

Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pelaku Usaha Mikro di Pelabuhan Rambang Palangka Raya: Perspektif Ekonomi Syariah

Preti Salsa Nabila¹⁾, Muslihah²⁾, Ramuna³⁾, Rifqoh An-Nawa⁴⁾,
Nurul Fatika Sari⁵⁾, Abdul Syahid⁶⁾

^{1,2,3,4,5,6)}Universitas Islam Negeri Palangka Raya

¹⁾psalsan26@gmail.com, ²⁾muslihahhhimusssss@gmail.com,
⁴⁾ramuna841@gmail.com, ⁴⁾rifqoh05@gmail.com, ⁵⁾nurulfatikasari@gmail.com,
⁶⁾abdul.syahid@uin-palangkaraya.ac.id

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan ekonomi, khususnya bagi pelaku usaha mikro yang menjadi bagian vital penggerak ekonomi masyarakat. Fenomena yang terjadi di kawasan Pelabuhan Rambang Palangka Raya menunjukkan pertumbuhan pesat sektor usaha kuliner yang menarik untuk dikaji dalam perspektif ekonomi syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami sejauh mana pelaku usaha mikro kuliner menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*‘adl*), amanah, dan tanggung jawab dalam aktivitas usahanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode induktif melalui teknik *purposive sampling* terhadap pelaku usaha yang telah beroperasi minimal satu tahun. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara sistematis untuk menggambarkan penerapan nilai-nilai etika Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha di Pelabuhan Rambang secara konsisten menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan sehari-hari, baik dalam penentuan harga, pelayanan terhadap konsumen, maupun hubungan antar pedagang. Penerapan tersebut tidak hanya memperkuat kepercayaan dan keberkahan usaha, tetapi juga menciptakan suasana perdagangan yang harmonis dan berkeadilan sesuai prinsip ekonomi syariah.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Usaha Mikro Kecil, Ekonomi Syariah

Abstract. This research is motivated by the importance of implementing Islamic business ethics values in economic activities, particularly among micro-entrepreneurs who play a vital role as drivers of community-based economies. The phenomenon occurring in the Pelabuhan Rambang area of Palangka Raya shows rapid growth in the culinary business sector, making it an interesting subject to study from the perspective of Islamic economics. The purpose of this research is to analyze and understand the extent to which culinary micro-entrepreneurs apply the principles of Islamic business ethics such as honesty (*ṣidq*), justice (*‘adl*), trustworthiness (*amānah*), and responsibility in their business activities. This study employs a descriptive qualitative approach with an inductive method, using *purposive sampling* to select business owners who have been operating for at least one year. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation, then systematically analyzed to illustrate the application of Islamic ethical values. The results show that business actors at Pelabuhan Rambang consistently implement Islamic business ethics values in their daily activities,

including pricing, customer service, and relationships among fellow traders. Such implementation not only strengthens business trust and brings blessings (barakah), but also creates a fair and harmonious trading environment in accordance with Islamic economic principles.

Keywords: *Islamic business ethics, micro and small enterprises, Islamic economics*

PENDAHULUAN

Kata Etika berasal dari bahasa latin “*etos*” yang berarti “kebiasaan”.¹ Sinonimnya adalah “*moral*”, juga berasal dari bahasa yang latin “*mores*” yang berarti “adat-istiadat, kelakuan, tabiat, watak, akhlak, yang kemudian artinya berkembang menjadi kebiasaan”.² Sedangkan bahasa arabnya ‘akhlak’, bentuk jamak dari mufradnya “*khuluq*” artinya “*budi pekerti*”.³ Keduanya bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat (*custom atau mores*), yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak.⁴ Etika dibagi menjadi dua teori dasar yaitu Etika Teleologi dan Etika deontologi.⁵ Etika teologi menilai suatu tindakan itu baik atau buruk dari sudut tujuan, hasil sasaran, atau keadaan optimum yang dapat dicapai Sedangkan etika deontologi adalah bahwa suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan tersebut, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri.⁶ Meskipun berkaitan erat, etika dan moralitas berbeda: moralitas adalah objek yang dikaji, sedangkan etika adalah telaah rasional terhadapnya. Dengan demikian, etika dapat diartikan sebagai ilmu yang membahas standar moral individu maupun masyarakat.⁷

Dalam perspektif Islam, etika bisnis tidak hanya dipahami sebagai seperangkat aturan normatif, tetapi merupakan prinsip mendasar yang melekat pada semua kegiatan ekonomi dan

¹ Iwan Aprianto, *ETIKA & KONSEP MANAJEMEN BISNIS ISLAM* (Yogyakarta: PENERBIT DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA), 2020).

² Arif Sobirin. Wibowo dkk, *BUKU AJAR DASAR DAN KONSEP PENDIDIKAN MORAL* (PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP (Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP), 2024).

³ Muhammad Naim, *Buku Ajar Pendidikan Agama Islam (Jilid 2)* (Penerbit NEM, 2024).

⁴ Idri, *HADIS EKONOMI Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: KENCANA, 2015).

⁵ Kadek. Rai Suwena dkk, *ETIKA BISNIS: Membangun Integritas Dalam Dunia Bisnis Dan Usaha* (Academia Publication, 2025).

⁶ Atikah Ahraini Nasution Uswatun Hasanah Usnur Rini Wahyuni Siregar, “Hubungan Persepsi Siswa Tentang Kepribadian Guru Fiqih Dengan Minat Belajar Siswa Di Madrasah Aliyah Al Washliyah Bandar Rejo Kecamatan Bandar Masilam Kabupaten Simalungun,” *ALACRITY: Journal of Education*, August 24, 2021, 78–89, <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.35>.

⁷ Heru Cahyono, “Konsep Pasar Syariah Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Ecobankers: Journal of Economy and Banking* 1, no. 2 (August 2020): 23, <https://doi.org/10.47453/ecobankers.v1i2.171>.

sosial (muamalah).⁸ Dalam bahasa Arab, etika atau moralitas dikenal dengan istilah *al-khuluq* (jamak: *al-akhlak*), yang berarti usaha manusia untuk membiasakan diri dengan kebiasaan yang baik, luhur, dan terpuji.⁹ Etika bisnis Islam didasarkan pada ajaran Al-Qur'an, hadis Nabi Muhammad SAW, dan tafsir para ulama yang berfungsi untuk menegakkan nilai-nilai keadilan, keseimbangan, dan keberkahan dalam kegiatan ekonomi.¹⁰ Bisnis dalam Islam diposisikan tidak hanya sebagai sarana untuk mendapatkan keuntungan materi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah jika dilakukan dengan niat dan tata cara yang ikhlas sesuai dengan syariah.¹¹

Oleh karena itu, tujuan utama bisnis dalam kerangka Islam tidak hanya difokuskan pada keuntungan, tetapi juga mengutamakan nilai-nilai kemaslahatan (maslahah) dan etika.¹² Prinsip utama etika bisnis Islam meliputi kejujuran (ṣidq), amanah, keadilan ('adālah), tanggung jawab,¹³ dan larangan praktik tidak jujur seperti penipuan dan ambiguitas (gharar).¹⁴ Kejujuran merupakan pilar dalam setiap transaksi; Nabi Muhammad SAW bahkan dijuluki al-Amīn (yang dapat dipercaya) oleh masyarakat Arab sebelum ia diangkat menjadi nabi.¹⁵ Menurut Sudarsono, etika Islam adalah ajaran etika yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW, yang berlandaskan nilai-nilai luhur, sifat-sifat terpuji, serta kebaikan mutlak yang menjadi pedoman bagi perilaku manusia dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan bisnis.¹⁶

⁸ Angga Syahputra, "ETIKA BERBISNIS DALAM PANDANGAN ISLAM," *Jurnal At-Tijarah* Vol.1., No.1 (June 2019).

⁹ Angga Syahputra, "ETIKA BERBISNIS DALAM PANDANGAN ISLAM," *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah* 1, no. 1 (June 2019): 26–27, <https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v1i1.707>.

¹⁰ Siti Nurul Huda and Nandang Ihwanudin, "ETIKA BISNIS ISLAM TINJAUAN AL-QUR'AN DAN HADITS," *MODERATION Journal of Islamic Studies Review* Vol. 02., No. 01 (March 2022).

¹¹ Muhammad Ismail Yusanto and Muhammad Karebet Widjajakusuma, *MENGAGAS BISNIS ISLAM* (Jakarta: GEMA INSANI, n.d.).

¹² Abidin. Nurdin dkk, "Tujuan Hukum Islam Untuk Kemaslahatan Manusia: Penerapan Kaidah Fiqhiyah Dalam Bidang Ekonomi Dan Hukum Keluarga," *El-Ussrah: Jurnal Hukum Keluarga* Vol. 5., No. 1 (June 2022).

¹³ Muhammad Nurul Fahmi, "Hukum Persaingan Bisnis Islam Dan Regulasi Modern: Implementasi Karakter Profetik As-Siddiq Dan Amanah," *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora* Vol. 4., No. 3 (April 2025).

¹⁴ Desita Fitriani and Fauzatul Laily Nisa, "ANALISIS PRAKTEK LARANGAN MAYSIR, GHARAR, DAN RIBA DALAM ASURANSI SYARIAH DI INDONESIA," *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING: Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik* Vol. 1., No. 3 (June 2024).

¹⁵ Juliana Juliana, M. Faathir, and M. A. Sulthan, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro : Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017," *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* 19, no. 1 (June 2019): 36, <https://doi.org/10.17509/strategic.v19i1.17663>.

¹⁶ Nur Manna Silviah and Novieati Dwi Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM," *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (January 2022): 98, <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.295>.

Sejalan dengan prinsip tersebut, dalam praktiknya, usaha mikro dan kecil (UMK) menjadi contoh nyata penerapan nilai etika bisnis Islam di masyarakat.¹⁷ Pada kenyataannya, usaha mikro, kecil (UMK) merupakan kelompok yang paling dekat dengan masyarakat dan memegang peranan strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional.¹⁸ UMK terbukti mampu memberikan kontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat pondasi perekonomian daerah.¹⁹ Salah satu daerah yang menunjukkan pertumbuhan sektor UMK khususnya pada bidang kuliner adalah Kota Palangka Raya di Wisata Pelabuhan Rambang. Pelabuhan Rambang merupakan salah satu daerah yang menunjukkan pertumbuhan pesat sektor usaha mikro, khususnya di bidang kuliner. Kawasan ini kini menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat dengan berbagai pedagang kuliner yang menyajikan makanan khas daerah. Selain menjadi destinasi wisata favorit, Pelabuhan Rambang juga berperan penting dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro dan memperkuat perekonomian lokal. Keberagaman kegiatan usaha di tempat ini menarik untuk dikaji lebih dalam, terutama terkait penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik perdagangan sehari-hari.²⁰

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur dan menganalisis tingkat penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha mikro kuliner di Pelabuhan Rambang, Kota Palangka Raya, serta memahami sejauh mana nilai-nilai etika bisnis Islam diterapkan dalam kegiatan usaha mereka sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.²¹ Penelitian ini dilakukan karena di Kota Palangka Raya belum terdapat kajian yang secara khusus meneliti implementasi etika bisnis Islam terhadap pelaku usaha mikro, terutama di sektor kuliner²² yang berkembang pesat di kawasan Pelabuhan Rambang. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan di daerah lain, salah satunya di Bogor dengan judul Peran Etika Bisnis Islam

¹⁷ Nur Manna Silviyah, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM," *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Pendirian Ekonomi Islam* Vol. 10 (January 2022).

¹⁸ Anggraita Primatami and Nanda Hidayati, "PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL (UMK) DI PROVINSI JAWA BARAT TAHUN 2006-2016," *JURNAL PENGEMBANGAN WIRASWASTA* Vol. 21., No. 03 (n.d.): Desember 2019.

¹⁹ Qoriana Nur Iffah and Shofia Dwi Nurianti, "RISIKO MODERNISASI DALAM MENCIPTAKAN LAPANGAN PEKERJAAN," *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)* Vol. 2., No. 2 (Mei 2023).

²⁰ Huda and Ihwanudin, "ETIKA BISNIS ISLAM TINJAUAN AL-QUR'AN DAN HADITS."

²¹ Lilies Handayani, "NILAI-NILAI EKONOMI DAN ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM," *EL-IQTISHOD: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* Vol. 2., No. 1 (Desember 2018).

²² Isna Ardila and Irma Christiana, "Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Sektor Kuliner Di Kecamatan Medan Denai," *LIABILITAS (JURNAL PENDIDIKAN AKUNTANSI)* Vol. 3., No. 3 (Desember 2020).

terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Pangan di Kota Bogor,²³ serta penelitian di Kota Palangka Raya dengan judul Etika Bisnis Pedagang Ikan di Pasar Besar Kota Palangka Raya: Perspektif Ekonomi Islam yang berfokus pada sektor perdagangan ikan di pasar tradisional. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya melengkapi kajian yang telah ada dengan meneliti penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha mikro kuliner di kawasan Pelabuhan Rambang, sehingga dapat memberikan kontribusi baru²⁴ terhadap pengembangan literatur ekonomi syariah di wilayah Kalimantan Tengah, sekaligus menjadi dasar bagi penerapan nilai-nilai etika Islam dalam praktik bisnis masyarakat lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat ditegaskan bahwa penelitian ini berfokus pada implementasi etika bisnis Islam²⁵ pada pelaku usaha mikro kuliner di Pelabuhan Rambang, Kota Palangka Raya, dengan menitikberatkan pada penerapan nilai-nilai Islam seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*ʿadl*), amanah, dan kemaslahatan dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.²⁶ Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru mengenai praktik etika bisnis Islam di sektor usaha mikro, khususnya di wilayah yang belum banyak mendapat perhatian akademik seperti Palangka Raya. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan bagi pelaku usaha dan lembaga terkait dalam mendorong penerapan nilai-nilai syariah secara nyata di lapangan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur ekonomi syariah²⁷, tetapi juga kontribusi praktis bagi penguatan karakter dan moralitas bisnis masyarakat lokal. Selanjutnya, pembahasan akan menguraikan secara lebih mendalam mengenai hasil temuan lapangan terkait bentuk dan tingkat penerapan etika bisnis Islam oleh pelaku usaha mikro kuliner di kawasan Pelabuhan Rambang Palangka Raya.

²³ Salahuddin El Ayyubi and Sausan Anggi Anggraini, "Peran etika bisnis Islam terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pangan di Kota Bogor," *Journal of Business & Banking* 6, no. 2 (February 2019), <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.1299>.

²⁴ Defia Riski Anggarini, "Kontribusi UMKM Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020," *Jurnal Ekombis Review - Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* Vol. 9., No. 2 (July 2021).

²⁵ Mabarroh Azizah and Hariyanto, "Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Green Economics," *Supermasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum* Vol. 10., No. 2 (2021).

²⁶ Agus Alfaya. Arif dkk, "Model Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Etika Bisnis Islam: Studi Praktik Di Tokok Sayur Ibu Sunawati," *ARJI: Action Research Journal Indonesia* Vol. 7., No. 2 (2025).

²⁷ Fransiska Ajustina and Fauzatul Laily Nisa, "IMPLEMENTASI PRINSIP EKONOMI SYARIAH TERHADAP PENGEMBANGAN EKONOMI UMAT UNTUK MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI," *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* Vol. 2., No. 6 (June 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode induktif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha mikro kuliner di Pelabuhan Rambang Palangka Raya dalam perspektif ekonomi syariah. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemaknaan dan penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis sehari-hari. Penelitian dilaksanakan di kawasan Pelabuhan Rambang, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah, pada tanggal 30 September 2025 dengan subjek penelitian yaitu para pelaku usaha mikro kuliner yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, berdasarkan kriteria telah menjalankan usaha minimal satu tahun, memahami nilai-nilai Islam, dan bersedia menjadi informan. Prosedur penelitian diawali dengan observasi awal dan pengumpulan data lapangan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, serta dokumentasi terkait kegiatan usaha pelaku mikro. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer, yang diperoleh melalui wawancara dan observasi, serta data sekunder, yang berasal dari dokumen dan literatur pendukung. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri (human instrument) yang berperan aktif dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara sistematis untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pada pelaku usaha mikro kuliner di Pelabuhan Rambang Palangka Raya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan dalam penelitian ini disusun untuk menyajikan temuan empiris yang diperoleh dari proses pengumpulan data lapangan serta menguraikan analisis terhadap temuan tersebut secara sistematis. Hasil penelitian memuat data faktual yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terkait implementasi etika bisnis Islam pada pelaku usaha mikro kuliner di Pelabuhan Rambang Palangka Raya. Selanjutnya, bagian pembahasan bertujuan untuk menginterpretasikan dan menganalisis hasil penelitian tersebut dengan mengaitkannya pada konsep, prinsip, dan nilai-nilai ekonomi syariah, sehingga diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai praktik etika bisnis Islam dalam aktivitas ekonomi masyarakat.

Hasil Penelitian

Kawasan Pelabuhan Rambang, yang terletak di Kelurahan Pahandut Seberang, Kecamatan Pahandut, Kota Palangka Raya, Provinsi Kalimantan Tengah, dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi masyarakat pesisir Sungai Kahayan dengan karakteristik unik, yakni berkembangnya berbagai usaha mikro kuliner yang dijalankan oleh pedagang muslim. Selain menjadi destinasi wisata sungai yang ramai dikunjungi, kawasan ini juga menjadi tempat berinteraksi sosial dan ekonomi masyarakat yang menjadikan aktivitas berdagang sebagai sumber penghidupan utama. Lokasi ini dianggap relevan untuk menelusuri penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam karena di dalamnya tergambar dengan jelas bagaimana pelaku usaha muslim berupaya menyeimbangkan aspek keuntungan ekonomi dengan nilai-nilai keislaman.



Gambar 1
Lokasi Penelitian di Pelabuhan Rambang

Penelitian ini melibatkan lima informan utama, terdiri atas tiga pedagang kuliner dan dua konsumen. Tiga pedagang tersebut merupakan pelaku usaha makanan siap saji seperti mie merah, gorengan, dan minuman segar yang telah berjualan lebih dari satu tahun di kawasan pelabuhan, sedangkan dua informan lainnya merupakan mahasiswa yang sering membeli makanan di lokasi tersebut sepulang kuliah. Mereka dipilih karena memiliki pengalaman langsung dalam berinteraksi dan menilai perilaku para pedagang. Seluruh informan beragama Islam, dan hal ini berpengaruh besar terhadap cara pandang, nilai moral, serta praktik ekonomi yang mereka jalankan dalam kegiatan perdagangan sehari-hari. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di kawasan Pelabuhan Rambang Palangka Raya, ditemukan bahwa para pelaku usaha mikro kuliner menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan ekonomi mereka

sehari-hari. Nilai-nilai yang paling menonjol adalah kejujuran (*ṣidq*), amanah (dapat dipercaya), keadilan (*ʿadl*), tanggung jawab (*masʿuliyah*), serta solidaritas sosial antar pedagang. Nilai-nilai tersebut membentuk karakter dan identitas usaha yang berlandaskan prinsip Islam.

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode induktif. Proses analisis dilakukan secara berurutan, dimulai dengan mendengarkan kembali hasil rekaman wawancara yang diperoleh dari para informan. Selanjutnya, peneliti melakukan transkripsi secara lengkap, mencatat pernyataan penting, serta menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian. Setiap hasil transkrip kemudian dikategorikan berdasarkan nilai-nilai utama etika bisnis Islam seperti *ṣidq* (kejujuran), *amānah* (dapat dipercaya), *ʿadl* (keadilan), *masʿuliyah* (tanggung jawab), dan *ukhuwah* (persaudaraan). Setelah tahap kategorisasi, peneliti menafsirkan makna di balik setiap pernyataan informan dengan mengaitkannya pada teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Melalui tahapan tersebut, analisis dilakukan secara sistematis dan mendalam untuk menemukan pola penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam yang muncul dari pengalaman nyata pelaku usaha, hingga akhirnya ditarik kesimpulan mengenai bentuk implementasi etika bisnis Islam dalam kegiatan ekonomi mereka sehari-hari. Karena peneliti menganalisis data dengan cara rekaman, transkrip, dan kategorisasi, untuk memperjelas hasil analisis, berikut disajikan tabel yang menggambarkan kategorisasi nilai-nilai etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pelaku usaha mikro kuliner di Pelabuhan Rambang berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan.

Tabel 1
Kategorisasi Nilai Etika Bisnis Islam pada Pelaku Usaha
Mikro Kuliner di Pelabuhan Rambang

No.	Nilai Etika Bisnis Islam	Jabaran Kegiatan	Kutipan Inforan
1	<i>Ṣidq</i> (Kejujuran)	Menjelaskan kenaikan harga bahan kepada pembeli, tidak menipu dalam takaran atau kualitas produk.	“Kalau harga bahan naik, saya bilang langsung ke pembeli supaya mereka paham. Lebih baik untung sedikit tapi halal.”
2	<i>Amānah</i> (Dapat dipercaya)	Menepati janji waktu dan menjaga	“Kalau pelanggan sudah percaya, itu

		kepercayaan pelanggan.	harus dijaga. Saya tidak pernah menipu ukuran atau kualitas barang. Kalau janji jam segini selesai, harus ditepati.”
3	<i>‘Adl</i> (Keadilan)	Menetapkan harga wajar dan tidak mengambil keuntungan berlebihan.	“Kalau harga bahan naik, saya naikin sedikit saja. Nggak enak kalau terlalu mahal.”
4	<i>Mas’uliyah</i> (Tanggung jawab)	Menjaga kebersihan tempat jualan dan hanya menggunakan bahan halal.	“Saya nggak mau pakai bahan sisa, kalau sudah nggak layak ya dibuang.”
5	<i>Ukhuwah</i> (Persaudaraan)	Saling membantu antar pedagang jika kekurangan bahan atau ada keperluan.	“Kalau ada yang kekurangan bahan, pasti saling bantu. Sudah seperti keluarga.”

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa para pelaku usaha mikro di kawasan Pelabuhan Rambang telah menerapkan nilai-nilai utama etika bisnis Islam secara konsisten dalam aktivitas ekonomi mereka sehari-hari. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara mendalam dengan para informan yang menunjukkan bahwa nilai-nilai tersebut benar-benar tercermin dalam perilaku ekonomi sehari-hari para pedagang di kawasan Pelabuhan Rambang. Uraian berikut menggambarkan beberapa kutipan langsung dari informan yang merepresentasikan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik berdagang.

Salah satu informan (Perempuan, berusia 38 tahun) yang telah berjualan mie merah di Pelabuhan Rambang selama satu tahun lebih menyampaikan bahwa dalam berdagang, kejujuran adalah hal utama yang harus dijaga. Ia menuturkan, *“Kalau berdagang itu harus jujur. kalau harga bahan naik, saya bilang langsung ke pembeli supaya mereka paham. Lebih baik untung sedikit tapi halal, daripada banyak tapi nggak berkah.”* Pernyataan ini menggambarkan bahwa pedagang tersebut tidak hanya memahami kejujuran sebagai sikap moral, tetapi juga sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. Ia percaya bahwa rezeki yang diperoleh dengan cara jujur akan membawa ketenangan dan keberkahan dalam hidup. Temuan ini sejalan dengan pendapat Heriyanto dan Taufiq yang menjelaskan bahwa kejujuran menjadi fondasi utama

dalam membangun kepercayaan konsumen dan merupakan indikator keberkahan rezeki bagi seorang muslim.²⁸

Selain kejujuran, nilai amanah dan tanggung jawab juga sangat dijunjung tinggi oleh para pedagang. Seorang informan (laki-laki, berusia 43 tahun) yang berjualan gorengan menuturkan, *"Kalau pelanggan sudah percaya, itu harus dijaga. Saya tidak pernah menipu ukuran atau kualitas barang. Kalau janji jam segini selesai, harus ditepati."* Ucapan tersebut menunjukkan bahwa pedagang berupaya menjaga kepercayaan pelanggan sebagai bentuk tanggung jawab moral dan spiritual. Mereka menyadari bahwa usaha yang dijalankan bukan semata-mata urusan ekonomi, tetapi juga bentuk pengabdian kepada Allah SWT. Hal ini sejalan dengan temuan Arif dkk, bahwa amanah dalam bisnis Islam mencakup integritas dalam setiap aspek transaksi, termasuk ketepatan janji dan konsistensi menjaga kualitas produk. Amanah juga merupakan nilai yang memperkuat reputasi usaha karena menunjukkan profesionalisme dan kejujuran dalam pelayanan.²⁹

Selanjutnya, aspek keadilan ('adl) menjadi nilai yang tidak kalah penting dalam praktik bisnis para pedagang di Pelabuhan Rambang. Mereka berusaha menetapkan harga jual yang wajar tanpa memanfaatkan keadaan pasar. Informan (laki-laki, berusia 37 tahun) yang berdagang minuman segar mengatakan, *"Kalau harga bahan naik, saya naikin harga sedikit saja. Nggak enak juga kalau terlalu mahal, nanti pembeli lari. Saya pikir rezeki sudah diatur Allah."* Pernyataan ini menggambarkan kesadaran moral untuk berlaku adil terhadap konsumen dan tidak mengambil keuntungan berlebih. Pandangan ini sesuai dengan kajian Az-Zahra dkk yang menegaskan bahwa keadilan dalam ekonomi Islam menuntut keseimbangan antara keuntungan dan kemaslahatan sosial. Prinsip ini menjadi pedoman bagi pelaku usaha agar tidak menzalimi pembeli dan tetap menjaga keberlanjutan hubungan bisnis yang sehat.³⁰

Keadilan juga tercermin dari hubungan antar sesama pedagang. Dalam hasil wawancara, ketiga informan mengaku bahwa mereka memiliki hubungan yang erat dan saling membantu dalam kegiatan berdagang. Salah satu informan menyampaikan, *"Kami di sini sudah seperti*

²⁸ Heriyanto, A., & Taufiq, M. (2024). Kejujuran Sebagai Pilar Etika Bisnis Islam. Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah, 10(1).

²⁹ Arif, M., Fadillah, R., & Syahputra, D. (2023). Implementasi Amanah dalam Bisnis Islami: Studi Kasus UMKM Halal di Jawa Tengah. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 9(2)

³⁰ Az-Zahra, N., Rahman, F., & Latifah, S. (2024). Konsep Keadilan dalam Etika Bisnis Islam. Al-Ma'arif: Journal of Islamic Economics, 6(1).

keluarga. Kalau ada yang kekurangan bahan, pasti saling bantu. Kalau saya ada acara, teman sebelah yang jagain dagangan.” Bentuk solidaritas semacam ini memperlihatkan implementasi nilai *ukhuwah* dan *ta’awun* (tolong-menolong) dalam kehidupan ekonomi sehari-hari. Mereka tidak memandang sesama pedagang sebagai pesaing, tetapi sebagai saudara yang sama-sama mencari rezeki. Hal ini sesuai dengan penelitian Pangestu yang menjelaskan bahwa solidaritas sosial antar pelaku usaha mikro kecil menjadi faktor penting dalam menciptakan suasana kerja yang harmonis dan memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat.³¹

Nilai tanggung jawab (*mas’uliyah*) juga tampak jelas dalam cara para pedagang mengelola usahanya. Mereka berusaha menjaga kebersihan tempat jualan dan menggunakan bahan makanan yang halal. Salah satu Informan menuturkan, *“Saya nggak mau pakai bahan sisa. Kalau sudah nggak layak, ya dibuang saja. Nggak tega kalau pelanggan makan yang nggak baik.”* Ucapan tersebut menunjukkan bahwa pedagang memahami tanggung jawabnya tidak hanya kepada konsumen, tetapi juga kepada Allah SWT. Tanggung jawab dalam konteks ini tidak semata administratif, melainkan bersifat spiritual. Selain itu, seluruh informan mengaitkan praktik berdagang mereka dengan makna keberkahan (*barakah*). Informan lainnya, yaitu pedagang mie merah menyampaikan, *“Walaupun penghasilan nggak selalu banyak, tapi hati tenang. Yang penting halal. Kalau rezeki berkah, usaha juga lancar.”* Pandangan ini menunjukkan bahwa ukuran keberhasilan usaha bagi para pedagang bukan semata dari segi materi, melainkan dari ketenangan batin dan keberkahan rezeki yang diperoleh. Menurut Pradipta dan Herianingrum, dalam penelitiannya keberkahan dalam rezeki merupakan buah dari kejujuran, kesabaran, dan niat yang benar dalam menjalankan usaha.³² Dengan demikian, para pedagang di Pelabuhan Rambang memahami bahwa prinsip etika bisnis Islam memiliki dimensi spiritual yang dalam, yang menghubungkan aktivitas ekonomi dengan nilai ibadah.

Selain dari para pedagang, penelitian ini juga menggali pandangan dari dua informan yang berperan sebagai konsumen, mereka sering membeli di kawasan Pelabuhan Rambang sepulang kuliah. Informan pertama merupakan seorang mahasiswa laki-laki berusia 21 tahun yang duduk di semester lima. Peneliti memastikan status informan sebagai mahasiswa dengan cara memverifikasi identitasnya melalui Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang diperlihatkan

³¹ Pangestu, D. (2024). Etika Sosial dalam Bisnis UMKM Berbasis Nilai Islam. *AMAL: Journal of Islamic Economic and Business*, 7(1).

³² Pradipta, A., & Herianingrum, S. (2023). Makna Keberkahan Rezeki Bagi Pelaku Usaha Muslim. *Jurnal Etika dan Keuangan Islam*, 5(2).

langsung oleh informan pada saat wawancara. Ia menuturkan bahwa ia merasa nyaman berbelanja di sana karena pedagangnyanya jujur dan sopan. Ia mengatakan, *"Kalau saya beli di sini, pedagangnyanya selalu ramah. Kalau harga naik, mereka kasih tahu dulu. Jadi saya nggak pernah ragu beli makanan di sini."* Pernyataan ini menunjukkan bahwa kejujuran dan transparansi pedagang mampu membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan loyalitas sosial.

Selanjutnya, informan kedua merupakan seorang mahasiswi berusia 20 tahun yang sering membeli makanan di kawasan Pelabuhan Rambang selepas perkuliahan sore. Peneliti memastikan status informan sebagai mahasiswi dengan cara memverifikasi identitasnya melalui Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang juga diperlihatkan secara langsung oleh informan pada saat wawancara. Informan ini dipilih karena memiliki pengalaman langsung dalam berinteraksi dengan para pedagang dan dapat memberikan pandangan objektif mengenai perilaku serta penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli di lokasi tersebut., ia menambahkan, *"Saya sering beli di satu tempat karena orangnya amanah. Kalau janji makanan jadi jam segini, pasti siap. Kalau habis, dia bilang dari awal, nggak pernah bohong."* Ucapan ini menunjukkan bahwa perilaku amanah dan disiplin pedagang menjadi faktor utama yang membuat konsumen merasa nyaman dan percaya. Pandangan ini sejalan dengan Maulida dkk,³³ yang menjelaskan bahwa hubungan antara penjual dan pembeli dalam bisnis Islami dibangun atas dasar saling menghormati, menepati janji, dan menjaga kepercayaan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam oleh pelaku usaha mikro kuliner di Pelabuhan Rambang sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Keseluruhan temuan dalam penelitian ini mengonfirmasi bahwa penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang mikro di Pelabuhan Rambang tidak hanya bersifat ritualistik, tetapi benar-benar menyatu dengan motivasi spiritual, tanggung jawab sosial, dan konsep keadilan dalam transaksi. Nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, ihsan, dan keadilan (adl) bukan hanya ideal dari sisi agama, tetapi pragmatis dalam membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat solidaritas antar pedagang.³⁴ Konsep Maqāṣid al-Syariah juga relevan di sini bahwa tujuan

³³ Rina Maulida, Siti Fadhillah, dan Husna Aini, "Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Maqashid Syariah," Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam 11, no. 3 (2024).

³⁴ Ulfa, Misbahuddin & Nur Taufiq Sanusi, "Prinsip Etika Bisnis dalam Islam", Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 6 No. 2 (2025)

syariah meliputi penjagaan agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al nasl*), dan harta (*hifz al-māl*) yang bersama-sama mendasari bahwa etika bisnis Islam tidak boleh dipisahkan dari kesejahteraan spiritual dan sosial masyarakat.³⁵

Selain itu, penelitian terdahulu menyebut bahwa kejujuran dan tanggung jawab sosial dalam etika bisnis Islam memainkan peran utama dalam memperoleh keberkahan serta stabilitas usaha.³⁶ Oleh karena itu, implikasi teoritisnya adalah bahwa model operasional usaha mikro Islam idealnya mengintegrasikan dimensi spiritual, dimensi etis-transaksional, dan dimensi sosial secara simultan. Jika ketiga dimensi ini dijaga, usaha tidak hanya bertahan dalam persaingan pasar, tetapi juga mampu memberikan dampak positif bagi kesejahteraan komunitas dan keberlanjutan ekonomi syariah.

Dengan adanya penelitian ini dapat diketahui bahwa Usaha Mikro Kecil (UMK) juga harus dijaga prinsip syariah dalam menjalankannya, begitu pula dengan pelaku usahanya. Maka dari itu etika bisnis Islam penting bagi pelaku usaha, ada beberapa hal yaitu, pertama etika bisnis Islam menjadi dasar dalam membangun kepercayaan (*trust*) antara pelaku usaha dan konsumennya.³⁷ Kedua, etika bisnis Islam membantu pelaku usaha menjaga keberlanjutan (*sustainability*) bisnisnya, karena usaha yang dibangun dengan kejujuran dan keadilan akan bertahan lebih lama dibandingkan dengan usaha yang mengabaikan prinsip moral.³⁸ Ketiga, pemahaman terhadap etika bisnis Islam dapat membantu pelaku usaha untuk menghindari praktik yang merugikan dan dilarang, seperti riba, penipuan, monopoli, dan eksploitasi. Keempat, penerapan etika bisnis Islam juga memiliki dimensi spiritual yang kuat. Setiap transaksi bisnis dalam Islam akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT.³⁹

Untuk memperkuat keabsahan temuan dan memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai penerapan etika bisnis Islam oleh pelaku usaha mikro di Pelabuhan Rambang, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data. Triangulasi ini dilakukan dengan membandingkan dan mengaitkan informasi dari berbagai pihak, yaitu pedagang

³⁵ Intan, Dini, dkk., *Maqashid Al-Syari'ah Tujuan dan Prinsip Dalam Hukum Islam* (Jurnal Cendekia, Vol. 1, Nomor 3, Desember 2024), hal. 233

³⁶ Fakhri Muhammad ArioPutra, "Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi atas Nilai Kejujuran, Amanah, dan Ihsan", *JEKIS: Jurnal Ekonomi Islam*

³⁷ Ghinarahma, *Peran Etika Bisnis Syariah dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*.

³⁸ Musyafa', "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Jepara."

³⁹ Didi Ashari dan Nisroah, Maya Panoram, *Etika Bisnis Dalam Ekonomi Mikro Islam*, *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)* Vol. 2, No. 2, Desember 2024, hal.233

sebagai informan utama, konsumen sebagai pihak eksternal yang merasakan langsung pelayanan, serta hasil observasi lapangan oleh peneliti. Melalui triangulasi ini, setiap data yang diperoleh dapat saling mengonfirmasi sehingga menghasilkan kesimpulan yang lebih objektif, kredibel, dan akurat.

Hubungan antara ketiga sumber data tersebut disajikan dalam tabel berikut untuk menunjukkan konsistensi penerapan nilai-nilai utama etika bisnis Islam yang meliputi kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*ʿadl*), tanggung jawab (*masʿuliyah*), dan ukhuwah (*persaudaraan*).

Tabel 2
Triangulasi Hubungan Pedagang (informan utama), Konsumen, dan Hasil Penelitian

No.	Nilai Etika Bisnis Islam	Perspektif Pedagang (Informan Utama)	Perspektif Konsumen	Hasil Observasi dan Analisis Peneliti
1	<i>Ṣidq</i> (Kejujuran)	Pedagang menjelaskan harga bahan naik secara terbuka dan tidak mengurangi takaran.	Konsumen menilai pedagang jujur dan transparan terhadap perubahan harga.	Keduanya menunjukkan keselarasan nilai <i>ṣidq</i> ; pedagang menerapkan kejujuran yang meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.
2	<i>Amānah</i> (Dapat dipercaya)	Pedagang berusaha menepati janji waktu dan menjaga kualitas produk.	Konsumen merasa puas karena pesanan selalu sesuai dan tepat waktu.	Hasil observasi memperlihatkan hubungan kepercayaan yang kuat; amanah menjadi dasar hubungan bisnis yang stabil.
3	<i>ʿAdl</i> (Keadilan)	Pedagang tidak mengambil keuntungan berlebihan, menjaga harga wajar bagi semua.	Konsumen menilai pelayanan dan harga adil tanpa diskriminasi.	Prinsip <i>ʿadl</i> terimplementasi melalui keseimbangan antara keuntungan dan kemaslahatan sosial.
4	<i>Masʿuliyah</i> (Tanggung jawab)	Pedagang menjaga kebersihan dan hanya memakai bahan halal.	Konsumen merasa aman dengan kualitas dan kebersihan produk.	Tanggung jawab ekonomi dan spiritual pedagang selaras dengan konsep <i>maqāṣid al-syarīʿah</i> dalam menjaga harta dan jiwa.

5	<i>Ukhuwah</i> (Persaudaraan)	Pedagang saling membantu ketika kekurangan bahan atau sedang ada keperluan.	Konsumen merasakan suasana harmonis dan saling menghargai antar pedagang.	Observasi menunjukkan nilai ukhuwah menciptakan lingkungan usaha yang solid dan berkeadilan.
---	----------------------------------	---	---	--

Hasil triangulasi menunjukkan adanya kesesuaian tinggi antara pernyataan pedagang dan pengalaman konsumen, yang diperkuat dengan hasil observasi peneliti di lapangan. Keselarasan tersebut membuktikan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam terutama *ṣidq*, *ʿadl*, *amānah*, dan *masʿuliyah*, telah diinternalisasi secara nyata dalam aktivitas ekonomi para pelaku usaha mikro. Hubungan harmonis antara pedagang dan konsumen juga mencerminkan prinsip ukhuwah dan masalah dalam ekonomi syariah. Dengan demikian, triangulasi data dalam penelitian ini memperkuat validitas temuan bahwa pelaku usaha mikro di Pelabuhan Rambang telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara menyeluruh baik dari sisi perilaku pedagang, persepsi konsumen, maupun realitas sosial ekonomi di lingkungan usaha.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan di Pelabuhan Rambang, Kelurahan Pahandut Seberang, Kota Palangka Raya, dapat disimpulkan bahwa seluruh informan yang beragama Islam telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam secara nyata dalam aktivitas perdagangan mereka. Prinsip-prinsip utama seperti *ṣidq* (kejujuran), amanah (dapat dipercaya), *ʿadl* (keadilan), *masʿuliyah* (tanggung jawab), dan *ukhuwah* (persaudaraan) tidak sekadar menjadi teori moral, tetapi telah diinternalisasi dalam tindakan sehari-hari para pedagang. Nilai-nilai tersebut tercermin dalam kejujuran menetapkan harga, amanah menepati janji kepada konsumen, serta keadilan dalam pelayanan. Penerapan etika bisnis Islam ini tidak hanya memperkuat kepercayaan konsumen dan membangun solidaritas sosial di antara para pedagang, tetapi juga mencerminkan kesadaran spiritual bahwa kegiatan ekonomi merupakan bagian dari ibadah untuk mencari keberkahan (*barakah*) dari Allah SWT. Dalam perspektif *Maqāṣid al-Syarīʿah*, penerapan etika bisnis di Pelabuhan Rambang telah mencakup penjagaan terhadap agama (*ḥifẓ al-dīn*), harta (*ḥifẓ al-māl*), jiwa (*ḥifẓ al-naḥs*), akal (*ḥifẓ al-ʿaql*), dan hubungan sosial (*ḥifẓ al-nas*). Oleh karena itu, pelaku usaha mikro di kawasan ini dapat dikatakan telah menggabungkan dimensi ekonomi, moral, dan spiritual

dalam praktik bisnis mereka, sehingga bisnis yang dijalankan tidak hanya menguntungkan secara material, tetapi juga membawa kemaslahatan sosial dan keberkahan hidup.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti merekomendasikan agar para pelaku usaha mikro di Pelabuhan Rambang terus mempertahankan dan memperkuat penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam, terutama dalam hal kejujuran, amanah, dan keadilan, karena nilai-nilai tersebut terbukti memperkuat kepercayaan konsumen dan menjaga keberlanjutan usaha. Pemerintah daerah serta lembaga keagamaan diharapkan dapat berperan aktif dalam memberikan pembinaan dan pendampingan bagi para pelaku usaha mikro kecil agar nilai-nilai Islam semakin terinternalisasi dalam praktik ekonomi masyarakat. Selain itu, peneliti juga merekomendasikan agar dilakukan penelitian lanjutan dengan cakupan yang lebih luas, baik pada sektor usaha lain maupun di wilayah yang berbeda, guna memperkaya pemahaman mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam konteks sosial ekonomi masyarakat modern. Penelitian lanjutan ini diharapkan dapat memperkuat kontribusi akademik dan praktis terhadap pengembangan ekonomi syariah yang berkeadilan, berkeadaban, dan berkeberkahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajustina, Fransiska, and Fauzatul Laily Nisa. "IMPLEMENTASI PRINSIP EKONOMI SYARIAH TERHADAP PENGEMBANGAN EKONOMI UMAT UNTUK MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI." *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* Vol. 2., No. 6 (June 2024).
- Anggarini, Defia Riski. "Kontribusi UMKM Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020." *Jurnal Ekombis Review - Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* Vol. 9., No. 2 (July 2021).
- Aprianto, Iwan. *ETIKA & KONSEP MANAJEMEN BISNIS ISLAM*. Yogyakarta: PENERBIT DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA), 2020.
- Ardila, Isna, and Irma Christiana. "Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Sektor Kuliner Di Kecamatan Medan Denai." *LIABILITAS (JURNAL PENDIDIKAN AKUNTANSI)* Vol. 3., No. 3 (Desember 2020).
- Arif, Agus Alfaya., dkk. "Model Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Etika Bisnis Islam: Studi Praktik Di Tokok Sayur Ibu Sunawati." *ARJI: Action Research Journal Indonesia* Vol. 7., No. 2 (2025).
- Ayyubi, Salahuddin El, and Sausan Anggi Anggraini. "Peran etika bisnis Islam terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pangan di Kota Bogor." *Journal of Business & Banking* 6, no. 2 (February 2019). <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.1299>.
- Azizah, Mabarroh, and Hariyanto. "Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Green Economics." *Supermasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum* Vol. 10., No. 2 (2021).
- Cahyono, Heru. "Konsep Pasar Syariah Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." *Ecobankers : Journal of Economy and Banking* 1, no. 2 (August 2020): 14–27. <https://doi.org/10.47453/ecobankers.v1i2.17>
- Didi Ashari dan Nisroah, Maya Panorah, Etika Bisnis Dalam Ekonomi Mikro Islam, Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII) Vol. 2, No. 2, Desember 2024, hal.233
- Fakhri Muhammad ArioPutra, "Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi atas Nilai Kejujuran, Amanah, dan Ihsan", JEKIS: Jurnal Ekonomi Islam
- Fitriani, Desita, and Fauzatul Laily Nisa. "ANALISIS PRAKTEK LARANGAN MAYSIR, GHARAR, DAN RIBA DALAM ASURANSI SYARIAH DI INDONESIA." *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING: Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik* Vol. 1., No. 3 (June 2024).
- Ghinarahma, Raihani Aqila. *Peran Etika Bisnis Syariah dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. 5, no. 1 (2025).
- Handayani, Lilies. "NILAI-NILAI EKONOMI DAN ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM." *EL-IQTISHOD: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* Vol. 2., No. 1 (Desember 2018).
- Heriyanto, A., & Taufiq, M. (2024). Kejujuran Sebagai Pilar Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 10(1).

- Huda, Siti Nurul, and Nandang Ihwanudin. "ETIKA BISNIS ISLAM TINJAUAN AL-QUR'AN DAN HADITS." *MODERATION Journal of Islamic Studies Review* Vol. 02., No. 01 (March 2022).
- Idri. *HADIS EKONOMI Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: KENCANA, 2015.
- Intan, Dini, dkk., Maqashid Al-Syari'ah Tujuan dan Prinsip Dalam Hukum Islam (Jurnal Cendekia, Vol. 1, Nomor 3, Desember 2024), hal. 233
- Juliana, Juliana, M. Faathir, and M. A. Sulthan. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro : Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017." *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* 19, no. 1 (June 2019): 36. <https://doi.org/10.17509/strategic.v19i1.17663>.
- Musyafa', Musyafa'. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Jepara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (November 2023): 4135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10880>.
- Naim, Muhammad. *Buku Ajar Pendidikan Agama Islam (Jilid 2)*. Penerbit NEM, 2024.
- Nur Iffah, Qoriana, and Shofia Dwi Nurianti. "RISIKO MODERNISASI DALAM MENCIPTAKAN LAPANGAN PEKERJAAN." *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)* Vol. 2., No. 2 (Mei 2023).
- Nurdin, Abidin., dkk. "Tujuan Hukum Islam Untuk Kemaslahatan Manusia: Penerapan Kaidah Fiqhiyah Dalam Bidang Ekonomi Dan Hukum Keluarga." *El-Usrah: Jurnal Hukum Keluarga* Vol. 5., No. 1 (June 2022).
- Nurul Fahmi, Muhammad. "Hukum Persaingan Bisnis Islam Dan Regulasi Modern: Implementasi Karakter Profetik As-Siddiq Dan Amanah." *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora* Vol. 4., No. 3 (April 2025).
- Primatami, Anggraita, and Nanda Hidayati. "PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL (UMK) DI PROVINSI JAWA BARAT TAHUN 2006-2016." *JURNAL PENGEMBANGAN WIRASWASTA* Vol. 21., No. 03 (n.d.): Desember 2019.
- Rai Suwena, Kadek., dkk. *ETIKA BISNIS: Membangun Integritas Dalam Dunia Bisnis Dan Usaha*. Academia Publication, 2025.
- Rina Maulida, Siti Fadhillah, dan Husna Aini, "Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Maqashid Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 11, no. 3 (2024).
- Silviyah, Nur Manna. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM." *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Pendirian Ekonomi Islam* Vol. 10 (January 2022).
- Silviyah, Nur Manna, and Novieati Dwi Lestari. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM." *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (January 2022): 96–112. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.295>.
- Syahputra, Angga. "ETIKA BERBISNIS DALAM PANDANGAN ISLAM." *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah* 1, no. 1 (June 2019): 21–34. <https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v1i1.707>.
- Ulfa, Misbahuddin & Nur Taufiq Sanusi, "Prinsip Etika Bisnis dalam Islam", *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 6 No. 2 (2025)

- Uswatun Hasanah Usnur, Atikah Ahraini Nasution, Rini Wahyuni Siregar,. "Hubungan Persepsi Siswa Tentang Kepribadian Guru Fiqih Dengan Minat Belajar Siswa Di Madrasah Aliyah Al Washliyah Bandar Rejo Kecamatan Bandar Masilam Kabupaten Simalungun." *ALACRITY: Journal of Education*, August 24, 2021, 78–89. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.35>.
- Wibowo, Arif Sobirin., dkk. *BUKU AJAR DASAR DAN KONSEP PENDIDIKAN MORAL*. PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP (Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP), 2024.
- Widuri, Anglir Ratna. *STRATEGI PEMERINTAH DALAM MEWUJUDKAN EKONOMI BERKELANJUTAN MELALUI PEMBERDAYAAN UMKM HIJAU DI KOTA SEMARANG*. n.d.
- Yusanto, Muhammad Ismail, and Muhammad Karebet Widjajakusuma. *MENGAGAS BISNIS ISLAM*. Jakarta: GEMA INSANI, n.d.