

Penerapan Prinsip Syariah dalam Jual Beli: Perspektif Etika Bisnis dalam Ekonomi Islam

Aep Syaeful Millah

STAI Kuningan, Indonesia

Main Author's E-Mail Address / *Correspondent Author : aepsyaeful7@gmail.com

Correspondence: aepsyaeful7@gmail.com | Submission Received : 10-12-2025; Revised : 15-01-2026;
Accepted : 09-04-2026; Published : 30-06-2026

Abstract

Sharia principles in buying and selling (muamalah) are fundamental principles in Islamic economics that aim to create balance and prevent exploitation. In practice, economic activities are often solely profit-oriented and do not fully reflect the applicable benefits as taught in Islam. This study aims to answer the main problem formulation, namely how the concept of masalah can function as an evaluative instrument for assessing buying and selling practices from an Islamic economic perspective. The method used in this study is library research, a data collection technique by analyzing, reading, and studying all information relevant to the issue being studied or researched from e-books, manuscripts, books, journals, theses, and other similar materials. The results of this study indicate that business ethics in buying and selling practices are built on the principles of monotheism, justice, prophecy, mutual assistance, and results-oriented. These principles not only function as normative guidelines but also as controllers of market behavior so that economic transactions take place fairly, transparently, and free from exploitative practices. This study also found that the application of ethics such as honesty, fairness in pricing, and willingness between sellers and buyers can increase market trust, create transaction stability, and realize economic benefits for the community. This study presents a strengthening of the concept of masalah as an analytical framework in buying and selling practices, thereby expanding the study of Islamic business ethics, which has focused more on formal legal aspects, towards an integrative approach between sharia principles, business ethics, and maqasid sharia.

Keywords: Buy and Sell, Business Ethics, Islamic Economics, Sharia Principles

Abstrak

Prinsip-prinsip syariah dalam jual beli (muamalah) merupakan prinsip fundamental dalam ekonomi Islam yang bertujuan menciptakan keseimbangan dan mencegah eksploitasi. Dalam praktiknya, aktivitas ekonomi sering kali masih berorientasi pada keuntungan semata dan belum sepenuhnya mencerminkan kemaslahatan yang aplikatif sebagaimana ajaran Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah utama, yakni bagaimana konsep masalah dapat berfungsi sebagai instrumen evaluatif untuk menilai praktik jual beli dalam perspektif ekonomi Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*), yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara menganalisis, membaca, dan mempelajari setiap informasi yang relevan dengan isu yang sedang dipelajari atau diteliti dari e-book, manuskrip, buku, jurnal, tesis, dan bahan sejenis lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis dalam praktik jual beli dibangun atas prinsip

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

tauhid, keadilan, kenabian, tolong-menolong, dan orientasi pada hasil. Prinsip-prinsip tersebut bukan hanya berfungsi sebagai pedoman normatif, melainkan juga sebagai pengendali perilaku pasar agar transaksi ekonomi berlangsung secara adil, transparan, dan bebas dari praktik eksploitasi. Penelitian ini juga menemukan bahwa penerapan etika seperti kejujuran, keadilan dalam penentuan harga, dan kerelaan antara penjual dan pembeli dapat meningkatkan kepercayaan pasar, menciptakan stabilitas transaksi, serta mewujudkan kemaslahatan ekonomi bagi masyarakat. Penelitian ini menghadirkan penguatan konsep masalah sebagai kerangka analitis dalam praktik jual beli, sehingga memperluas kajian etika bisnis Islam selama ini yang lebih fokus pada aspek hukum formal menuju pendekatan yang integratif antara prinsip syariah, etika bisnis, dan maqasid syariah

Kata kunci: Ekonomi Islam, Etika Bisnis, Jual Beli, Prinsip Syariah

INTRODUCTION

Ekonomi merupakan suatu hal yang paling mendasar bagi setiap individu, yang merupakan serangkaian aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Ekonomi mengajarkan bagaimana manusia memilih dan menentukan barang-barang yang akan dikonsumsi dengan pendapatan yang dimiliki. Kegiatan konsumsi dimaksudkan untuk banyak hal selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam (Ulufal Qolbi et al., 2023a). Memenuhi kebutuhan ataupun keinginan pribadi pun diperbolehkan, selama tidak melanggar ketentuan syariat atau hal-hal yang diharamkan dalam Islam, dan tidak mengganggu kepentingan orang lain dan lingkungan. Ekonomi juga mengajarkan bagaimana manusia mengalokasikan waktu, tenaga, dan modal dengan jumlah tertentu untuk meraih keuntungan yang maksimum.

Kegiatan ekonomi tidak bisa dilepaskan dari aktivitas produksi, konsumsi, dan distribusi. Konsumsi yaitu kegiatan yang dilakukan oleh manusia dengan menggunakan serta mengurangi daya guna dari barang ataupun jasa yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia (Ayunda Febri Kinanti et al., 2024). Pola konsumsi diyakini sebagai salah satu hal yang dapat memengaruhi tingkat kesejahteraan. Kegiatan konsumsi dilakukan tidak lain untuk mencapai tingkat kepuasan para konsumen itu sendiri. Besaran konsumsi yang dilakukan setiap rumah tangga tidak teratur dan berbeda. Produksi merupakan aktivitas mengubah input (bahan baku, tenaga kerja, dll.) menjadi output (barang atau jasa) yang memiliki nilai tambah. Kegiatan ini mencakup proses transformasi bahan baku menjadi produk akhir, serta aktivitas pendukung lainnya seperti perencanaan, pengendalian kualitas, dan distribusi (Nuraeni & Santoso, 2024). Sedangkan distribusi adalah serangkaian aktivitas penyaluran barang atau jasa dari pihak produsen kepada konsumen. Aktivitas seperti ini akan terus berlangsung dan saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya, yang memungkinkan adanya hubungan antarmanusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Kegiatan ekonomi yang berlangsung di masyarakat terjadi di suatu tempat, dan tempat itu adalah pasar dengan aktivitas jual beli di dalamnya. Di dalam Islam, aktivitas semua umat manusia sudah diatur di dalam Al-Qur'an dan Hadis, yang mana itu menjadi pedoman termasuk dalam aktivitas jual beli. Islam mengajarkan pentingnya menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat. Salah satu prinsip dasar yang terkandung dalam ekonomi Islam adalah bahwa setiap transaksi bisnis harus mengutamakan kepentingan umum (Putri, 2024). Misalnya, dalam situasi pasar yang tidak normal seperti adanya penimbunan barang atau monopoli. Dalam kondisi ini, tindakan yang bertujuan melindungi

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

masyarakat dari ketidakadilan harus diambil, termasuk pengaturan harga untuk menghindari praktik kesewenang-wenangan.

Islam menekankan adanya etika dalam melakukan berbagai hal sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah, termasuk dalam hal ekonomi. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kehidupan yang penuh dengan masalah. Dalam lingkup ekonomi Islam, konsep masalah lebih berfokus pada peningkatan kemakmuran masyarakat secara adil, berkelanjutan, dan tanpa menimbulkan kerugian bagi siapa pun. Prinsip ini mengedepankan usaha untuk mengoptimalkan kebaikan (*khair*) bagi seluruh masyarakat dan meminimalisir dampak negatif (mafsadah) yang mungkin muncul dari kebijakan atau keputusan ekonomi (Khairunnisa Ibrahim & Mawardi, 2025). Dalam konteks ekonomi, masalah bertujuan untuk mewujudkan harmoni antara keperluan individu dan masyarakat, serta antara keuntungan materi dengan nilai-nilai moral, sosial, dan spiritual.

Penelitian ini menawarkan perspektif konseptual yang menempatkan *masalah* tidak hanya sebagai prinsip etik normatif, tetapi juga sebagai instrumen evaluatif dalam menilai praktik pasar, termasuk dalam kondisi pasar tidak normal seperti penimbunan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis berupa penguatan konsep *masalah* sebagai landasan dalam merumuskan keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan sosial dalam aktivitas ekonomi. Selain itu, dalam kondisi pasar tertentu seperti penimbunan barang, belum sepenuhnya terlihat bagaimana prinsip *masalah* diimplementasikan secara konkret sebagai mekanisme pengendali agar aktivitas ekonomi tetap berjalan secara adil dan berkelanjutan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara konsep ideal ekonomi Islam dan realitas praktik ekonomi di masyarakat.

Dengan demikian, permasalahan utama yang melatarbelakangi penelitian ini adalah belum optimalnya penerapan prinsip syariah dan nilai *masalah* dalam aktivitas jual beli sebagai wujud etika bisnis Islam yang berorientasi pada keadilan dan kesejahteraan bersama. Selain itu, kajian tentang prinsip syariah dalam jual beli sering kali berfokus pada aspek hukum (legal-formal) seperti kehalalan transaksi, larangan riba, *gharar*, dan *ihtikar*. Namun, masih terbatasnya penelitian yang menganalisis bagaimana prinsip *masalah* dioperasionalkan sebagai instrumen evaluatif dalam dinamika pasar, khususnya dalam kondisi pasar yang tidak normal seperti penimbunan barang dan distorsi harga.

Lebih lanjut, terdapat kesenjangan antara konsep ideal ekonomi Islam yang menekankan keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat dengan realitas praktik ekonomi yang masih berorientasi pada maksimalisasi keuntungan semata. Penelitian sebelumnya belum secara mendalam mengkaji bagaimana etika bisnis Islam dapat berfungsi sebagai mekanisme pengendali untuk memastikan tercapainya keadilan dan kesejahteraan kolektif dalam aktivitas jual beli. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga mengintegrasikan prinsip syariah, etika bisnis, dan konsep *masalah* dalam satu kerangka analisis yang komprehensif untuk menjelaskan relevansi dan implementasinya dalam praktik ekonomi kontemporer

LITERATURE REVIEW

Jual Beli

Aktivitas jual beli merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan ekonomi masyarakat, baik di masa lalu maupun di masa kini. Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa membutuhkan interaksi dan transaksi dengan sesama untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Albar et al., 2025). Dalam konteks ini, Al-Qur'an sebagai pedoman hidup umat Islam memberikan panduan yang komprehensif terkait prinsip-prinsip etis dalam praktik jual beli.

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Dalam praktik jual beli di masyarakat, tentu harus sama-sama saling diuntungkan, baik penjual maupun pembeli. Setiap transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak atau lebih seyogianya tidak hanya sebatas untuk mendapatkan keuntungan semata, melainkan untuk menghadirkan kebermanfaatannya untuk masyarakat sekitar.

Dalam kitab Fiqih Sunnah karya Sayyid Sabiq Muhammad at-Tihami diterangkan, bahwa jual beli menurut pengertian bahasanya adalah saling menukar (Salwa & Luthfi, 2025). Dan kata *al-Bai'* (jual) dan *asy-Syiraa'* (beli) biasanya digunakan dalam pengertian yang sama. Dua kata ini mempunyai makna dua yang satu sama lain bertolak belakang. Menurut pengertian syariat, jual beli adalah pertukaran harta atas dasar saling rela atau pemindahan milik dengan ganti yang dibenarkan. Jual beli adalah suatu kontrak antara dua pihak untuk mempertukarkan barang atau jasa yang memiliki nilai guna, berdasarkan kesepakatan bersama yang mengatur ketentuan-ketentuan dalam perjanjian (Acca et al., 2025). Secara umum, jual beli merujuk pada pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli, dengan pengalihan hak kepemilikan dari satu pihak ke pihak lainnya berdasarkan persetujuan bersama.

Jual beli merupakan aktivitas ekonomi yang mendapat perhatian besar dalam kajian ekonomi Islam. Hal ini karena berkaitan langsung dengan pemenuhan kebutuhan manusia dan interaksi dalam lingkungan masyarakat. Dalam fikih muamalah, jual beli ialah tukar menukar barang dengan barang, yang dilakukan dengan cara tertentu atau tukar-menukar barang dengan barang yang sama nilainya dan dilakukan dengan cara ijab qabul atau *mu'aathaa* (tanpa ijab qabul) (Baihaqqi & Nuzula, 2022). Islam menegaskan bahwa prinsip dasar dalam muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil yang melarangnya. Hal ini menunjukkan bahwa Islam memberikan ruang yang luas bagi aktivitas ekonomi selama tetap berada dalam koridor syariat Islam.

Beberapa penelitian menjelaskan bahwa jual beli dalam Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, melainkan mengandung dimensi moral dan spiritual. Nilai-nilai ini menegaskan bahwa tujuan bisnis bukan hanya profit, tetapi juga membangun kepercayaan dan keberkahan dalam muamalah (Anzaikhan et al., 2025). Teologi ekonomi mengintegrasikan ajaran tauhid dan praktik ekonomi yang beretika, sehingga aktivitas ekonomi tidak terlepas dari nilai-nilai ilahiyah seperti keadilan, kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial. Sebagian literatur menekankan aspek formal seperti rukun dan syarat jual beli, seperti penjual, pembeli, objek transaksi, dan ijab qabul yang memang harus ada dalam praktik jual beli. Pendekatan ini banyak digunakan dalam kajian fikih klasik yang menitikberatkan pada keabsahan jual beli secara hukum. Namun demikian, pendekatan ini dinilai masih terbatas karena lebih menekankan aspek normatif tanpa mengkaji secara mendalam implikasi etika dalam praktik jual beli yang menekankan konsep masalah.

Selain itu, beberapa penelitian juga menyoroti adanya kesenjangan antara konsep jual beli dalam fikih dengan praktik jual beli yang ada di masyarakat. Dalam realitasnya di masyarakat, masih ditemukan praktik-praktik yang bertentangan dengan syariat Islam. Masih ditemukan praktik penipuan, ketidaktransparanan informasi produk, dan pengurangan timbangan. Kondisi demikian menunjukkan bahwa pemahaman terhadap konsep jual beli dalam Islam perlu dikaji tidak hanya dari aspek hukum, tetapi juga dari perspektif etika bisnis yang lebih komprehensif. Dengan demikian, konsep masalah dalam praktik jual beli belum bisa hadir jika praktik-praktik yang bertentangan dengan syariat Islam masih merajalela

Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan prinsip-prinsip moral yang menjadi panduan bagi perilaku individu dan organisasi dalam dunia bisnis. Prinsip-prinsip ini berfungsi sebagai pedoman

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

dalam pengambilan keputusan dan tindakan bisnis, dengan tujuan menjaga integritas, keadilan, dan tanggung jawab sosial (Adrai & Hikmah Perkasa, 2024). Etika bisnis mencakup berbagai isu seperti transparansi, keadilan, dan tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan. Mereka menekankan bahwa penting bagi perusahaan untuk bertindak secara bertanggung jawab dan mempertimbangkan dampak jangka panjang dari setiap keputusan mereka guna mencapai keberlanjutan.

Etika berperan sebagai prinsip moral yang mampu membedakan mana yang benar dan mana yang salah. Sedangkan, bisnis merupakan serangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis. Dengan demikian, etika bisnis mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia perbisnisan berdasarkan prinsip moralitas (Silviah & Lestari, 2022). Etika bisnis merupakan pemikiran mengenai moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Selain itu, etika bisnis mengajarkan bahwa sebagai pelaku bisnis, apabila ingin perusahaannya tetap berjalan, ia harus menjunjung tinggi nilai dan prinsip dari etika bisnis (Aviatri & Nilasari, 2021).

Tujuan dari etika bisnis Islam meliputi pembentukan kode etik ajaran Islam yang membantu memperbaiki, memajukan, dan menerapkan metode berbisnis dalam lingkup agama. Kode etik ini berfungsi sebagai panduan agar pelaku bisnis dapat menghadapi berbagai risiko. Kode etik juga berfungsi sebagai peraturan yang menentukan tanggung jawab pelaku bisnis terhadap diri sendiri, kelompok bisnis, masyarakat, dan di hadapan Allah SWT (Puji et al., 2024). Kode etik digunakan sebagai dasar hukum untuk menyelesaikan masalah yang timbul dan harus diselesaikan dengan pihak berwajib. Kode etik berperan dalam mencari solusi untuk berbagai masalah yang terjadi di antara pelaku usaha dan masyarakat di tempat kerja, serta membentuk ukhuwah dan kerja sama di dunia bisnis.

Dalam pandangan ini, praktik bisnis tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan pribadi, tetapi juga harus mempertimbangkan dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat. Pendekatan ini memperluas konsep etika bisnis dari sekadar moral individu menjadi sistem nilai yang mengatur hubungan ekonomi dalam masyarakat. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis dalam jual beli menjadi sarana untuk mewujudkan tujuan-tujuan maqasid syariah. Inti sari nilai maqasid syariah terletak pada kemaslahatan. Menurut Chapra, aktivitas ekonomi harus dilakukan secara etis dan bertanggung jawab, agar pencarian keuntungan dan pertumbuhan ekonomi tetap menghormati martabat manusia serta membawa kesejahteraan bagi masyarakat (Anam, 2024). Untuk mencapai kemaslahatan di dunia dan akhirat, terdapat lima komponen pokok (*dharuriyat*) yang harus dipelihara dan diwujudkan. Kelima komponen pokok tersebut ialah menjaga agama (*hifz al-din*), menjaga jiwa (*hifz al-nafs*), menjaga akal (*hifz al-aql*), menjaga keturunan (*hifz al-nasl*), dan menjaga harta (*hifz al-mal*) (Minarni et al., 2024).

Dalam praktiknya, hubungan tersebut dapat dilihat terutama pada aspek *hifz al-mal* (perlindungan terhadap harta). Etika bisnis dalam jual beli menuntut adanya kejujuran dalam penentuan harga, kualitas barang, serta keterbukaan informasi kepada konsumen. Larangan terhadap praktik penipuan, kecurangan timbangan, dan *gharar* bertujuan melindungi hak kepemilikan serta mencegah kerugian bagi salah satu pihak. Dengan demikian, penerapan etika bisnis menjadi instrumen penting untuk menjaga keadilan dan stabilitas dalam transaksi ekonomi. Tujuan akhir dari aktivitas bisnis yang berlandaskan etika dapat tercapai dengan kemaslahatan untuk seluruh Masyarakat

METHOD

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah studi kepustakaan (*library research*). Penelitian kepustakaan merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara menganalisis, membaca, dan mempelajari setiap informasi yang relevan dengan isu yang sedang dipelajari

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

atau diteliti dari e-book, manuskrip, buku, jurnal, tesis, dan bahan sejenis lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang menjadi tujuan penelitian. Seperti yang dinyatakan oleh Miqzaqon T dan Purwoko dalam (Poltak & Rianto Widjaja, 2024) bahwa penelitian kepustakaan adalah studi yang memanfaatkan berbagai macam material yang ada di perpustakaan, seperti dokumen, buku, majalah, kisah sejarah, dan sebagainya, untuk mengumpulkan informasi dan data. Penelitian ini menggunakan pendekatan maqasid syariah untuk menganalisis etika bisnis dalam jual beli, dengan menekankan tujuan syariat dalam menjaga keadilan dan mengimplementasikan konsep kemaslahatan ekonomi di masyarakat.

Penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*) terhadap ayat Al-Qur'an, hadis, dan literatur ekonomi Islam untuk mengidentifikasi prinsip-prinsip etika bisnis dalam praktik jual beli. Penelitian ini memiliki kerangka, seperti prinsip dasar etika bisnis dalam Islam, konsep etika jual beli dalam literatur fikih muamalah, analisis praktik jual beli berdasarkan maqasid syariah, serta implikasi etika bisnis terhadap kesejahteraan masyarakat. Melalui kerangka tersebut, penelitian ini berupaya untuk menelaah nilai-nilai etika bisnis Islam, seperti keadilan (*'adl*), kejujuran (*sidik*), amanah, transparansi, serta larangan terhadap praktik yang mengandung unsur penipuan, *gharar*, dan eksploitasi dalam aktivitas jual beli. Analisis dilakukan dengan mengaitkan prinsip-prinsip seperti menjaga harta (*hifz al-mal*) dan mewujudkan kemaslahatan umat (*maslahah 'ammah*)

RESULTS AND DISCUSSION

EKONOMI ISLAM

Ekonomi Islam, atau dikenal juga dengan ekonomi syariah, adalah suatu kerangka ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip dan ajaran dalam agama Islam (Khoiry et al., 2023). Dalam sistem ini, seluruh aktivitas ekonomi mengikuti pedoman yang telah diatur dalam Al-Qur'an dan Hadis. Meskipun kegiatan ekonominya pada dasarnya mirip dengan sistem ekonomi lainnya, seperti transaksi jual beli, peminjaman, dan kegiatan ekonomi lainnya, perbedaannya terletak pada pedoman yang ketat sesuai dengan syariat Islam. Ekonomi Islam adalah suatu sistem ilmu pengetahuan yang berfokus pada masalah perekonomian yang berupaya untuk memandang, menganalisa, dan menyelesaikan permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami (Safitri et al., 2024).

Tujuan dari penerapan sistem ekonomi Islam adalah untuk menghindari umat Islam dari praktik ekonomi yang dilarang oleh ajaran Islam, seperti riba (bunga), perlakuan tidak adil, penimbunan, dan sejenisnya. Jadi dapat dipahami ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku muslim dalam kegiatan-kegiatan ekonomi seperti produksi, distribusi, konsumsi dan investasi sehingga tercipta suatu perekonomian yang teratur, terarah sesuai dengan tujuannya berdasarkan ajaran Islam (Syamsuri et al., 2024).

Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi syariah, tujuan utama umat Islam adalah meraih keridhaan Allah SWT sehingga harta bukanlah pencapaian akhir kehidupan di dunia. Dalam dunia ekonomi, ekonomi syariah cukup berbeda dibandingkan dengan sistem ekonomi konvensional. Jika dilihat dari sudut pandang keilmuan, ekonomi syariah dapat disejajarkan dengan sistem ekonomi kapitalis dan sosialis. Namun, dalam banyak hal terkait dengan aktifitas ekonomi, Islam memiliki beberapa prinsip yang membedakannya dengan sistem ekonomi lain (Ulufal Qolbi et al., 2023b):

a. Prinsip Tauhid

Kesadaran tauhid akan membawa pada keyakinan dunia akhirat secara simultan, sehingga seorang pelaku ekonomi tidak mengejar keuntungan materi semata. Kesadaran ketauhidan juga akan mengendalikan seorang pengusaha Muslim untuk menghindari segala bentuk eksploitasi terhadap sesama manusia. Dampak positif lainnya dari prinsip tauhid dalam sistem ekonomi Islam adalahantisipasi terhadap segala bentuk monopoli dan pemusatan kekuatan ekonomi pada seseorang atau satu kelompok saja. Dalam konteks etika bisnis Islam, tauhid adalah prinsip utama yang menekankan bahwa seluruh aktivitas manusia, termasuk kegiatan bisnis, harus berlandaskan pada kesadaran bahwa Allah adalah satu-satunya Tuhan yang mengatur segala aspek kehidupan (Dewi Kartika et al., 2025). Prinsip ini menuntut pelaku bisnis untuk menjadikan nilai-nilai ilahiah seperti kejujuran, keadilan, dan amanah sebagai dasar dalam menjalankan usaha.

b. Prinsip *'Adl* (Keadilan)

Seseorang disebut berlaku adil apabila ia tidak berat sebelah dalam menilai sesuatu, tidak berpihak kepada salah satu, kecuali keberpihakannya kepada siapa saja yang benar sehingga ia tidak akan berlaku sewenang-wenang. Keadilan merupakan fondasi dari setiap sistem ekonomi yang berkelanjutan. Dalam Islam, keadilan (*al-'adl*) tidak hanya menjadi tujuan, tetapi juga menjadi pedoman operasional dalam aktivitas ekonomi, termasuk dalam jual beli. Jual beli memainkan peran penting dalam sejarah umat Islam, dengan Rasulullah SAW sebagai pedagang teladan yang mengutamakan kejujuran dan integritas (Muthoharul Janan et al., 2025). Keadilan dalam konteks bisnis syariah dipahami secara holistik oleh pelaku UMKM tidak hanya sebagai norma hukum, tetapi juga sebagai nilai spiritual dan sosial. Interpretasi ini memperkaya teori maqasid syariah, dimana keadilan (*al-'adl*) menjadi tujuan utama dalam mencapai kemaslahatan bersama (Budi Paryanti & Hakim Sangapan, 2025).

c. Prinsip *Nubuwwah* (Kenabian)

Karena rahmat dan kebijaksanaan Allah, manusia tidak dibiarkan sendirian di dunia tanpa mendapat bimbingan. Oleh karena itu, para nabi dan rasul diutus oleh Allah untuk memberikan petunjuk kepada manusia tentang cara hidup yang baik dan benar di dunia ini, serta cara untuk kembali (taubah) ke sumber segala sesuatu, Allah. Rasul bertugas menjadi teladan terbaik bagi orang lain untuk mendapatkan keselamatan di dunia dan akhirat. Bagi umat Islam, Allah telah mengirimkan “manusia teladan” yang sempurna, Nabi Muhammad SAW, untuk diteladani sampai akhir zaman. Berikut adalah sifat-sifat utama sang model yang harus diteladani oleh semua orang, terutama mereka yang bekerja di bidang ekonomi dan bisnis. Di antaranya adalah sebagai berikut (Najwa et al., 2024):

1) *Siddiq* (benar, jujur).

Salah satu konsep utama dalam ekonomi dan bisnis adalah konsep efektivitas, yang berarti mencapai tujuan yang tepat dan benar, dan efisiensi, yang berarti melakukan tugas dengan benar, yaitu dengan menggunakan metode dan teknik yang tidak menyebabkan kemubaziran, karena mubazir berarti tidak benar.

2) *Amanah* (tanggung jawab, kepercayaan, kredibilitas).

Sebuah kelompok orang yang dipercaya dan bertanggung jawab akan membentuk masyarakat yang kokoh karena didasari oleh saling percaya. Kepercayaan ini memegang peran penting dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab, ekonomi dan bisnis akan mengalami keruntuhan.

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

3) *Fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektual).

Dalam hal ekonomi dan bisnis, sifat ini berarti bahwa segala sesuatu harus dilakukan dengan bijak, cerdas, dan mengoptimalkan semua akal yang tersedia untuk mencapai tujuan. Tidak cukup untuk menjadi jujur, benar, kredibel, dan bertanggung jawab dalam bisnis dan ekonomi. Para pelaku harus cerdas dan pintar jika mereka ingin usaha mereka berhasil dan tidak menjadi korban penipuan.

4) *Tabligh* (komunikasi, keterbukaan, pemasaran).

Jika ini menjadi kebiasaan setiap Muslim, terutama mereka yang bekerja di bidang sifat ekonomi dan bisnis, mereka akan menjadi pemasar yang tangguh dan mahir. Karena sifat *tabligh*, menurunkan prinsip-prinsip ilmu komunikasi (pribadi dan massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan opini publik, manajemen terbuka, iklim keterbukaan, dan lain-lain.

d. Prinsip *Ta'awun* (Tolong-menolong)

Ekonomi Islam memandang bahwa uang harus berfungsi untuk memenuhi kebutuhan pokok, sekunder dan penunjang (daruriyah, hajiyah, dan tahsiniah) dalam rangka mendapatkan ridha Allah secara individual dan komunal. Di samping itu, uang juga berfungsi sebagai cobaan Allah apakah seseorang bersyukur atau kufur. Zakat, infak, sedekah, dan wakaf pada dasarnya merupakan sebuah sistem yang berfungsi untuk menjamin distribusi pendapatan dan kekayaan masyarakat secara lebih baik. Dengan kata lain, ZISWAF merupakan salah satu instrumen dalam ajaran Islam untuk mengayomi masyarakat lemah dan sarana untuk berbagi rasa dalam suka maupun duka antarsesama manusia. Begitu juga dalam ekonomi dan bisnis, manusia dengan manusia yang lainnya tidak semata-mata mengambil keuntungan, melainkan bagaimana manusia tersebut bisa membantu manusia yang lainnya dalam proses pemenuhan kebutuhan. Sehingga dalam aktivitas ekonomi dan bisnis bisa melahirkan ketidaktegasan dalam mengambil bunga dari saudaranya, tidak berbuat curang, dan perbuatan lainnya yang dapat merugikan.

e. Prinsip *Ma'ad* (Hasil)

Ma'ad mempunyai arti sederhana yang berarti "kembali", karena kita semua akan kembali kepada Allah sang pencipta. Kehidupan manusia tidak berhenti di dunia ini; itu berlanjut ke alam setelah dunia, atau akhirat. "Dunia adalah ladang akhirat", artinya dunia adalah tempat bagi manusia untuk bekerja dan beraktivitas (beramal shaleh). Untuk itu keuntungan bukan satu-satunya tujuan dalam berbisnis, tetapi juga mencari keberkahan dan keridhaan Allah SWT (Trisnani & Khalil, 2025). Setiap umat manusia sepatutnya percaya bahwa kejujuran dalam transaksi akan mendatangkan keberkahan, sementara kecurangan akan menghilangkan keberkahan rezeki mereka. Pelaku bisnis harus senantiasa aktif bersedekah dari keuntungan usahanya sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT, sehingga hasil yang didapat bukan hanya semata-mata untuk memenuhi kebutuhan hidup di dunia, melainkan bagaimana caranya kita bisa mempersiapkan bekal yang baik untuk di akhirat kelak.

ETIKA BISNIS DALAM JUAL BELI

Etika berasal dari bahasa Yunani "*ethos*" yang berarti "adat". Dalam praktik umum, etika selalu dikaitkan dengan kebiasaan hidup yang baik yang ada baik pada diri seseorang itu sendiri maupun dalam masyarakat. Dalam hal ini, dalam pengertian lainnya, etika adalah suatu kode yang harus dipatuhi atau ditaati (Silviah & Lestari, 2022). Masalah etika yang perlu diperhatikan adalah pemilik usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Etika adalah refleksi kritis tentang apa yang harus dan apa yang tidak boleh dilakukan. Ilmu etika merupakan cabang

filosof yang mengkaji baik-buruknya tindakan manusia berdasarkan moralitas. Singkatnya, etika adalah filsafat moral. Sementara ajaran moral adalah norma, perintah, atau aturan tentang tindakan mana yang perlu dilakukan dan mana yang perlu dihindari berdasarkan martabat setiap orang sebagai manusia,

Berdasarkan pengertian etika dan moralitas tersebut, etika bisnis tidak lain daripada penerapan prinsip-prinsip etis (etika) dalam bisnis. Tetapi etika bisnis sejatinya bukan sekadar penerapan nilai-nilai moral dalam bisnis, melainkan studi tentang praktik-praktik moral dan imoral dalam bisnis itu sendiri. Singkatnya, etika bisnis adalah studi kritis tentang moralitas bisnis (Cut et al., 2024). Dengan demikian, etika bisnis adalah tindakan yang dilakukan dalam menjalankan kegiatan bisnis yang tidak melanggar aturan organisasi dan masyarakat, dan setiap kegiatan harus dilakukan dalam keadaan yang wajar, termasuk sesuai dengan norma dan etika yang berlaku. Etika bisnis Islam adalah suatu upaya dan proses untuk mengetahui hal-hal yang salah dan benar yang berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan, dan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Dalam ekonomi Islam, etika dan bisnis tidak mesti dipandang sebagai hal yang bertentangan, karena bisnis merupakan simbol dari urusan duniawi dan juga dianggap sebagai hal yang bersifat investasi akhirat (Tafana et al., 2024). Maksudnya adalah jika bisnis diniatkan sebagai ibadah dan bentuk kepatuhan terhadap Tuhan, maka bisnis seharusnya sejalan dengan kaidah-kaidah yang berlandaskan keimanan untuk akhirat.

Etika dalam bisnis membantu pemilik bisnis dalam menyelesaikan masalah moral yang muncul dalam operasi mereka. Dengan memahami etika bisnis Islam dengan benar, para pelaku bisnis akan dapat meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan seperti kerugian. Selain itu, dengan menggunakan praktik bisnis yang etis, mereka tidak akan mengalami kesulitan keuangan. Masyarakat umum juga dapat memperoleh manfaat besar dari transaksi jual beli yang terjadi (Mutiarra Manalu et al., 2025). Dengan demikian, etika bisnis Islam adalah studi tentang individu atau organisasi yang terlibat dalam kegiatan bisnis atau usaha yang secara konsisten menghasilkan keuntungan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Pemilik bisnis diharapkan bersikap etis dalam semua aktivitasnya. Agar bisnisnya sukses di kemudian hari, kepercayaan, kejujuran, ketekunan, dan tekad merupakan komponen penting untuk mencapai kesuksesan.

Jual beli (bisnis) di masyarakat merupakan kegiatan rutinitas yang dilakukan setiap waktu oleh semua manusia. Jual beli merupakan interaksi sosial antar manusia yang berdasarkan rukun dan syarat yang telah ditentukan. Pada intinya jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar barang atau benda yang mempunyai manfaat untuk penggunaannya, kedua belah pihak sudah menyepakati perjanjian yang telah dibuat (Susiawati, 2017). Jual beli merupakan serangkaian aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya.

Berjualan pada Arab bahasa yaitu *al-ba'i* yang secara etimologi berarti pertukaran barang atau pemindahan harta (Rahayu et al., 2023). Sedangkan menurut terminologi *ba'i* atau jual beli ialah peristiwa pertukaran signifikatif yang memengaruhi kepemilikan barang dengan barang lainnya. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah pertukaran uang dengan barang berdasarkan prinsip saling suka dengan mekanisme yang diatur secara syariat, baik dengan ijab kabul atau tanpa menggunakan ijab dan kabul, seperti transaksi yang terjadi di pasar modern/swalayan (Robbani, 2023). Jual beli, ditinjau dari aspek terminologi, memiliki definisi yang luas, yaitu berbagai macam bentuk yang berhubungan dengan tata cara pemindahan hak milik aset kepada orang lain.

Dalam konteks jual beli, etika bisnis Islam tidak hanya dipahami sebagai kepatuhan terhadap aturan halal atau haram, tetapi juga sebagai integritas nilai moral dan tanggung jawab

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

sosial dalam aktivitas ekonomi (Fadilah et al., 2026). Berdasarkan analisis dari berbagai literatur, penelitian ini merumuskan konsep etika bisnis dalam jual beli sesuai dengan syariat Islam yang dalam praktiknya tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, melainkan mengedepankan nilai-nilai kebenaran, keadilan, kejujuran, amanah, dan paling penting adalah kemaslahatan umat. Konsep ini menekankan bahwa keberhasilan bisnis dalam Islam tidak diukur dari profit, tetapi juga dari keberkahan dan dampak sosial yang dihasilkan dari praktik jual beli itu sendiri. Etika ekonomi Islam secara umum, menurut Monzer Kahf, termasuk konsep rasionalitas Islam dan “final spending”. Konsep tersebut menekankan bahwa aktivitas ekonomi harus mempertimbangkan kesejahteraan sosial dan nilai moral Islam, sehingga menjadi dasar etika dalam perilaku ekonomi masyarakat (Mujiyana, 2024).

Pada hakikatnya, etika bisnis Islam dalam jual beli memiliki beberapa landasan yang dalam aktivitas ekonomi (Wati et al., 2022). Landasan-landasan tersebut di antaranya, seperti: 1) Tauhid (*unity*), yang mana aktivitas ber-ekonomi sehingga dalam melaksanakan kegiatan bisnis tidak akan gampang menyimpang dari ketentuan yang telah disupport oleh tauhid untuk memperbaiki kesadaran manusia terhadap insting altruistik, baik kepada sesama manusia ataupun lingkungannya. Ini berarti konsep tauhid mempunyai pengaruh terhadap diri seorang Muslim. 2) Keseimbangan (*equilibrium*) yang berarti beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, hak Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai stakeholder dalam perilaku adil seseorang. 3) Tanggung jawab (*responsibility*), yang mana jika perilaku seorang pengusaha Muslim tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakan pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri. 4) Ihsan (*benevolence*) berarti berhubungan dengan sikap pedagang dalam melayani dan memperlakukan konsumen. Sikap sopan, ramah, murah hati dan sabar yang dimiliki pedagang terhadap konsumennya akan menjadi daya tarik yang akan memberikan hal positif.

Dalam transaksi jual beli ada beberapa prinsip etika yang harus dikedepankan oleh setiap umat manusia. Setiap penjual yang memiliki produk/barang harus memiliki sikap *kejujuran dalam informasi produk/barang* kepada para pembelinya. Tidak boleh seorang pembeli berkata bohong atau menyembunyikan sesuatu (misalkan kecacatan) kepada pembelinya. Jika hal ini dilaksanakan, maka sudah mencederai sikap kejujuran dan melanggar etika bisnis dalam jual beli. Selain itu, setiap penjual barang pun harus memiliki sikap *adil dalam penentuan harga di pasar*. Dalam transaksi jual beli, seorang penjual harus menetapkan harga yang wajar yang tidak merugikan salah satu pihak. Harga tidak boleh ditentukan secara zalim, maipulatif, atau memanfaatkan ketidaktahuan konsumen. Hal ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara keuntungan yang layak bagi penjual dan kemampuan yang adil bagi konsumen. Selanjutnya, harus mengedepankan sikap *kerelaan antara penjual dan pembeli (an-tarāḍin)*. Transaksi jual beli harus dilakukan atas dasar saling rida atau persetujuan sukarela dari kedua belah pihak, tanpa adanya paksaan, penipuan, maupun tekanan yang merugikan salah satu pihak. Sebagaimana Allah SWT sudah berfirman dalam QS. An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

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

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa (4): 29)

Apabila dalam praktik jual beli sudah diterapkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat Islam, maka akan tercipta hal-hal yang positif bagi kehidupan perekonomian umat manusia (Rahman, 2025). Dampak nyata yang dirasakan dari praktik jual beli yang beretika di antaranya adalah: *Pertama*, terbangunnya kepercayaan konsumen. Pedagang yang menjunjung nilai kejujuran terbukti mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. *Kedua*, terciptanya transaksi yang adil. Hal ini dapat memperkuat pandangan bahwa integritas moral pedagang memiliki dampak signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Lebih jauh, keadilan ini tidak hanya dipahami sebatas pada penetapan harga yang wajar, tetapi juga meliputi keterbukaan pedagang dalam menjelaskan kualitas dan kondisi barang. *Ketiga*, terwujudnya kemaslahatan ekonomi. Transaksi jual beli yang sesuai dengan syariat Islam, seperti penerapan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, dan keseimbangan, serta menghindari unsur-unsur penipuan dan ketidakpastian (*gharar*), akan menghadirkan kepercayaan antara para pelaku pasar yang meningkat. Dengan begitu, aktivitas ekonomi akan berjalan lebih stabil dan berkelanjutan. Hal ini akan mendorong terciptanya kemaslahatan ekonomi yang dapat dirasakan bukan hanya individu, melainkan masyarakat luas. Sebagaimana Chapra berpendapat bahwa pembangunan ekonomi dimulai dengan ideologi, pandangan dunia yang jelas, yaitu (tauhid, khilafah, risalah, dan akhirat), dan diakhiri dengan tujuan yang jelas untuk mencapai kemakmuran di dunia dan akhirat (kesejahteraan atau *falah*) (Kusnan et al., 2022)

CONCLUSION

Hasil dari penelitian ini menegaskan betapa pentingnya memperhatikan etika dalam berbisnis sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip syariah seperti tauhid, keadilan, kenabian, saling tolong-menolong, dan orientasi hasil (*ma'ad*) memberikan panduan yang relevan untuk menghadapi berbagai tantangan dalam aktivitas perekonomian di dunia ini, apalagi menghadapi persaingan global yang semakin berkembang pesat. Dengan memperhatikan dan melaksanakan prinsip-prinsip syariah ini, para pelaku usaha diharapkan dapat menciptakan perekonomian yang lebih sehat dan berkelanjutan. Nilai-nilai dari prinsip-prinsip syariah ini membentuk dasar bagi perilaku ekonomi yang etis dan bertanggung jawab, yang mencakup integritas, loyalitas, profesionalitas, dan spiritualitas. Dalam hal ini, etika bisnis Islam dipahami sebagai sistem nilai yang mengintegrasikan dimensi moral, spiritual, dan sosial dalam aktivitas ekonomi. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan sebuah konsep bahwa etika bisnis dalam jual beli berfungsi sebagai mekanisme pengendali pasar yang menyeimbangkan kepentingan individu dan kepentingan sosial dalam aktivitas ekonomi. Sehingga aktivitas ekonomi ini bisa mencapai titik kemaslahatan.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian ekonomi Islam dan etika bisnis Islam, khususnya dalam memperkuat posisi konsep masalah sebagai landasan dalam praktik ekonomi. Pendekatan etika bisnis yang berbasis maqasid syariah dapat memperluas kajian jual beli yang selama ini lebih banyak pada aspek fikih secara umum. Pendekatan ini menegaskan bahwasanya keberhasilan bisnis dalam ekonomi Islam tidak hanya diukur dari aspek profit semata, tetapi juga dari dampaknya terhadap keadilan, kepercayaan pasar, dan kesejahteraan sosial. Penelitian ini masih bersifat konseptual, sehingga penelitian selanjutnya bisa mengembangkan kajian yang lebih empiris. Peneliti selanjutnya bisa mengkaji, seperti halnya, mengkaji implementasi etika bisnis Islam dalam praktik jual beli di pasar

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

tradisional maupun digital melalui pendekatan empiris. Sehingga, dengan adanya penelitian lanjutan yang lebih komprehensif, diharapkan konsep etika bisnis Islam dapat semakin relevan dan aplikatif dalam menjawab ekonomi kontemporer.

REFERENCE

- Acca, A., Abidin, Z., Sunarti, Z., Arif, M. M., & Okva, R. M. (2025). *Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Ternak Madu di Desa Pematang Rahim*. 5(2). <http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajshhttps://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>
- Adrai, R., & Hikmah Perkasa, D. (2024). PENERAPAN ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM INTERNATIONAL HUMAN RESOURCES MANAGEMENT. In *Bisnis Madani* (Vol. 2024, Number 2). <https://journal.paramadina.ac.id/68>
- Albar, K., Ambo, M. R., & Kara, M. H. (2025). *Nilai-Nilai Etika Jual Beli dalam Al-Qur'an dan Kontribusinya bagi*. <https://doi.org/10.31538/almada.v8i1.6501>
- Anam, R. K. (2024). *UMER CHAPRA'S ISLAMIC ECONOMIC PHILOSOPHY AND RELEVANCE WITH FINANCIAL TECHNOLOGY* (Vol. 3, Number 2).
- Anzaikhan, M., Nasir, M., Zulkarnaen, Z., Drajat, A., Rafiqah, R., & Umam, C. (2025). Teologi Ekonomi Islam; Kontruksi Prinsip Ilahiyah menuju Aktualisasi Bermuamalah. *Al-Muamalat Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 10(1), 177–192. <https://doi.org/10.32505/muamalat.v10i1.10785>
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA PERUSAHAAN DAGANG. In *ACCOUNTHINK : Journal of Accounting and Finance* (Vol. 6, Number 02).
- Ayunda Febri Kinanti, Muhammad Syahrul Maulana, & Muhammad Yasin. (2024). Analisis Pola Konsumsi di Indonesia sebagai Indikator Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(2), 19–32. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2430>
- Baihaqqi, H., & Nuzula, Z. F. (2022). Tinjauan Fiqih Muamalah terhadap Praktik Jual Beli Tahu dan Tempe di Pasar Ciroyom Bandung. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 105–112. <https://doi.org/10.29313/jres.v2i2.1363>
- Budi Paryanti, A., & Hakim Sangapan, L. (2025). *Makna Keadilan dalam Transaksi Bisnis Syariah: Studi Fenomenologi pada Pelaku UMKM di Indonesia*. <https://doi.org/10.38035/jhesm.v3i3>
- 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>
- Dewi Kartika, V., Sarmigi, E., Sumanti, E., Kartika, V. D., Sumanti, E., & Analisis,). (2025). *Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Bisnis Penginapan Syariah di Kota Sungai Penuh*. <https://doi.org/10.35905/balanca.v7i2.13204>
- Fadilah, L., Pratiwi, A., Salamah, U. G., Meylani, A., & Apria, I. (2026). IMPLEMENTASI PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DALAM AKTIVITAS USAHA UMKM TERHADAP PELAKU USAHA KULINER HALAL. *Nusantara Hasana Journal*, 5(8), 180–189.
- Khairunnisa Ibrahim, E., & Mawardi. (2025). Analisis Konsep Masalah Sebagai Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 7(2), 1–19. <https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v7i2.871>

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

- Khoiry, K. A., Andra, M., Hafiz, S., & Ariansyah, N. R. (2023). Perbandingan Antara Sistem Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional: Kelebihan dan Kekurangan. *Journal Islamic Education*, 1(3). <https://maryamsejahtera.com/index.php/Education/index>
- Kusnan, Osman, M. D. H. Bin, & Khalilurrahman. (2022). Maqashid Al Shariah in Economic Development: Theoretical Review of Muhammad Umer Chapra's Thoughts. *Millah: Journal of Religious Studies*, 21(2), 583–612. <https://doi.org/10.20885/millah.vol21.iss2.art10>
- Minarni, Yuliana, I., Wahyuni, N., & Sawitri, D. (2024). Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah dan Etika Bisnis Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15036>
- Mujiyana, A. E. B. (2024). Development Of Monzer Kahf's Islamic Consumption Development Of Monzer Kahf's Islamic Consumption Theory And Ethics. *Islamic Economics and Business Review*, 3(3), 732–742. <https://doi.org/10.59580/iesbir.v3i2.8868>
- Muthoharul Janan, R., Abdillah, M., Triana Yulie Asieh, I., & Achmad Sadat, F. (2025). Penerapan Prinsip Keadilan dalam Perdagangan Modern: Perspektif Ekonomi Islam untuk Etika Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Global Ilmiah*, 2(4). <https://jgi.internationaljournalallabs.com/index.php/ji>
- Mutiara Manalu, Nazwa Alpuja Elsa, & Gymnasti Febriani. (2025). Etika Bisnis Islam. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 01–10. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v4i1.4695>
- Najwa, G., Gadis, N., & Aulia, N. (2024). Etika Bisnis Islam: Eksplorasi dan Panduan Prinsip dan Nilai dalam Berbisnis sesuai Perspektif Islam. *Religion : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(3). <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion>
- Nuraeni, N., & Santoso, B. (2024). *Peranan Manajemen Persediaan Bahan Baku Terhadap Penjadwalan Produksi PT XYZ* (Vol. 2, Number 2).
- Poltak, H., & Rianto Widjaja, R. (2024). *Pendekatan Metode Studi Kasus dalam Riset Kualitatif*. 2(1). <https://doi.org/10.59810/localengineering>
- Puji, D. K., Reni, F., Nurlaila, L., & Abdilah, M. (2024). Etika bisnis dalam perspektif Islam: Implikasi untuk praktek kontemporer. *Co-Creation : Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis*, 3.
- Putri, N. K. (2024). *Prinsip Perdagangan dalam Islam Menurut Tafsir Al-Qur'an: Analisis Q.S. Al-Baqarah Ayat 275 dan Q.S. An-Nisa ayat 29*.
- Rahayu, S. U., Sahrudin, S., & Ritonga, S. M. (2023). Analisis Jual Beli dalam Perspektif Islam. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1171–1179. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i2.4841>
- Rahman, A. (2025). Analisis Persepsi Pedagang Bintang Center Pada Praktik Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Ihsan: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Syariah*, 3(1).
- Robbani, B. (2023). Kajian Tentang Konsep Jual Beli Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadist. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2047. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8236>
- Safitri, A. D., Audina, V., Irawan, H., Wulandari, J., & Unani, R. (2024). Kontribusi Ekonomi Islam Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Journal Of Economis and Business*, 2(1), 144–154. <http://jurnal.dokicti.org/index.php/ECONIS/index>
- Salwa, N., & Luthfi, A. (2025). *Jual Beli Dalam Perspektif Islam*.
- Silviah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). *Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM*. <https://doi.org/10.37812/aliqitshod>

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

- Susiawati, W. (2017). JUAL BELI DAN DALAM KONTEKS KEKINIAN. In *Jurnal Ekonomi Islam* (Vol. 8, Number 2). <http://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei>
- Syamsuri, H., Wahab, A., & Dahham Sabbar, S. (2024). *PERSPEKTIF SUMBER HUKUM SISTEM EKONOMI ISLAM: MEMBANGUN KELEMBAGAAN EKONOMI ISLAM*. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen>
- Tafana, A., Andika, B., Rizka Olivia Mahyu, F., & Nurhalizah Siregar, F. (2024). *ETIKA BISNIS ISLAM*. 1(4), 63–70. <https://doi.org/10.61722/jaem.v1i4.3213>
- Trisnani, I., & Khalil, J. (2025). NILAI NILAI EKONOMI SYARIAH DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PADA PEDAGANG DI PASAR DESA MALINAU KOTA. *Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, 24. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Ulufal Qolbi, A., Awali, H., Stiawan, D., Sista Devy, H., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2023a). *Penerapan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Pada Pasar Tradisional Di Indonesia* (Vol. 2, Number 1).
- Ulufal Qolbi, A., Awali, H., Stiawan, D., Sista Devy, H., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2023b). *Penerapan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Pada Pasar Tradisional Di Indonesia* (Vol. 2, Number 1).
- Wati, D., Arif, S., & Abritasdevi. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop. *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5, 141