



ALTAMKIN
Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan
Masyarakat

Journal website: <https://altamkin.al-anwar.id/index.php/i/index>

ISSN: 3089-3895 (Online)
<https://doi.org/10.61166/altamkin.v2i1.28>

Vol. 2 No. 1 (2026)
pp. 102-111

Research Article

Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Batakan Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah Laut)

M. Robi'in¹, Muhammad Restu Maulana²

1. Universitas Islam Internasional Darullughah Wadda'wah, Pasuruan, Indonesia
2. Universitas Islam Internasional Darullughah Wadda'wah, Pasuruan, Indonesia

Correspondent: M.Robbiu@gmail.com 



Copyright © 2026 by Authors, Published by Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : Nove 20, 2025
Accepted : Jan 20, 2025

Revised : Nove 25, 2025
Available online : Jan 28, 2025

How to Cite: Robi'in, M., & Maulana, M. R. (2026). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Batakan Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah Laut). *ALTAMKIN: Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 102–111. <https://doi.org/10.61166/altamkin.v2i1.28>

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Batakan, Kecamatan Panyipatan. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui penelitian lapangan, data dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip saling ridha ('an taradhin) dan kejujuran (shiddiq) secara umum telah menjadi landasan moral mayoritas pedagang. Namun, implementasinya belum menyeluruh karena masih ditemukan adanya praktik yang bertentangan dengan prinsip keadilan ('Adl), seperti pengurangan takaran timbangan, serta praktik tadlis (menyembunyikan cacat barang) yang melanggar prinsip transparansi. Disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Pasar Batakan masih bersifat parsial, di mana kesadaran etika pada aspek relasional sudah baik, namun masih lemah pada aspek teknis yang menuntut integritas tinggi.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Jual Beli, Pasar Tradisional

PENDAHULUAN

Pasar merupakan pusat vital dalam pergerakan roda perekonomian suatu masyarakat (Nuphanudin et al., 2023). Sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, pasar tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme pembentukan harga, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang penting, terutama pada pasar tradisional (Syaipudin & Awwalin, 2023). Pasar tradisional, yang menjadi tulang punggung ekonomi kerakyatan, mencerminkan nilai-nilai dan budaya lokal, di mana proses tawar-menawar dan interaksi personal masih menjadi ciri khas utamanya (Kusnandi et al., 2024). Dalam konteks ini, praktik transaksi yang adil dan beretika menjadi landasan utama untuk membangun kepercayaan dan keberlanjutan pasar itu sendiri (Rustam et al., 2023).

Dalam perspektif Islam, setiap aktivitas muamalah, termasuk transaksi jual beli, harus didasarkan pada prinsip-prinsip etika yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah (Zainuddin, 2017). Etika bisnis Islam menekankan pentingnya nilai-nilai seperti kejujuran (*siddiq*), keadilan dalam takaran dan timbangan, transparansi, serta larangan terhadap praktik yang merugikan seperti *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan). Penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan material semata, tetapi juga untuk mencapai *falah* (kesejahteraan) dan keberkahan dari Allah SWT (Pramudita & Syaipudin, 2025).

Dinamika pasar tradisional sering kali dihadapkan pada tantangan terkait penerapan etika (Helmi et al., 2025). Persaingan yang ketat dan dorongan untuk memaksimalkan keuntungan terkadang membuat sebagian pedagang mengabaikan nilai-nilai etis, seperti mengurangi timbangan, menyembunyikan cacat barang, atau tidak transparan dalam memberikan informasi (Luthfi et al., 2025). Fenomena ini menjadi perhatian penting karena dapat merusak mekanisme pasar yang sehat dan merugikan konsumen, yang pada akhirnya dapat menghilangkan kepercayaan publik terhadap pasar itu sendiri.

Penelitian ini secara spesifik mengkaji penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Batakan, Kecamatan Panyipatan, Kabupaten Tanah Laut. Studi ini penting dilakukan untuk memotret secara nyata bagaimana para pedagang di pasar tersebut memahami dan mengimplementasikan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas perdagangan mereka sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran faktual mengenai kesesuaian antara praktik di lapangan dengan prinsip-prinsip ideal etika bisnis Islam, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat penerapannya di lingkungan pasar tradisional.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan kualitatif deskriptif memiliki tujuan untuk mendeskripsikan, menguraikan, dan memberikan gambaran secara mendalam dan sistematis (Syaipudin, 2025). Dalam penelitian ini mengenai fenomena penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli yang terjadi di lokasi penelitian. Penelitian dilaksanakan secara langsung di Pasar Tradisional Batakan, Kecamatan Panyipatan, Kabupaten Tanah Laut, untuk memperoleh data yang otentik dan kontekstual.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis. Pertama, data primer, yang diperoleh secara langsung dari sumber utama, yaitu para pedagang di Pasar Batakan. Kedua, data sekunder, yang merupakan data pendukung yang diperoleh dari dokumen, arsip, serta literatur lain seperti buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan etika bisnis Islam dan praktik perdagangan di pasar tradisional.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara. Pertama, observasi, yaitu pengamatan langsung terhadap aktivitas transaksi jual beli, proses tawar-menawar, serta interaksi antara penjual dan pembeli di pasar. Kedua, wawancara, yang dilakukan secara semi-terstruktur dengan para pedagang sebagai informan kunci untuk menggali pemahaman dan perspektif mereka mengenai etika dalam berdagang. Ketiga, dokumentasi, yaitu mengumpulkan data-data non-personal seperti catatan, foto kondisi pasar, dan dokumen lain yang mendukung penelitian.

Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode analisis data kualitatif, menurut Syaipudin (2025) yang mencakup tiga tahapan utama: reduksi data, yaitu proses memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data mentah yang diperoleh dari lapangan; penyajian data, yaitu mengorganisasi data yang telah direduksi ke dalam bentuk narasi yang terstruktur agar mudah dipahami; dan penarikan kesimpulan, yaitu merumuskan temuan-temuan penelitian berdasarkan analisis data yang telah disajikan untuk menjawab rumusan masalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Praktik Transaksi di Pasar Tradisional Batakan

Pasar Tradisional Batakan di Kecamatan Panyipatan merupakan pusat kegiatan ekonomi masyarakat lokal yang didominasi oleh pedagang berbagai jenis komoditas, mulai dari bahan pangan pokok, sayur-mayur, ikan, hingga pakaian. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di lapangan, ditemukan bahwa sebagian besar pedagang di pasar ini adalah Muslim yang telah lama menjalankan usaha dagangnya secara turun-temurun. Secara umum, para pedagang memahami bahwa kejujuran dan kepercayaan adalah modal utama dalam berdagang. Interaksi antara

penjual dan pembeli masih sangat kental dengan proses tawar-menawar yang personal, di mana hubungan baik seringkali menjadi faktor penentu keberhasilan transaksi.

Meskipun demikian, ditemukan adanya dinamika yang beragam dalam penerapan etika bisnis Islam. Di satu sisi, banyak pedagang yang secara sadar berusaha menerapkan nilai-nilai kejujuran dan keadilan. Namun di sisi lain, masih ditemukan beberapa praktik yang belum sepenuhnya selaras dengan prinsip etika Islam, terutama yang berkaitan dengan takaran dan transparansi informasi produk.

Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi

Analisis dalam penelitian ini difokuskan pada beberapa prinsip kunci dalam etika transaksi jual beli menurut Islam, antara lain kejujuran (*shiddiq*), keadilan dalam takaran dan timbangan, transparansi (tidak ada *gharar* dan *tadlis*), dan kerelaan kedua belah pihak (*'an taradhin minkum*).

1. Prinsip Kejujuran (*Shiddiq*) dan Keterbukaan

Hasil wawancara menunjukkan bahwa mayoritas pedagang memandang kejujuran sebagai prinsip dasar dalam berdagang. Mereka berpendapat bahwa berbohong mengenai kualitas barang atau asal-usulnya akan merusak reputasi jangka panjang. Misalnya, pedagang sayur dan ikan secara umum akan memberitahukan kondisi barang dagangannya jika ditanya oleh pembeli. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa persepsi masyarakat terhadap kualitas produk di pasar tradisional sangat dipengaruhi oleh informasi yang diberikan pedagang (Nuphanudin et al., 2023). Mereka sadar bahwa pembeli langganan adalah aset berharga yang hanya bisa dipertahankan melalui kejujuran, yang merupakan fondasi utama dalam dimensi sosial dan relasional Islam (Zainuddin, 2017).

Namun, praktik *tadlis* (menyembunyikan cacat barang) masih sesekali ditemukan, meskipun tidak dominan. Beberapa pedagang buah terpantau menata buah yang berkualitas baik di bagian atas, sementara buah yang kualitasnya kurang baik diletakkan di bagian bawah. Praktik ini, meskipun sering dianggap "lumrah" dalam dunia perdagangan, secara esensial bertentangan dengan prinsip kejujuran dan keterbukaan penuh dalam Islam (Ista et al., 2023). Ketidakterbukaan ini juga dapat memicu kerugian bagi konsumen, sehingga diperlukan kesadaran kolektif untuk mencegah praktik yang merugikan tersebut (Rustam et al., 2023).

2. Keadilan dalam Takaran dan Timbangan

Keadilan dalam takaran dan timbangan merupakan manifestasi konkret dari integritas seorang Muslim dalam ranah ekonomi, sekaligus menjadi salah satu prinsip muamalah yang paling eksplisit ditekankan dalam Al-Qur'an. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, terdapat tren positif di Pasar Batakan di mana sebagian besar pedagang telah beralih menggunakan timbangan digital

untuk menggantikan alat ukur konvensional. Penggunaan teknologi ini bukan sekadar modernisasi alat, melainkan sebuah langkah progresif untuk meningkatkan akurasi dan presisi transaksi guna meminimalisir faktor *human error*. Langkah ini menunjukkan adanya itikad baik dari para pedagang untuk berlaku adil dan memberikan hak pembeli secara tepat sesuai dengan nilai yang dibayarkan.

Dalam sesi wawancara mendalam, para pedagang mengungkapkan kesadaran teologis yang kuat terkait aktivitas menimbang. Mereka menyatakan bahwa tindakan mengurangi timbangan bukan hanya sekadar kecurangan teknis, melainkan perbuatan dosa besar yang diyakini dapat menghancurkan keberkahan rezeki dan mendatangkan kemurkaan Allah SWT. Kesadaran ini sejalan dengan prinsip kejujuran (*shiddiq*) yang seharusnya menjadi ruh dalam setiap aktivitas usaha, di mana keuntungan materi tidak boleh dicapai dengan cara mengorbankan nilai-nilai moral (Ista et al., 2023). Hal ini membuktikan bahwa bagi sebagian besar pedagang, timbangan adalah cerminan dari komitmen religiusitas mereka di ruang publik.

Namun demikian, penelitian ini juga memotret sisi kelam dari dinamika pasar. Masih ditemukan sebagian kecil pedagang (minoritas), terutama pengguna timbangan manual jenis "timbangan bebek", yang terindikasi melakukan praktik manipulasi takaran. Praktik ini sering kali dilakukan secara oportunistik, yakni pada saat jam-jam sibuk atau ketika pasar sedang sangat ramai. Di bawah tekanan kerumunan, pengawasan pembeli cenderung lengah, dan celah inilah yang dimanfaatkan oknum pedagang untuk tidak menyempurnakan timbangan.

Secara esensial, fenomena pengurangan takaran ini merupakan bentuk pengkhianatan terhadap kepercayaan konsumen dan pelanggaran berat terhadap prinsip keadilan (*'Adl*). Dalam perspektif ekonomi makro Islam, ketidakadilan dalam proses penimbangan akan merusak tatanan distribusi nilai ekonomi yang seharusnya berlangsung secara jujur, adil, dan merata demi kesejahteraan bersama (Syukur, 2018). Jika praktik marginal ini dibiarkan tanpa adanya kontrol sosial maupun pengawasan dari pengelola pasar, maka citra pasar tradisional sebagai pusat ekonomi kerakyatan yang berbasis kekeluargaan dapat tergradasi, yang pada gilirannya akan merugikan eksistensi pasar itu sendiri di masa depan.

3. Larangan Gharar (Ketidakjelasan)

Praktik *gharar* atau ketidakjelasan dalam transaksi pada dasarnya berkaitan dengan adanya elemen ketidakpastian (*uncertainty*) yang dapat merugikan salah satu pihak yang berakad. Di Pasar Tradisional Batakan, fenomena *gharar* umumnya tidak menjadi isu krusial untuk komoditas primer seperti sayur-mayur, bumbu dapur, atau ikan segar. Hal ini disebabkan oleh sifat transaksi pasar tradisional yang memungkinkan adanya inspeksi visual secara

langsung. Pembeli memiliki akses penuh dan kebebasan untuk memilih, memegang, serta memeriksa kondisi fisik barang sebelum memutuskan untuk melakukan kesepakatan harga. Mekanisme ini secara otomatis meminimalisir risiko ketidaksesuaian objek akad yang menjadi syarat sahnya jual beli dalam Islam.

Namun demikian, hasil penelitian menemukan bahwa unsur *gharar* ringan (*gharar yasir*) masih kerap ditemukan pada segmentasi produk tertentu. Salah satu contoh nyata adalah penjualan buah-buahan dalam kemasan tertutup (seperti plastik yang diikat atau wadah mika) serta sistem penjualan "borongan" atau "satu tumpukan" tanpa adanya spesifikasi yang mendetail mengenai kualitas setiap butir item di dalamnya. Dalam praktik ini, sering kali kualitas buah yang tampak di permukaan tidak merepresentasikan keseluruhan isi kemasan. Secara normatif, ketidakjelasan informasi mengenai kualitas ini beririsan dengan risiko kerugian bagi konsumen, yang dalam perspektif hukum perlindungan konsumen menuntut adanya transparansi informasi yang lebih memadai dari pihak penjual (Rustam et al., 2023).

Meskipun secara hukum fikih muamalah praktik *gharar* ringan ini terkadang dimaafkan karena dianggap sebagai konsekuensi adat dalam perdagangan kecil dan tidak sampai membatalkan akad secara total, namun hal ini tetap bertentangan dengan semangat transparansi dan ihsan dalam Islam. Ketidakjelasan yang dibiarkan terus-menerus berpotensi menimbulkan kekecewaan di pihak pembeli (komplain) dan dapat menggerus modal sosial berupa kepercayaan (*trust*) masyarakat terhadap ekosistem pasar tradisional. Dalam jangka panjang, ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas produk yang tidak transparan akan berdampak negatif pada loyalitas pelanggan (Nuphanudin et al., 2023).

Oleh karena itu, untuk mengatasi potensi sengketa dan ketidakpuasan tersebut, para pedagang di Pasar Batakan perlu mengadopsi strategi komunikasi pemasaran yang tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi juga pada edukasi dan kejujuran informasi. Strategi komunikasi yang efektif, terbuka, dan jujur sangat diperlukan untuk membangun relasi yang berkelanjutan dan memperkuat kepercayaan jangka panjang dengan konsumen (Indinabila, 2021). Dengan meminimalkan celah *gharar*, praktik bisnis di pasar tradisional tidak hanya akan mencapai target keuntungan material, tetapi juga mewujudkan nilai-nilai keadilan ekonomi yang menjadi esensi dari etika bisnis Islam (Syukur, 2018).

Tabel Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Batakan

Untuk memberikan gambaran yang lebih sistematis, berikut adalah rangkuman analisis kesesuaian antara prinsip ideal etika bisnis Islam dengan praktik di lapangan.

Tabel 1. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam oleh Pedagang di Pasar Tradisional Batakan

Prinsip Etika Bisnis Islam	Praktik Ideal dalam Transaksi	Implementasi Aktual di Pasar Batakan	Analisis dan Temuan
Kejujuran (Shiddiq) & Keterbukaan	Menyampaikan informasi produk secara benar dan tidak menyembunyikan cacat barang (tadlis).	Dominan: Pedagang umumnya jujur mengenai kondisi barang jika ditanya. Penyimpangan: Masih ditemukan praktik menata barang bagus di atas untuk menutupi kualitas yang kurang.	Sebagian besar pedagang sudah memiliki kesadaran dasar tentang pentingnya kejujuran untuk menjaga pelanggan, namun pemahaman tentang larangan tadlis secara spesifik perlu ditingkatkan.
Keadilan Takaran & Timbangan	Menyempurnakan takaran dan timbangan sesuai dengan hak pembeli, tidak mengurangi sedikit pun.	Dominan: Sebagian besar telah menggunakan timbangan digital untuk akurasi. Penyimpangan: Masih ada oknum (minoritas) yang mengurangi timbangan, terutama yang menggunakan timbangan manual.	Adanya pergeseran ke timbangan digital adalah perkembangan positif. Namun, pengawasan dan edukasi mengenai konsekuensi curang dalam timbangan masih perlu terus digalakkan.
Larangan Gharar (Ketidakjelasan)	Menjelaskan objek transaksi (harga, kualitas, kuantitas) secara transparan untuk menghindari spekulasi dan kerugian.	Dominan: Transaksi untuk produk segar umumnya transparan karena bisa diperiksa langsung. Penyimpangan: Unsur gharar ringan muncul pada sistem jual beli borongan atau produk kemasan.	Tingkat gharar yang ditemukan tergolong ringan dan tidak signifikan. Namun, prinsip transparansi penuh tetap perlu menjadi acuan bagi para pedagang.
Saling Ridha ('An Taradhin)	Transaksi didasari oleh kerelaan kedua belah pihak, tanpa paksaan, dan didahului proses tawar-menawar yang wajar.	Dominan: Proses tawar-menawar berjalan dengan baik dan menjadi ciri khas pasar. Transaksi umumnya bersifat sukarela.	Prinsip saling ridha sudah menjadi budaya yang melekat dalam transaksi di Pasar Batakan, sejalan dengan karakteristik pasar tradisional pada umumnya.

Berdasarkan hasil pembahasan tersebut, dapat ditarik benang merah bahwa penerapan etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Batakan secara umum telah berada pada jalur yang positif, terutama pada level kesadaran teologis dan nilai-nilai dasar seperti kejujuran serta kerelaan (*antaradin*). Sebagian besar pedagang memahami bahwa aktivitas perniagaan bukan sekadar pertukaran materi, melainkan instrumen untuk meraih keberkahan hidup. Hal ini tercermin dari tren digitalisasi alat ukur untuk menjaga akurasi serta adanya upaya menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui keterbukaan informasi. Revitalisasi kesadaran ini menjadi modal sosial yang kuat dalam memperkuat ekosistem ekonomi kerakyatan di tingkat lokal (Syaipudin & Awwalin, 2023).

Namun demikian, pada tataran praktik yang lebih detail dan teknis, masih ditemukan beberapa tantangan signifikan yang memerlukan perhatian serius. Praktik *tadlis* ringan dalam penataan produk serta adanya ketidakkonsistenan dalam kesempurnaan takaran pada penggunaan timbangan manual menunjukkan bahwa ruang untuk perbaikan dan edukasi berkelanjutan masih sangat terbuka lebar. Diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif, baik melalui pengawasan mandiri oleh komunitas pasar maupun edukasi mengenai strategi pemasaran yang tetap mengedepankan transparansi penuh (Kusnandi et al., 2024). Dengan penguatan pada sisi implementasi teknis ini, diharapkan praktik perdagangan di Pasar Batakan dapat sepenuhnya selaras dengan nilai-nilai syariah yang kaffah, sehingga mampu menciptakan kesejahteraan yang berkeadilan bagi seluruh pihak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pembahasan mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Batakan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi pada tingkat kesadaran umum pada penerapan etika bisnis Islam di kalangan pedagang Pasar Batakan secara umum telah berjalan pada tingkat kesadaran yang cukup baik. Prinsip-prinsip fundamental seperti saling ridha (*'an taradhin*), yang terwujud dalam budaya tawar-menawar yang sehat, serta prinsip kejujuran (*shiddiq*) secara umum telah menjadi landasan moral bagi mayoritas pedagang dalam berinteraksi dengan pembeli.
2. Kesenjangan dalam praktik teknis yaitu meskipun kesadaran umum sudah ada, penelitian ini menemukan bahwa implementasi etika bisnis Islam belum kaffah (menyeluruh) dan masih terdapat kesenjangan signifikan pada praktik yang lebih teknis. Pelanggaran serius terhadap prinsip keadilan (*'Adl*) masih ditemukan dalam bentuk praktik pengurangan takaran atau timbangan oleh sebagian oknum pedagang. Selain itu, prinsip kejujuran dan transparansi belum diterapkan secara

sempurna, yang ditandai dengan masih adanya praktik tadlis (menyembunyikan cacat barang) untuk menarik minat pembeli.

3. Penerapan bersifat parsial bahwa penerapan etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Batakan masih bersifat parsial. Para pedagang telah berhasil menginternalisasi aspek-aspek etika yang bersifat sosial dan relasional (menjaga hubungan baik dengan pelanggan), namun masih lemah dalam mengimplementasikan aspek-aspek etika yang bersifat teknis dan menuntut integritas tinggi (kesempurnaan takaran dan transparansi total). Diperlukan adanya edukasi dan pengawasan yang berkelanjutan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam secara lebih komprehensif di kalangan pedagang

REFERENSI

- Helmy, B. J., Syaipudin, L., Harimulyono, N., & Luthfi, A. (2025). Konsep bisnis industri rumah tangga perspektif teori hubungan manusia Elton Mayo. *ALTAMKIN: Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 30–36.
- Indinabila, Y. (2021). SAMARA FM Tulungagung radio marketing communication strategy in attracting advertisers. *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(2). <https://doi.org/10.38073/wasilatuna.v4i2.559>
- Ista, A., Akram, Andi Muh. T. B. N., Lutfi, M., & Misbahuddin. (2023). Prinsip kejujuran dalam usaha. *Business and Investment Review*, 1(5). <https://doi.org/10.61292/birev.vii5.51>
- Kusnandi, W., Syaipudin, L., & Luthfi, A. (2024). Strategi penjualan dan pemasaran dalam bisnis dagang retail di Toko Agung Jaya Kunir Wonodadi Blitar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Modern dan Tradisional*, 1(1), 1–13.
- Luthfi, A., Hakim, L., Purnama, C., & Syaipudin, L. (2025). Ekonomi manajerial bisnis digital monetisasi trafik pembaca di Jurnal Ngawi part of Pikiran Rakyat Media Network. *Almawarid: Journal of Management and Business Sciences*, 1(2), 81–89.
- Nuphanudin, N., Roza, Y. M., Nani, N., Dharmawan, D. I., & Zainurossalamia ZA, S. (2023). Persepsi masyarakat tentang kualitas produk makanan khas Ramadhan di pasar tradisional. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1). <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2958>
- Pramudita, A. C., & Syaipudin, L. (2025). Manajemen keuangan dalam pengembangan potensi pariwisata syariah di Gunung Budeg Tulungagung. *AKSAYA: Jurnal Rumpun Akuntansi Publik*, 1(2), 60–66.
- Rustam, M. H., Hamler, H., Marlina, T., Handoko, D., & Alamsyah, R. (2023). Peran dan tanggung jawab konsumen untuk mencegah praktik penipuan dalam transaksi online dari perspektif hukum perlindungan konsumen. *Riau Law Journal*, 7(1). <https://doi.org/10.30652/rlj.v7i1.8050>

- Syaipudin, L. (2025). *Pengantar penelitian lapangan sederhana berbasis jurnalistik (Kualitatif, kuantitatif, R&D dan studi kepustakaan)*. Dawarmiyata Press LPPM STIE Al-Anwar.
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. N. (2023). Analysis traditional market revitalization for economic improvement of Kras Market Kediri. *MAR-Ekonomi: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Rumpun Ilmu Ekonomi*, 1(02), 32–41.
- Syukur, M. (2018). Distribusi perspektif etika ekonomi Islam. *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2(2).
<https://doi.org/10.33650/profit.v2i2.559>
- Zainuddin, A. (2017). Dimensi sosial tauhid: Konstruksi jaringan relasional Islam perspektif Hassan Hanafi. *Miyah: Jurnal Studi Islam*, 13(2).