pasar Sungguminasa antara lain:

a. Skema input dan output

Tabel IV.2. skema input dan output

Input	Sistem Pengelolaan	Output
1. Pedagang	1. Pemeliharaan Gedung	1. Gedung Terawat dengan baik
2. Pengunjung	2. Menjaga Kebersihan	2. Kebersihan Terjamin
3. Tenaga kerja	3. Menjaga Keamanan	3. Keamanan Terjamin
4. Modal Kerja	4. Mengatur Parkir Kendaraan	4. Parkir Kendaraan Teratur
5. Modal Investasi	5. Menyediakan Lapak	5. Tersedianya Lapak

Sumber: Pengelolaan pasar Sungguminasa 2016

a. Uraian Proses Input dan Output

Input adalah faktor dimana pihak pengelola menyiapkan apa saja yang menunjang produksi barang dan jasa antara lain yaitu:

- 1) Pedagang sebagai pengguna jasa.
- 2) Peningkatan jumlah pengunjung sebagai pemakai jasa baik itu dari segi parkirnya maupun layanan informasi dan keamanan.
- 3) Tenaga kerja yang disediakan pasar berupa tenaga teknis, keamanan, kebersihan, parkir, dan staf kantor sebagai penanggung jawab pengelola.
- 4) Pihak pengelolamengeluarkan sejumlah modal yang digunakan untuk pengadaan peralatan, bahan kebersihan, dan upah bagi tenaga kerja tiap bulan.
- 5) Modal yang telah ditanamkan oleh pihak pengelola dipasar sebagai sarana dan prasarana digunakan untuk penunjang pasar demi kenyamanan masyarakat dalam berbelanja.

b. Proses Pengelolaan

Pengelolaan dimaksud disini adalah semua yang berbentuk pelayanan yang dapat menunjang bagi pelaku usaha agar dalam melakukan proses jual beli antara distributor dan konsumen berjalan dengan lancar, aman, tertib, yaaman, dan timbulnya rasa kepuasan terhadap konsumen atau pengunjung pasar. Output yang dimaksud disini merupakan apa yang didapatkan oleh konsumen baik itu berupa barang atau jasa sehingga terbentuknya kepuasan terhadap apa yang diterima oleh konsumen ini juga dapat diartikan sebagai bentuk penilaian konsumen terhadap pelayanan pasar baik itu dari segi tawar menawarnya maupun dari segi jasa yang disediakan berupa parkir yang memadai.

Kesimpulannya pengelolaan Pusat Grosir Sungguminasa merupakan bentuk usaha jasa yang berbentuk usaha Koprasi KSU Bina Duta, dimana Pemerintah Kabupaten Gowa menunjuk langsung sebagai penanggung jawab, dimana PT. Haji Latunrung sebagai pemilik aset dan Developer sekaligus investor Yang menjalankan dan mengelola Pusat Grosir Sungguminasa yaitu pihak KSU dimana mereka yang menyediakan jasa sebagai input berupa tenaga kerja, distributor, konsumen, dan investasi. Sedangkan terbentuknya output dalam hal ini karena adanya proses penyediaan jasa yang dipandang sebagai bentuk penunjang kepuasan para distributor dan konsumen.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Terciptanya suasana rapi, bersih, tertib, lancar, dan aman bagi distributor sebagai penunjang Pusat Grosir Sungguminasa, dengan tujuan nantinya dapat dikenal sebagai pusat pasar besar dan mampu bersaing dengan pasar-pasar lain, selain itu memberikan pelayanan yang baik dan menciptakan image yang bagus dimana banyaknya pembangunan pusat perbelanjaan di Kabupaten Gowa.

b. Misi

Menciptakan suasana lebih baik sebagai bentuk untuk meningkatkan perekonomian pada pelaku perdagangan disamping mendukung program kerja Pemerintah Kabupaten Gowa diaman menciptakan keadaan yang bersih, aman, serta sehat sebagai salah satu Pusat perbelanjaan di Kabupaten Gowa. Ini semua bertujuan untuk meningkatkan produktifitas pasar yang mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan lain selain itu untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat.

B. Konsep tentang Etika Bisnis Pada Pelaku Bisnis di Pasar Sungguminasa Kabupaten Gowa

Pada dasarnya etika etika dalam bbisnis berfungsi untuk menolong pebisnis untuk mencegah masalah etika dalam pelaksanaan bisnisnya. Disamping itu untuk menciptakan sistem ekonomi islam dengan upaya revitalisasi sosial sesuai yang dianjurkan oleh Rasulullah sesuai dengan apa yang tertulis dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist. Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, dimana seluruh aspek yang berkaitan dengan individu itu sendiri. Etika bisnis dapat berbentuk nilai, norma, dan sikap karyawan dan pemimpin untuk menciptakan kinerja kerja yang sehat antara mitra kerja, pemegang saham, serta masyarakat.

Prinsip bisnis yang baik merupakan etika dimana dalam menjalankan sebuah usaha dengan kaidah etika yang sejala dengan aturan yang berlaku. Standar dan pedoman para karyawan yaitu etika dalam berbisnis dengan dilandasi moral yang baik, jujur, transparasi dan sikap profesional. Pengaplikasian etika berbisnis dapat dilakukan disetiap orang dan lingkungan sekitar, akan tetapi etika bisnis yang dimaksud disini adalah seorang atau kelompok yang berusaha menjalankan bisnis sebagai koordinator, maksudnya memiliki sikap yang jujur serta adil dalam bersikap. Adapun dampak yang dihadapi oleh pelaku bisnis terbagi menjadi dua yaitu dampak positif dan negatif.

Etika bisnis sangat diperlukan dalam persaingan dunia bisnis karena itu merupakan modal utama dalam menciptakan hubungan kerja yang baik baik antara pemilik saham maupun masyarakat.

C. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Bisnis di Pusat Grosir Sungguminasa Kabupaten Gowa

Menjalankan aktivitas usaha dalam berdagang yang dilakukan pedagang di Pasar sungguminasa hanya untuk mencari keberkahann Allah SWT. Pemahaman mengenai cara berdagang yang adil dan jujur harus ditanamkan didalam diri pedagang agar apa yang dia jalankan mendapat berkah dari Allah SWT, karena kejujurann merupakann kunci kesuksesan dalam berdagang. Sifat jujur dalam berdagang merupakan modal utama agar membentuk kepercayaan antara distributor maupun konsumen dalam melakukann transaksi jual beli.

Adapun konsep mengenai keadilan yang dilakukan pelaku perdagangan atau pedagang merupakan salah satu sikap yang penting juga yang harus dimiliki oleh pedagang selain jujur. Sesuai apa yang dianjurkan oleh Rasulullah dalam berdagang dimana beliau berdagang disamping mencari keuntungan juga digunakan sebagai pusat dakwah sebagai bentuk mencari keridhaan Allah. Seperti yang dikemukakan oleh Zulkifli salah satu pedagang, dalam melayani konsumen lebih mengutamakan konsumen yang terlebih dahulu datang dibandingkan konsumen yang baru datang. Dan bersikap adil kepada semua konsumen sehingga tercipta kepuasan dimata konsumen akan pelayanan yang diberikan.

Dari hasil penelitian diatas kita dapat mengambil kesimpulann bahwa para pelaku pedagang di Pusat Grosir Sungguminasa Kabupaten Gowa sebagian telah menerapkan sistem ekonomi islam dengan bersikap jujur dan adil kepada konsumen dimana para pelaku pedagang telah menciptakan kerjasama yang baik antara distributor dengan konsumen dalam mencari keuntungan.

D. Sistem Jual Beli yang Berlangsung di Pusat Grosir Sungguminasa Kabupaten Gowa

Para pelaku pedagang di Pasar Sungguminasa Kabupaten Gowa hanya sebagian yang menerapkan sistem etika bisnis islam dan juga ada pelaku perdagangan yang hanya menerapkan sistem ekonomi yang menurut mereka sudah baik meskipun tidak sesuai dengan apa yang diajarkan oleh agama islam.

Riska merupakan salah satu pedagang yang diwawancarai oleh peneliti mengatakan bahwa:

“saya paham tentang etika berbisnis, akan tetapi sya tidak selalu menerapkan, kadang sya menerapkan dan kadang tidak, karena takutnya jika saya terapka terus etika bisnis islam nanti jualan saya tidak laku dan saya pasti akan mengalami kerugian, saya lihat terlebih dahulu bagaimana kondisi barang yang saya jual, jika misal barangnya mengalami cacat dan tidak terlalu parah saya jujur dan biasanya pembeli tetap mau membelinya meski barang itu cacat. Dan sebaliknya jika barangnya menalami cacat yang parah saya tetap menjual tetapi sya tidak memberitahu konsumen yang akan membeli barang tersebut.”

Dari apa yang dijelaskan oleh Riska diatas selaku pedagang memang memahami etika bisnis islam yang dianjurkan tetapi belum sepenuhnya menerapkan itu karena masih ada keraguan bahwa jika ia bersikap jujur maka dagangannya akan mengalami kerugian, padahal yang mengatur rezeki adalah Allah.

Dari hasil penelitian sebelumnya Helmi Rahmatullah “Implementasi Aspek-aspek Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta”. Adapun hasil penelitian ini, pada kenyataannya masih terdapat banyaknya para pedagang pelaku bisnis yang mengabaikan etika bisnis Islam serta memonopolikan harga yaitu dengan menjual barang yang lebih murah serta yang menyebabkan para pedagang lain terkana Imbasnya.¹

Anita seorang pedagang pakaian yang panneliti wawancara mengatakan bahwa : *“saya merasa serba salah kalau mau menerapkan etika bisnis yang dianjurkan oleh agama islam, karena biasa pembeli tidak mau mengerti, karena saya jujur dengan modal barang yang saya jual dan keuntungan yang saya dapatkan sekian tetapi para konsumen tidak mengerti dan mala menawar dengan harga yang sangat murah jadi keuntungan yang saya dapatkan sedikit sekali dan kadang juga saya rugi. Tetapi kadang ada konsumen yang mengerti bahwa pedagang juga mencari keuntungan, asalkan tidak berlebihan. Jika saya mendapatkan konsumen yang mengerti ya saya senang”*.

Dari hasil wawancara diatas, Anita merasa serba salah dalam menjual barangnya karena meskipun sudah bersikap jujur kepada konsumen bahwa keuntungan yang didapatkan sangatlah kecil tetapi konsumen tidak mau mengerti.

¹ Helmi Rahmatullah,, *Implementasi Aspek-aspek Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta* , 2019.

Musdalifah HR. Yang melakukan penelitian mengatakan bahwa etika bisnis merupakan pengaplikasian etika secara umum yang mengatur perilaku bisnis selain itu etika juga menjadi patokan yang penting dalam melakukan perdagangan. Maka dari itu etika bisnis sangat penting dalam melakukan kegiatan perdagangan namun pada kenyataannya masyarakat masih belum menerapkan sistem etika bisnis yang dianjurkan oleh agama islam. Sehingga masih banya pelaku perdagangan yang melakukan kecurangan.

Bapak Rahmat selaku informan mengatakan bahwa:

“Saya sudah menerapkan sistem yang dianjurkan oleh agama islam yaitu etika bisnis islam dengan selalu bersikap jujur kepada konsumen apalagi jika barang yang saya jual mengalami cacat maka saya akan mengatakan kalau barang itu sedikit rusak karena saya berfikir jika membohongi konsumen itu tidak diperbolehkan dan kita akan merasa bersalah dan dosa. Tetapi jika konsumen tetap ingin membeli brang tersebut meskipun cacat maka saya akan memberikan potongan harga.”

Pak Rahmat selaku peedagang selalu bersikap jujur kepada konsumen yang akan membeli barangnya, jika barang yang dijual mengalami kecacatan dan konsumen tetap mau membelinya maka pak Rahmat memberikan potongan harga. Dengan kata lain pak Rahmat telah melakukan etika bisnis islam dengan bersikap jujur kepada konsumen tentang kondisi barangnya.

E. Persaingan yang dilakukan pedagang pasa Pusat Grosir Sungguminasa Kabupaten Gowa

Islam sangat menginginkan terbentuknya pasar yang menerapkan prinsip keadilan dan kejujurann tanpa adanya pelaku yang memanipulasi harga atau memonopoli sistem perdagangan. Pasar digunakan sebagai wadah aktivitas jual beli tidak hanya dilihat dari fungsinya secara fisik, dimana pasar juga terkadang menjadi pusat terjadinya kecurangan yang dilakukan oleh suatu pihak demi mendapatkan keuntungan.

Persaingan yang terjadi di pasar merupakan hal yang wajar dan tidak dapat terhindarkan dalam dunia perdagangan. akan tetapi dalam bersain jugaa memiliki aturan dan prinsip tertentu misalnya bersaing secara sehat seperti berperilaku adil dan jujur sesuai yang telah islam anjurkan.

Risma selaku pedagang mengemukakan bahwa :

“Dalam berdagang pasti ada yang namanya untung dan rugi, tergantung dari kita selaku pedagang dan percaya bahwa rezeki itu datang nya dari Allah dan tidak akan tertukar dengan Rezeki orang lain. Bercerita tentang persaingan dalam berdagang saya sudah memahaminya, dan insyaallah saya bersaing secara sehat dengan pedagang lain yang terpenting saya telah berusaha dan menyerahkannya semua kepada Allah yang mengatur rezeki setiap orang”.

Ibu putri selaku pedagang di pasar tersebut mengatakan bahwa :

“saya percaya bahwa rezeki sudah diatur, dan sisa kita yang berusaha dan berdoa selain itu bersaing secara sehat dalam mendapatkan keuntungan tanpa merugikan pedagang lain, karena masing-masing pedagang sudah ditetapkan rejekinya”.

Kesimpulan dari hasil wawancara diatas bahwa penerapan etika bisnis yang dianjurkan oleh agama islam di pasar Sungguminasa Gowa berpengaruh kuatmeskipun belum maksimal karena adanya faktor budaya dan agama dari setiap pedagang. Adanya kerja sama yang baik antara penjual dan pembeli karena etika bisnis isalam bisa diterapkan dengan maksimal jika pembeli juga mendukung dan dan memiliki kesadaran akan pentingnya penerapan etika bisnis islam.

Sandi selaku pedagang mengatakan bahwa :

“dalam berdagang kita masing-masing memiliki cara tersendiri dalam menarik konsumen, bersikap kreatif tetapi dengan berlandaskan kejujuran dan keadilan sehingga akan tercipta hubungan antara distributor dan konsumen yang baik dan sehat serta tidak merugikan orang lain”.

Peneliti menilai bahwa persaingan yang dihadapi oleh para pelaku perdagangan di pasar Sungguminasa Gowa dilakukan secara adil dan sehat. Karena dapat kita lihat dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dianggap bahwa setiap pedagang memiliki caranya sendiri dalam menarik konsumen dengan tujuan mencari keuntungan tanpa merugikan orang lain.

No	Nama	Umur	Alamat	Pedagang
----	------	------	--------	----------

1.	Riska	35 thn	Jln. Sultan Alauddin	Pakaian
2.	Anita	38 thn	Jln. Sungguminasa	Pakaian Wanita
3.	Rahmat	40 thn	Jln. Pallangga	Baju koko
4.	Risma	32 thn	Jln. Syekh Yusuf	Jilbab
5.	Putri	30 thn	Jln. Balla lomp	Sepatu
6.	Sandi	33 thn	Jln. Andi tonro	Penjual celana cowok

KESIMPULAN

Dalam penerapan etika bisnis islam khususnya bagi para pedagang muslim ataupun non muslim telah melakukan persaingan usaha sesuai yang telah ditetapkan oleh agama islam. Berdasarkan kajian teori dan hasil pembahasan, persaingan usaha yang telah dilakukan pedagang pasar Sungguminasa Gowa bisa dikatakan telah menerapkan konsep ekonomi islam yang harus menanamkan sikap adil dan jujur dan pedagang telah yakin bahwa rezki itu datangny dari Allah.

BIBLIOGRAFI

- Abd.ghafur. (2018). ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM Abd. ghafur 1. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, (2), 1–21.
- Abd Adim, Abdul Salam. (2021). *ANALISIS PRAKTEK PENJUALAN PARA PEDAGANG SEMBAKO MUSLIM DALAMPERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PEDAGANG MUSLIM SEMBAKO DI PASAR TRADISIONAL AMBARKETAWANG, GAMPING KABUPATEN SLEMAN)*. 3(1), 1–23.
- Alviyana. (2023). *Analisis penerapan etika bisnis dalam jual beli*. 1(1), 42–53.
- Arkandia, Lalu Dema, Jalaludin, & Mustain. (2022). Etika Bisnis Pedagang Buah Buahan Dan Kesejahteraan Dilihat Dari Perspektif Islam Di Desa Sesaot Kabupaten Lombok Barat. *Journal of Economics and Business*, 8(2), 318–337. <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v9i2.120>
- Athar, Gadis Arniyati. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada. *Wahana Inovasi*, 9(1), 124.
- Bukido, Rosdalina, Mampa, Adila Afifah, & Jamal, Ridwan. (2022). Etika Bisnis Islam dalam Perilaku Bisnis Pedagang Muslim Makassar Kota Manado. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 2(2), 114–131. <https://doi.org/10.30984/maqrizi.v2i2.354>
- Cahaya, Nurul. (2023). *Abstrak*. 1, 16–26.
- Desi Sofiyanty Fairuz, Sahri, Sahri, & Huzaini, Moh. (2022). a Etika Bisnis Dan Kesejahteraan Pedagang Pakaian Bekas Di Pasar Tradisional Masbagik Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 173–187. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v7i2.1273>
- Dwi Ambarwati, Ramdan Fawzi, yayat Rahmat H. (2019). *Overview of Islamic Business Ethics in the Competition of Vegetable Traders*. 1–10.
- Hidayat, Asep. (2023). *Analisis Penerapan Etika Bisnis Pedagang Menurut Perspektif Islam di Pasar Cendrawasih Kota Metro*. 2(2).
- Hidayat, M. Rasyid, & Rahmaniah, Amelia. (2019). Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Journal of Islamic and Law Studies*, 3(2), 92–107.
- Hukum, Jurnal, & Syariah, Ekonomi. (2019). *Esensi (Jurnal Hukum Ekonomi Syariah)*, Vol. II, 95–103.
- Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, & Muhammad Fahmul Iltiham. (2019). Penerapan Etika Bisnis

- Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 339–358. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1631>
- Iqbal, Rafiqi, Ali, arifin ah., & Sakur. (2021). Pedagang Pasar Tradisional : Studi Perspektif. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 109–132.
- Janinuddin, Fitriadi, & Wahyuni, Sri. (2022). Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Ijabah Kota Samarinda dalam Perspektif Islam. *JESM : Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1(2), 151–160.
- Journal, Contemporary Issues. (2023). *Journal of Da'wah Management* 58. 58–68.
- Koni, Agus, Albayan, Ade, Hatta, Irma Mandasari, & Kurniawan, Wawan. (2020). Perilaku Pedagang Padi Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam Dan Etika Bisnis Islam. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 215–223. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1478>
- Luciana Septiani Subekti. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kelontong di Pasar Babatan Kota Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 9–14. <https://doi.org/10.29313/jrieb.vi.615>
- M. Dzul Fadli S., Siradjuddin, Siradjuddin, 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>
- Mariana. (2008). *Etika Bisnis Online Busana Muslim Ditinjau dari Perspektif Islam di Kota Mataram (Studi Kasus dikalangan Mahasiswa Peguruan Tinggi Negeri)*. 282.
- Munawaroh, Mahmudhatul, Iswadi, Muhammad, & Yusran, Yusran. (2023). Analisis Perilaku Pedagang Grosir Pakaian di Pasar Pagi Samarinda dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Borneo Islamic Finance and Economics Journal*, 2(1), 109–122. <https://doi.org/10.21093/bifej.v0i0.4777>
- Muyassarrah, Moh Fauzi. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang dalam Menjamin Kestabilan Harga dan Daya Beli Masyarakat di masa New Normal. *Inovasi*, 17(2), 2013–2015.
- Muzaiyin, Alwi Musa. (2018). Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Qawanin*, 2(1), 75.
- Nasution, Ya'ti Ikkhwani. (2019). *pengaruh etika bisnis islam terhadap kesejahteraan pedagang (studi kasus pedagang pusat pasar medan)*.
- Novita Ambarsari, & Luhur Prasetyo. (2022). Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 121–138. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.732>
- Putra, kevvin Marsellino Giusti, & Cahyono, Hendry. (2020). Perilaku Pedagang Di Sentra Ikan Bulak Surabaya Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(1), 79–86.
- Putra, Muhamad Tedy R., Thoriq, Arief Mulyawan, & Ardiansyah, Hamdan. (2023). *Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Wisata Kuliner di Wanayasa Kuliner Fair*. 7(1), 24–32.
- Putri, Mareta Elesia, Islam, Universitas, Sulthan, Negeri, Saifuddin, Thaha, Islam, Universitas, Sulthan, Negeri, Saifuddin, Thaha, Islam, Universitas, Sulthan, Negeri, & Saifuddin, Thaha. (2023). *ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM*. 1(4).
- Rahayu, Yunita, Iqbal Fasa, Muhammad, & Suharto. (2022). Islamic Economics and Finance Journal Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang. *Islamic Economics and Finance Journal*, 1(1), 1–12.
- Rahma, Muetia, Nazzara, Rizky, Salsabila, Yulia Nafisa, & Mangkurat, Universitas Lambung.

- (n.d.). *Etika bisnis islam pada pedagang minuman*. 1(2023), 935–943.
- Rahmawati, Dyah Ayu, & Faraby, Muhammad Ersya. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Muslim Pada Destinasi Wisata Pantai Lombang. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(2), 209–218. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i2.1426>
- Riskiyah, Zaidatul, Effendi, Bahtiar, & Rohmah, Farida. (2022). Persaingan Usaha Pedagang Sayur di Desa Jeruksari Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Sahmiyya : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 179–193.
- Romadona, Wahyu Sri Bintang, & Ulfi, Izzani. (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>
- Saifudin, Marliati, Hamdi Agustin, & Fahrial. (2022). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Loyalitas Konsumen Pada Pedagang Komoditas Pangan Di Pasar Cik Puan Kota Pekanbaru. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 212–226. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9470](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9470)
- Shofiyah, Kholid, Abd., & Qomariyah, St. Nur. (2023). Perspektif Etika Bisnis Islam atas Praktek Jual Beli Baju (Studi Kasus pada Pedagang di Wisata Relogi Sunan Drajat Paciran Lamongan). *Al-Musthofa Journal of Sharia Economics*, 6(1), 1–13.
- Siti Hofifah. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), 37–44. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469)
- Siti Nurjanah, Fatmawati sungkawaningrum, Effi Wahyuningsih. (2022). *JURNAL AL-TSARWAH / Vol. 5 No. 1, Juni 2022 Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Bone*. 5(1), 1–16.
- Suriani, Irma, & Nurdin, Teuku Muhammad. (2021). Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Kota Idi dalam Pandangan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 2(1), 95–111.
- Tiakoly, Kataruddin, Wahab, Abdul, Kie Raha, Stkip, Alauddin Makassar, Uin, & Sasa Jambula, Jl. (2019). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama. *Jurnal Iqtisaduna*, 5, 102–123.
- Uswatun, Dina, & Mu, Jurnal. (2019). *PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI PASAR NONGKOJAJAR KECAMATAN TUTUR KABUPATEN PASURUAN*. 1, 217–238.
- Wati, Ambar, Paramansyah, Arman, & Damayanthi, Dessy. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 184–200. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.344>
- Yunita Rahayu, Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang. *Islamic Economics and Finance Journal*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.55657/iefj.v1i1.4>
- Yusup, Akhmad. (2020). Peran Etika Bisnis dan Kunci Sukses dalam Pemasaran Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. <https://doi.org/10.30595/jhes.v0i0.7139>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.