

**ANALISIS PERILAKU DAN ETIKA BISNIS PEDAGANG PAKAIAN DALAM
PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DI PASAR SENTRAL TAKALALA
KABUPATEN SOPPENG**

Nahda Haerunnisyah¹, Hasanna Lawang², Subaedah³, Andi Darmawangsa⁴,
Akhmad Syahid⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Agama Islam, Universitas Muslim Indonesia

¹05220220025@student.umi.ac.id, ²hasanna.lawang@umi.ac.id,

³subaedah.subaedah@umi.ac.id, ⁴andi.darmawangsa@umi.ac.id,

⁵akhmad.syahid@umi.ac.id

ABSTRACT

This study aims to identify the behavior and business ethics of clothing traders from the perspective of Islamic Economic Law and to analyze the practices of Islamic business ethics implemented by clothing traders in Takalala Central Market, Soppeng Regency. This study uses a qualitative method with a case study approach. Data were obtained through semi-structured interviews, direct observation, and documentation of clothing traders and consumers operating in Takalala Central Market. Data analysis was conducted using the Miles, Huberman, and Saldana model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. The results show that most clothing traders have implemented Islamic business ethics values in their trading activities, such as a friendly attitude in serving consumers, honesty in providing information about goods, a trustworthy attitude in maintaining customer trust, and the implementation of a bargaining system based on mutual agreement. In addition, the trading practices carried out generally meet the basic principles of Islamic Economic Law, such as willingness (an-taradhin), justice, and responsibility in transactions. This study concludes that the behavior and business ethics of clothing vendors in Takalala Central Market generally reflect Islamic business ethics and the principles of Sharia Economic Law, although improvements in transparency and consistency in the application of business ethics are still needed. The novelty of this research lies in the empirical study of the behavior and business ethics of clothing vendors in traditional markets, analyzed specifically through the perspective of Sharia Economic Law.

Keywords: Trader Behavior, Business Ethics, Sharia Economic Law

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perilaku dan etika bisnis pedagang pakaian dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah serta menganalisis praktik etika bisnis syariah yang diterapkan oleh pedagang pakaian di Pasar Sentral Takalala, Kabupaten Soppeng. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, observasi langsung, dan dokumentasi terhadap pedagang pakaian serta konsumen

yang beraktivitas di Pasar Sentral Takalala. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang pakaian telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam aktivitas perdagangan, seperti sikap ramah dalam melayani konsumen, kejujuran dalam memberikan informasi mengenai barang, sikap amanah dalam menjaga kepercayaan pelanggan, serta penerapan sistem tawar-menawar yang dilakukan atas dasar kesepakatan kedua belah pihak. Selain itu, praktik perdagangan yang dilakukan pada umumnya telah memenuhi prinsip-prinsip dasar Hukum Ekonomi Syariah, seperti adanya kerelaan (*an-taradhin*), keadilan, dan tanggung jawab dalam transaksi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku dan etika bisnis pedagang pakaian di Pasar Sentral Takalala secara umum telah mencerminkan nilai-nilai etika bisnis Islam dan prinsip Hukum Ekonomi Syariah, meskipun masih memerlukan peningkatan dalam aspek transparansi dan konsistensi penerapan etika bisnis. Kebaruan penelitian ini terletak pada kajian empiris mengenai perilaku dan etika bisnis pedagang pakaian di pasar tradisional yang dianalisis secara khusus melalui perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

Kata Kunci: Perilaku Pedagang, Etika Bisnis, Hukum Ekonomi Syariah

A. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi global yang semakin kompetitif menuntut setiap pelaku usaha untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan (*profit oriented*), tetapi juga pada nilai-nilai moral dan etika. Dalam konteks bisnis modern, integritas, kejujuran, dan keadilan menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha (Maulidya, 2025). Oleh karena itu, etika bisnis diperlukan sebagai pedoman moral yang membentuk perilaku ekonomi yang bertanggung jawab. Dalam Islam, etika bisnis bukan sekadar aturan sosial, melainkan bagian integral dari sistem hukum ekonomi syariah yang

menempatkan nilai spiritual dan keadilan sosial sebagai landasan utama dalam setiap aktivitas ekonomi (Nugraha & Sari, 2025).

Hukum ekonomi syariah memandang kegiatan perdagangan bukan hanya sebagai aktivitas ekonomi semata, melainkan juga sebagai bentuk ibadah (*muamalah*) yang menuntut pertanggungjawaban di dunia dan akhirat. Islam memberikan kedudukan yang mulia kepada para pedagang, sebagaimana dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW yang dikenal sebagai pedagang yang jujur, amanah, dan profesional. Aktivitas perdagangan dalam Islam tidak hanya bertujuan memperoleh

keuntungan material, tetapi juga mewujudkan kemaslahatan serta keberkahan bagi seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi (Nirwanto & Anggraeni, 2025).

Perilaku pedagang merupakan cerminan nyata dari penerapan etika bisnis dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Perilaku tersebut mencakup sikap, tindakan, dan keputusan yang dilakukan pedagang ketika berinteraksi dengan konsumen maupun sesama pelaku usaha. Dalam perspektif Islam, perilaku bisnis harus berlandaskan nilai-nilai kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*'adl*), tanggung jawab, serta menjauhi segala bentuk penipuan dan kecurangan. Nilai-nilai tersebut menjadi prinsip dasar dalam menciptakan hubungan ekonomi yang sehat dan saling menguntungkan (Mufidah et al., 2025).

Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara prinsip normatif dan praktik aktual. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis syariah belum sepenuhnya diimplementasikan dalam aktivitas perdagangan di pasar-pasar tradisional Indonesia. Masih ditemukan perilaku pedagang yang

kurang transparan dalam menentukan harga, menyembunyikan cacat barang, serta memberikan perlakuan yang berbeda kepada konsumen berdasarkan kondisi tertentu (Septiani & Hadziq, 2023). Fenomena tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam belum sepenuhnya menjadi pedoman dalam praktik perdagangan sehari-hari.

Kondisi serupa juga ditemukan di Pasar Sentral Takalala, Kabupaten Soppeng, yang merupakan salah satu pusat perdagangan masyarakat Muslim di daerah tersebut. Sebagai pasar yang mayoritas pelaku dan konsumennya beragama Islam, Pasar Sentral Takalala seharusnya mencerminkan praktik ekonomi yang selaras dengan nilai-nilai syariah. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, masih ditemukan beberapa perilaku yang menunjukkan lemahnya penerapan etika bisnis Islam, khususnya di kalangan pedagang pakaian. Beberapa bentuk perilaku tersebut antara lain adanya perbedaan harga berdasarkan penampilan konsumen, ketidaksesuaian antara deskripsi barang dengan kondisi yang sebenarnya, serta kurangnya

tanggung jawab dalam pelayanan setelah transaksi berlangsung.

Fenomena tersebut tentu bertentangan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah yang menekankan keseimbangan hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli. Dalam hukum ekonomi syariah, kegiatan perdagangan harus dilandasi oleh kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab agar tercipta transaksi yang memberikan manfaat dan keberkahan bagi semua pihak (Mufarrochah et al., 2025). Apabila prinsip-prinsip tersebut tidak diterapkan, maka tujuan utama perdagangan dalam Islam, yaitu mewujudkan kemaslahatan bersama, tidak dapat tercapai secara optimal.

Kajian mengenai perilaku dan etika bisnis pedagang pakaian menjadi penting karena perilaku pedagang tidak hanya memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen, tetapi juga menentukan kesesuaian praktik perdagangan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Pedagang yang menerapkan nilai-nilai kejujuran, amanah, dan keadilan cenderung memperoleh kepercayaan yang lebih besar dari masyarakat sehingga mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam

jangka panjang. Sebaliknya, pelanggaran terhadap etika bisnis dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, menurunkan kepercayaan masyarakat, serta mengurangi keberkahan usaha yang dijalankan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting untuk dilakukan guna menganalisis perilaku pedagang pakaian di Pasar Sentral Takalala Kabupaten Soppeng ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam praktik perdagangan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pedagang. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rekomendasi bagi upaya pembinaan etika perdagangan di pasar tradisional, sehingga terwujud praktik bisnis yang adil, amanah, transparan, dan berorientasi pada keberkahan sesuai dengan nilai-nilai syariah dan ketentuan hukum yang berlaku.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus yang dilaksanakan di

Pasar Sentral Takalala, Kabupaten Soppeng, selama kurang lebih dua bulan. Data penelitian diperoleh melalui sumber primer berupa wawancara dan observasi terhadap pedagang pakaian serta konsumen, dan sumber sekunder berupa buku, jurnal, serta literatur yang relevan dengan hukum ekonomi syariah dan etika bisnis Islam. Subjek penelitian terdiri atas pedagang pakaian sebagai informan utama dan konsumen sebagai informan pendukung, sedangkan objek penelitian berfokus pada perilaku dan etika bisnis pedagang pakaian ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan instrumen berupa pedoman wawancara, lembar observasi, catatan lapangan, alat dokumentasi, dan perekam suara. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai penerapan nilai-nilai kejujuran, amanah, keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab

dalam praktik perdagangan di Pasar Sentral Takalala.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Perilaku dan Etika Pedagang di Pasar Sentral Takalala Kabupaten Soppeng

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Pasar Sentral Takalala Kabupaten Soppeng, perilaku dan etika pedagang pakaian secara umum telah menunjukkan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Hal ini terlihat dari sikap pedagang yang ramah, sopan, dan komunikatif dalam melayani konsumen. Pedagang berusaha memberikan pelayanan yang baik dengan membantu konsumen memilih barang, menjelaskan harga dan kualitas produk, serta memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan tawar-menawar. Pelayanan yang baik tersebut menjadi salah satu upaya pedagang dalam menciptakan kenyamanan dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Dalam perspektif etika bisnis Islam, perilaku tersebut mencerminkan nilai ihsan dalam bermuamalah yang menekankan

pentingnya memberikan pelayanan terbaik kepada sesama.

Selain aspek pelayanan, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang telah berupaya menerapkan prinsip kejujuran (shiddiq) dalam kegiatan jual beli. Pedagang berusaha menyampaikan informasi mengenai harga, ukuran, dan kualitas barang sesuai dengan kondisi sebenarnya. Kejujuran dipahami sebagai faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Namun demikian, hasil wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa masih ditemukan beberapa pedagang yang belum sepenuhnya terbuka mengenai cacat atau kekurangan barang yang dijual. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan prinsip kejujuran belum sepenuhnya dilakukan secara konsisten oleh seluruh pedagang.

Aspek amanah juga terlihat dalam perilaku sebagian besar pedagang pakaian di Pasar Sentral Takalala. Pedagang berupaya menjaga kepercayaan konsumen dengan bertanggung jawab terhadap barang yang dijual serta bersedia membantu menyelesaikan

permasalahan yang muncul setelah transaksi berlangsung. Sikap tersebut mencerminkan tanggung jawab moral dan profesional yang menjadi salah satu prinsip utama dalam etika bisnis Islam. Hubungan yang terjalin antara pedagang dan konsumen pada umumnya berlangsung dalam suasana saling percaya sehingga mendukung terciptanya aktivitas perdagangan yang harmonis dan berkelanjutan.

Dalam hal penetapan harga, pedagang menerapkan sistem tawar-menawar yang menjadi karakteristik pasar tradisional. Harga ditentukan berdasarkan modal, biaya operasional, kondisi pasar, dan kesepakatan antara penjual dan pembeli. Praktik tersebut pada dasarnya tidak bertentangan dengan syariat selama dilakukan secara adil dan tidak mengandung unsur penipuan. Akan tetapi, perbedaan harga untuk barang yang sama kepada konsumen yang berbeda berpotensi menimbulkan persepsi ketidakadilan apabila tidak disertai dengan keterbukaan informasi. Oleh karena itu, prinsip keadilan dan transparansi dalam penetapan harga perlu terus diperkuat agar tidak

menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Eem et al., 2025) yang menemukan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada pedagang pasar tradisional tercermin melalui sikap ramah, kejujuran, dan tanggung jawab dalam melayani konsumen, meskipun masih ditemukan beberapa pelanggaran berupa kurangnya keterbukaan mengenai kondisi barang yang dijual. Penelitian (Yuliani, 2025) juga menunjukkan bahwa kejujuran dan amanah merupakan faktor utama yang memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap pedagang di pasar tradisional. Dengan demikian, perilaku dan etika pedagang pakaian di Pasar Sentral Takalala pada umumnya telah sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam, meskipun masih diperlukan peningkatan dalam aspek transparansi dan konsistensi kejujuran.

2. Praktik Etika Bisnis Syariah oleh Pedagang Pakaian di Pasar Sentral Takalala Kabupaten Soppeng

Berdasarkan hasil penelitian, praktik perdagangan yang dilakukan

oleh pedagang pakaian di Pasar Sentral Takalala pada umumnya telah memenuhi unsur-unsur dasar transaksi dalam Hukum Ekonomi Syariah. Akad jual beli dilakukan melalui kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai barang dan harga yang diperjualbelikan. Meskipun tidak menggunakan lafaz ijab dan kabul secara formal, transaksi yang dilakukan tetap dianggap sah karena terdapat unsur kerelaan dan kesepakatan dari kedua belah pihak. Hal ini menunjukkan bahwa praktik perdagangan yang berlangsung telah memenuhi prinsip an-taradhin (saling ridha) yang menjadi syarat penting dalam akad jual beli menurut Islam.

Praktik jual beli di Pasar Sentral Takalala juga memberikan kebebasan kepada konsumen untuk melihat, memilih, memeriksa, dan menawar barang sebelum melakukan pembelian. Tidak ditemukan adanya unsur paksaan dalam transaksi yang dilakukan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pedagang telah menerapkan prinsip kebebasan bertransaksi yang dibenarkan dalam syariat Islam. Selain itu, barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang halal dan tidak bertentangan dengan ketentuan syariah sehingga

memenuhi salah satu syarat sah objek transaksi dalam hukum ekonomi syariah.

Dari aspek penerapan nilai-nilai syariah, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang telah berusaha menerapkan prinsip shiddiq (jujur), amanah (dapat dipercaya), dan 'adl (adil) dalam aktivitas perdagangan. Pedagang berupaya menjaga kepercayaan konsumen melalui pelayanan yang baik dan penyampaian informasi mengenai produk yang dijual. Namun demikian, masih ditemukan beberapa kondisi yang berpotensi mengarah pada unsur gharar dan tadlis, yaitu ketika pedagang tidak menjelaskan secara rinci kekurangan atau cacat barang yang dijual kepada konsumen. Meskipun tindakan tersebut tidak dilakukan secara sengaja dan sistematis, kondisi tersebut tetap berpotensi menimbulkan ketidakjelasan informasi yang dapat merugikan konsumen.

Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, gharar merupakan ketidakjelasan dalam objek transaksi yang dapat menimbulkan perselisihan di kemudian hari, sedangkan tadlis adalah tindakan menyembunyikan informasi yang seharusnya diketahui

oleh pihak lain dalam transaksi (Solichin et al., 2025). Oleh karena itu, keterbukaan informasi mengenai kondisi barang menjadi aspek yang sangat penting dalam mewujudkan perdagangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Pedagang tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga harus menjaga nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sebagai bentuk ibadah dalam bermuamalah.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rahman, 2025) yang menyimpulkan bahwa praktik jual beli di pasar tradisional pada umumnya telah memenuhi rukun dan syarat jual beli dalam Islam, namun masih ditemukan beberapa pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip transparansi terhadap kondisi barang yang dijual. Penelitian (Syahfitri et al., 2025) juga menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis syariah melalui prinsip shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta menciptakan hubungan perdagangan yang lebih adil dan berkelanjutan.

Dengan demikian, praktik etika bisnis syariah oleh pedagang pakaian di Pasar Sentral Takalala Kabupaten

Soppeng secara umum telah mencerminkan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah, seperti kerelaan dalam transaksi, kejujuran, amanah, dan keadilan. Namun, masih diperlukan peningkatan kesadaran mengenai pentingnya transparansi informasi agar seluruh aktivitas perdagangan dapat terhindar dari unsur gharar dan tadlis serta semakin sesuai dengan nilai-nilai syariah yang menekankan kemaslahatan dan keberkahan bagi semua pihak.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perilaku dan etika bisnis pedagang pakaian di Pasar Sentral Takalala Kabupaten Soppeng dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, dapat disimpulkan bahwa secara umum para pedagang telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam aktivitas perdagangan mereka. Hal ini terlihat dari sikap ramah dalam melayani konsumen, upaya menjaga kejujuran dalam menyampaikan informasi mengenai barang, sikap amanah dalam menjaga kepercayaan pelanggan, serta penerapan sistem tawar-menawar yang dilakukan atas dasar kesepakatan kedua belah pihak.

Meskipun demikian, masih ditemukan beberapa pedagang yang belum sepenuhnya konsisten dalam memberikan informasi secara lengkap mengenai kondisi atau kekurangan barang yang dijual sehingga prinsip transparansi dan kejujuran belum terlaksana secara optimal.

Selain itu, praktik etika bisnis syariah yang dilakukan oleh pedagang pakaian di Pasar Sentral Takalala pada umumnya telah memenuhi prinsip-prinsip dasar Hukum Ekonomi Syariah, seperti adanya kerelaan (antaradhin) antara penjual dan pembeli, penerapan nilai kejujuran (shiddiq), amanah, dan keadilan dalam transaksi. Praktik jual beli yang dilakukan juga telah memenuhi unsur-unsur akad yang sah menurut syariah. Namun demikian, masih terdapat beberapa kondisi yang berpotensi mengarah pada unsur gharar dan tadlis akibat kurangnya keterbukaan informasi mengenai kondisi barang tertentu. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pemahaman dan kesadaran pedagang mengenai pentingnya transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab dalam setiap transaksi agar aktivitas perdagangan tidak hanya memberikan keuntungan secara ekonomi, tetapi juga

mencerminkan nilai-nilai syariah yang berorientasi pada keadilan, kemaslahatan, dan keberkahan bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Eem, D., Intania, A., Maharani, D., & Utama, F. R. (2025). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Ikan Di Pasar Cendrawasih Metro. *Al-Iqtisodiyah: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Ekonomi Islam*, 1(1), 46–53.
- Maulidya, D. (2025). Peran Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Dalam Perspektif Syariah. *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(1), 41–50.
- Mufarrochah, S., Putri, F. F., Murtadho, A., & Assari, E. (2025). Etika Bisnis dalam Hukum Islam: Implikasi terhadap Praktik Bisnis Modern. *Jurnal Usm Law Review*, 8(1), 17–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.26623/julr.v8i1.11365>
- Mufidah, F. N., Gofur, M. A., & Soraya, N. (2025). Peran Etika Bisnis Islam Dalam Mencegah Kecurangan Produsen Dan Membangun Kepercayaan Konsumen. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 14–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.71312/mrbima.v1i1.373>
- Nirwanto, A., & Anggraeni, D. (2025). Konsep Jual Beli Online dalam Perspektif Filsafat Islam dan hukum Indonesia: Analisis Nilai-Nilai Kejujuran, Keadilan, dan Kemaslahatan dalam Transaksi Jual Beli. *Al-Istinbath: Jurnal Ilmu Hukum Dan Hukum Keluarga Islam*, 2(3), 133–145. <https://doi.org/https://doi.org/10.71242/pez7ms75>
- Nugraha, L., & Sari, M. (2025). Pendekatan Etika Bisnis Islam terhadap Sistem Konsinyasi dalam Strategi Reseller. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 203–212.
- Rahman, A. (2025). Analisis Persepsi Pedagang Bintan Center Pada Praktik Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Ihsan: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 85–96.
- Septiani, S., & Hadziq, M. F. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Sistem Jual Beli: Studi Kasus Di Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4060–4066. <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9933>
- Solichin, M., Haryana, E. Y., & Nuraini, D. (2025). Unsur Ghārār dan Wanprestasi Modifikasi Rumah Sewaan: Tinjauan Hukum Islam dan KUHPerdara. *Sighat: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 34–45. https://doi.org/https://doi.org/10.35905/shighat_hes.v3i2.14712
- Syahfitri, M., Jannah, N., & Syahriza, R. (2025). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Pembiayaan Mikro Syariah Dalam Mendukung Perkembangan UMKM. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 5(2), 151–163. <https://doi.org/https://doi.org/10.31958/ab.v5i2.15841>
- Yuliani, M. (2025). Studi Analisis Praktik Ekonomi Syariah dalam Kehidupan Pedagang Pasar Tradisional. *RIBH: Journal Of Integrated Economi and Bisnis Studies*, 1(2), 57–62.