

ANALISIS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR KESAMBEN

Oleh:

Nasya Amelia Putri¹

Abdur Rohman²

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Telang, Kec. Kamal, Kab. Bangkalan, Jawa Timur (69162)

Korespondensi Penulis: 220721100117@student.trunojoyo.ac.id

Abstract. *Traders' adherence to Islamic concepts of business ethics and the mechanics of the traditional Kesamben market are the primary focus of this study. A descriptive approach characterizes the qualitative technique. Five vendors at the historic Kesamben market provided the main data. These include grocery traders, vegetable traders, meat traders, snack traders and spice traders. The study's findings reveal that some merchants have not yet integrated the monotheistic concept into their Islamic business ethics practices. The goal of this study is to learn about Islamic business ethics and help merchants better grasp them.*

Keywords: *Principles, Ethics, Islamic Business*

Abstrak. Ketaatan pedagang terhadap konsep etika bisnis Islam dan mekanisme pasar tradisional Kesamben menjadi fokus utama penelitian ini. Pendekatan deskriptif menjadi ciri teknik kualitatif. Lima pedagang di pasar bersejarah Kesamben memberikan data utama. Diantaranya terdiri dari pedagang sembako, pedagang sayur-sayuran, pedagang daging, pedagang makanan ringan (*snack*), dan pedagang rempah-rempah. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa beberapa pedagang belum mengintegrasikan konsep tauhid ke dalam praktik etika bisnis Islam mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari etika bisnis Islam dan membantu para pedagang untuk lebih memahaminya.

Kata Kunci: Prinsip, Etika, Bisnis Islam.

Received June 10, 2024; Revised June 18, 2024; June 20, 2024

*Corresponding author: 220721100117@student.trunojoyo.ac.id

ANALISIS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR KESAMBEN

LATAR BELAKANG

Masyarakat menginginkan lokasi yang dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka, dan tempat yang ideal untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka adalah pasar, khususnya pasar tradisional, yang masih menjadi pilihan utama banyak orang, terutama di daerah terpencil. Orang mengira ini jauh lebih murah dibandingkan supermarket. Selain itu, pasar juga berfungsi sebagai tempat berkumpulnya masyarakat.

Untuk tujuan pertukaran produk dan jasa, sejumlah besar orang berkumpul di pasar. Sebagai mekanisme pasar awal, barter komoditas dan jasa sudah ada sejak awal peradaban manusia¹. Pasar didefinisikan oleh para ekonom sebagai tempat di mana pembeli dan penjual berinteraksi atas suatu barang atau serangkaian barang tertentu². Sederhananya, pasar adalah mata rantai dalam rantai pasokan yang menghubungkan konsumen yang memiliki produk dengan mereka yang memiliki pendapatan yang dapat dibelanjakan³.

Mengingat berbagai pelanggaran di bidang korporasi telah menimbulkan akibat yang merugikan, maka etika bisnis perlu mendapat perhatian. Seperangkat prinsip dalam berbisnis sesuai dengan hukum Islam, yang bersumber dari ajaran Al-Qur'an dan hadis, berfungsi sebagai kerangka untuk menentukan benar dan salah dalam transaksi komersial. Oleh karena itu, etika bisnis tidak dapat dipisahkan dari dunia bisnis⁴.

KAJIAN TEORITIS

Definisi Bisnis Secara Umum

Bisnis, menurut teori ekonomi, adalah entitas apa pun yang tujuan utamanya adalah menghasilkan pendapatan melalui penjualan produk atau layanan kepada pengguna akhir melalui entitas lain. "Sibuk" awalnya berarti "aktif" dalam kaitannya dengan orang, kelompok, atau masyarakat, dan dari akar kata inilah istilah bahasa Inggris "bisnis" berasal. Melakukan hal-hal yang menghasilkan uang adalah maksudnya⁵.

¹ Ahmad Afan Zainidi, "Pasar Persaingan Sempurna dalam Perspektif Islam" jurnal Ummul Qura Vol IV, No. 2, (2014). 91.

² Muhammad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, (Jakarta: PT. Krisna Persada, 2005), 7

³ T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Kanisius, 2003). 33

⁴ Putri Maharanim Skripsi. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Melaksanakan Penjualan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar". (Batusangkar: IAIN Batusangkar, 2021), 1.

⁵ Widyatmini, *Diktat Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Guna Darma, 1996), 97.

Selain itu, bisnis dapat digambarkan sebagai aktivitas yang dilakukan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasar dan keinginan mereka melalui penggunaan sumber daya ekonomi yang strategis dan efisien⁶

Orang tidak dapat bertahan hidup tanpa satu sama lain dan tidak dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka dalam masyarakat di mana mereka selalu mencari hubungan baru. Akibatnya, pola pikir saling ketergantungan bisa saja berkembang antar manusia. Dari sudut pandang moneter, masyarakat sejahtera dicirikan oleh sikap saling membantu, ketika individu mengumpulkan sumber daya mereka yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas⁷.

Selain pengertian secara umum, berikut pengertian bisnis menurut para ahli⁸:

1. Menurut Hughes dan Kapoor, "bisnis" adalah "pengejaran keuntungan ekonomi secara sistematis melalui penjualan barang dan jasa dengan tujuan memenuhi permintaan konsumen dan berinvestasi kembali di masyarakat."
2. Perusahaan menurut Steinfeld (1979) adalah organisasi yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memproduksi dan menjual produk dan jasa. Lembaga ini akan bertumbuh dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat seiring pertumbuhannya, sambil mempertahankan margin keuntungan yang sehat.
3. Menurut Steade, Lowry, dan Glos (1996), bisnis terdiri dari berbagai upaya manusia yang bertujuan untuk memenuhi permintaan pelanggan akan produk dan layanan melalui pengembangan, transformasi, dan transformasi berbagai sumber daya.
4. Menurut Allan Afuah (2004), "bisnis" mengacu pada setiap usaha di mana dua atau lebih individu bekerja sama untuk menciptakan dan menjual produk atau jasa dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Pemenuhan kebutuhan masyarakat menjadi alasan keuntungan atau keuntungan tersebut. Wirausahawan adalah mereka yang telah mengerahkan sumber dayanya sendiri (uang, waktu, dan tenaga) untuk

⁶ Muslich, Etika Bisnis Islami; *Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*, (Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, 2004), 15

⁷ Iwan Aprianto, dkk, Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam, (Sleman: Deepublish, 2020)

⁸ Raba Nathaniel, Pengantar Bisnis Cet-1 (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), 9.

ANALISIS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR KESAMBEN

mengambil risiko guna menjalankan perusahaan.

5. Menurut Huat, T. Chwee (1990), "bisnis" mencakup setiap dan semua organisasi yang menyediakan komoditas dan layanan yang diperlukan untuk masyarakat luas.
6. Penyediaan jasa atau barang yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan adalah bisnis, menurut Ebert dan Griffin (1996). Setiap orang mulai dari perusahaan mapan hingga perusahaan rintisan, serta individu yang tidak memiliki kerangka hukum formal, dapat terlibat dalam aktivitas semacam ini.
7. Madura, Jeff (2009); Perusahaan adalah jenis bisnis yang menawarkan barang dan jasa kepada konsumen

Pengertian Bisnis Islam

Dalam Islam, bisnis bisa bermacam-macam bentuknya, namun batasan utamanya adalah pada cara memperoleh dan menggunakan aset (ada larangan halal dan haram), bukan pada jumlah atau kualitas aset (barang atau jasa) yang dimiliki atau keuntungan yang dihasilkan⁹. Dalam mengejar keuntungan, bisnis terlibat dalam berbagai bentuk jasa, perdagangan, dan industri. Bisnis, dalam pandangan Skinner, adalah “pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan”¹⁰. Kemakmuran sangat penting untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Oleh karena itu, orang ingin mengumpulkan kekayaan, dan salah satu caranya adalah dengan bekerja. Menjalankan usaha merupakan salah satu pekerjaan yang termasuk dalam kategori ini¹¹.

Seperti yang dapat kita lihat dari uraian di atas, Islam mengamanatkan bahwa seluruh umat Islam, terutama mereka yang memiliki tanggungan, harus bekerja. Salah satu cara utama orang mengumpulkan kekayaan adalah melalui kerja keras mereka. Allah (SWT) memberkati umat manusia dengan kemampuan untuk bekerja dan menghidupi diri mereka sendiri dengan memperluas dunia dan menganugerahkan berbagai sarana penghidupan. Allah berfirman dalam Q.S Al-Mulk (67): 15

⁹ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 15

¹⁰ Siti Halimah Assa'diyah, Skripsi. *Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Kedawung Mojo Kediri*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019), 27

¹¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 17.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ
الْمُتَوَرُّونَ

Artinya:

“Dialah yang menjadikan bumi ini mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rizki-Nya. Hanya kepadaNya kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.¹²

Bisnis dalam Al-Quran

Al-Qur'an memuat sejumlah kata-kata yang relevan dengan prinsip bisnis. Istilah *tadayantum*, *isyatara*, *al Tijarah*, dan *al Bai'u* termasuk diantaranya¹³.

Akar kata dari kata “tijarah” ”perdagangan”, “niaga”, dan “tajran wa tijaratan” berarti attijarayyu wal mutjariyyu, yang secara harafiah berarti “mengenai perdagangan atau perniagaan,” merupakan bentuk jamak dari at-tijaratun wal mutjar¹⁴.

Tijarah muncul delapan kali dan tijaratuhum satu kali dalam Al-Qur'an. Dalam surah al-Baqarah (2): 282, an-Nisa (4): 29, at-Taubah (9): 24, dan an-Nur (24): Al-Qur'an memuat bentuk tijarah.(disebutkan dua kali) dalam surah al-Jum'ah (62): 11, as-Shaff (61): 10, dan Fatir (35): 29. Mengingat ayat Tijaratuhum dalam surah al-Baqarah (2): 16¹⁵.

Ada dua pengertian istilah tijarah pada ayat di atas. Yang pertama digunakan dalam kaitannya dengan perdagangan yaitu pada surah al-Baqarah (2): 282. Kedua, dalam dunia usaha mempunyai makna yang luas. Ini adalah wawasan menarik yang berlaku untuk semua situasi ini: bahwa perdagangan bukan hanya tentang hal-hal yang dapat diukur, namun juga tentang hal-hal yang secara kualitatif tidak material¹⁶.

Al-Qur'an At-Taubah (9): 24 menjelaskan:

قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ
اقتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَلِكٌ تَرْضَوْنََهَا حَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ

¹² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Latnah Pentashihan Mushaf AlQur'an), 2019.

¹³ Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*, jurnal Mazahib, Vol. IV, No. 2, Desember 2007. 177

¹⁴ Ahmad Warson Munawwir, *Kamus al-Munawwir*, (Yogyakarta: Pustaka Progresif, 1984), 139.

¹⁵ 5 Fu'ad Abdul Baqi, *Mu'jam al-Mufahras*, (Kairo: Darul Fikr, 1981), 152

¹⁶ Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*, jurnal Mazahib, Vol. IV, No. 2, Desember 2007. 177.

ANALISIS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR KESAMBEN

وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرٍ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Jika bapak-bapakmu, anak-anakmu, saudara-saudaramu, pasangan-pasanganmu, keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, dan perniagaan yang kamu khawatirkan kerugiannya, serta tempat tinggal yang kamu sukai lebih kamu cintai daripada Allah dan Rasul-Nya dan daripada berjihad di jalan-Nya, tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan-Nya.” Allah tidak memberi petunjuk kepada kaum yang fasik¹⁷. (QS. At-Taubah (9): 24)

Al-Qur'an as-Shaaf (61): 10-11 menjelaskan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَى تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ
تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ۚ ذَلِكَ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Maukah kamu Aku tunjukkan suatu perdagangan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? (Yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagi kamu jika kamu mengetahui”¹⁸.

Bagian ini menetapkan aturan-aturan untuk transaksi bisnis yang sukses yang akan membawa kekayaan besar dan kemakmuran jangka panjang bagi pelakunya. Upaya yang dilakukan adalah pengabdian yang teguh kepada Allah, kasih sayang yang tulus kepada-Nya, dan mengejar kesuksesan materi melalui penyebaran Islam dan meninggikan risalah-Nya¹⁹.

Orientasi Bisnis Menurut Islam

Empat tujuan utama bisnis Islam adalah sebagai berikut: (1) hasil yang diinginkan, termasuk keuntungan moneter dan keuntungan non-moneter; (2) perluasan; (3) kelangsungan hidup jangka panjang; dan (4) nikmat ilahi.

Dua jenis hasil yang diinginkan adalah keuntungan materi dan keuntungan materi. Di satu sisi, bisnis bertujuan untuk memaksimalkan nilai material, atau keuntungan. Di

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Latnah Pentashihan Mushaf AlQur'an), 2019.

¹⁸ Ibid,

¹⁹ Musthafa al-Maraghi, *Tafsir al-Maraghi, terjemahan Bahrun Abu Bakar dkk. Jilid 28, 29, 30*, (Semarang: PT. Toha Putra, 1993), 145-146.

sisi lain, mereka juga ingin meraih dan memberikan manfaat non-materi, seperti menumbuhkan rasa persahabatan dan kepedulian sosial di dalam dan di luar perusahaan.

Memberikan dampak positif, baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Perbuatan baik menurut Islam harus mempunyai tujuan melebihi *qimah madiyah*. *Qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah* merupakan tiga orientasi terakhir. *Qimah insaniyah* menandakan bahwa pihak manajemen berupaya memberikan manfaat sosial, seperti lapangan kerja dan bantuan sosial (sedekah), kepada masyarakat luas. Menurut *qimah khuluqiyah*, hubungan persaudaraan Islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional, hanya dapat terjalin ketika standar moral yang tinggi meresap ke dalam seluruh aspek dalam berbisnis. Sedangkan *qimah ruhiyah* mengacu pada upaya yang mendekatkan seseorang kepada Allah SWT²⁰.

Etika Bisnis Islam

Taetha, bentuk jamak dari *ethos*, berarti kebiasaan, karakter, moral, dan standar dalam bahasa Yunani. Dari sinilah kata bahasa Inggris "*ethics*" berasal. Kode etik adalah seperangkat prinsip yang mendefinisikan perilaku yang pantas dan tidak pantas. Artinya nilai-nilai dalam kehidupan, baik yang berkaitan dengan manusia maupun organisasi seperti masyarakat, sangat erat kaitannya dengan etika. Prinsip-prinsip ini menjadi hukum yang dikodifikasi dan diwariskan selama berabad-abad, dan pada akhirnya menjadi kebiasaan dan praktik yang tidak terkendali di semua aspek masyarakat.²¹

Al-Qur'an menggunakan khiyar (kebaikan), birr (kebenaran), qist (kesetaraan), 'adl (kesetaraan dan keadilan), haqq (kebenaran dan keadilan), ma'ruf (mengetahui dan menyetujui), dan taqwa (takwa) untuk menggambarkan kebaikan, yang menjadi lebih jelas ketika kita mempelajari topik ini lebih dalam²². Sabayar mengacu pada perbuatan baik dan sayyi'at untuk perbuatan yang merugikan²³. Oleh karena itu, ilmu yang mempelajari tentang benar dan salahnya tingkah laku manusia dikenal dengan istilah etika²⁴.

²⁰ Supandi Rahman, *Bisnis dalam Islam, Mutawazzin (Jurnal Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Sultan Amai Gorontalo)*, Vol 1m Nomor 11, April 2020, 60-61.

²¹ K. Bertens, *Etika*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007), 4

²² Rafik Issa Bekuun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 3.

²³ Ibid

²⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 19

ANALISIS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR KESAMBEN

Etika dibagi menjadi dua, yakni:

1. Istilah "etika umum" mengacu pada seperangkat prinsip yang berlaku secara universal.
2. Beberapa cabang etika, yang konsep panduannya mencakup tugas-tugas manusia, dibagi lagi menjadi:
 - Perbuatan seseorang merupakan etikanya sendiri.
 - Kajian etika sosial mencakup berbagai topik, termasuk peran makhluk sosial (*homo socius*), pengembangan standar moral universal yang mengatur perilaku manusia dalam konteks sosial, dan penerapan standar tersebut pada konteks tertentu.²⁵

Sikap-sikap dalam bisnis Islam:

1. Jujur (Integritas)

Karena kepercayaan adalah komoditas yang tak ternilai harganya dalam transaksi komersial, kejujuran dan kepercayaan harus berjalan beriringan. Jika ada pihak tertentu yang tidak jujur, maka dapat dipercaya lagi dan hal ini akan menyulitkan dirinya untuk bertahan dalam bisnisnya²⁶. Sifat kejujuran dalam bisnis telah dicontohkan oleh Rasulullah Saw dalam kehidupan beliau. Sebagai seorang pedagang yang profesional, Nabi Muhammad dikenal sebagai Al-Amin dan AsShidiq, ialah seorang pebisnis yang interitasnya tidak perlu dipertanyakan lagi²⁷

2. Dapat Dipercaya

Jujur, atau al-Amanah, adalah sifat terpuji yang mengungkapkan karakter seseorang dan menentukan serat moral mereka dalam interaksi sehari-hari. Sifat amanah merupakan syarat mengamalkan agama Islam, yang dituangkan dalam Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW. Selain menentukan masa depan masyarakat, sikap amanah juga menjadi penentu

²⁵ Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam*, (Sleman: Deepublish, 2021), 12.

²⁶ H. Nawawi, *Islamic Business Ethics Between Reality and History*. *KARSA Journal of Social and Islamic Culture*, 2013, 1.

²⁷ Amirudin Ma'ruf, *Ekonomi dan Bisnis Islam: Konsep dan Aplikasi Terkini*, (Serang: PT. Sada Kurnia Pustaka, 2023), 28.

keberlangsungan manajemen dalam suatu organisasi. Pentingnya amanah ditekankan dalam ayat 27 surat al-Anfal dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui”.²⁸

3. Menghindari *najsy* (rekayasa)

Najsy adalah salah satu praktik etika yang dilarang Nabi dalam perdagangan. Abdul Manan mengartikan *najsy* sebagai “bermain harga”, dalam hal ini pembeli mengajukan penawaran terhadap suatu barang dengan harapan penawar lain akan menaikkan penawarannya sendiri. Contoh *najsy* menurut Imam Malik adalah ketika seseorang melakukan jual beli dengan tujuan mempengaruhi orang lain agar menawar suatu barang dengan harga yang lebih tinggi dari harga jualnya, tanpa benar-benar membeli barang tersebut. tingkat yang lebih besar²⁹. Bentuk usaha ini sangat dilarang dalam Islam karena mengandung aspek penipuan dan konspirasi, yang dapat merugikan konsumen sekaligus menguntungkan penjual³⁰.

4. Menjauhi persaingan tidak sehat

Keyakinan seorang pedagang terhadap kekayaan yang sudah diatur harus dipertahankan meskipun ada persaingan harga di antara mereka.

5. Transparansi dan Akuntabilitas

Bisnis yang baik merupakan serangkaian proses yang diterapkan di organisasi untuk menjadi tujuan yang telah diterapkan. Transparansi dan akuntabilitas adalah dua prinsip yang utama dalam tata pemerintahan yang baik. Keduanya memiliki keterikatan satu sama lain. Tanpa transparansi tidak ada akuntabilitas, akuntabilitas menjadi tidak berarti. Transparansi merupakan upaya mencapai kebaikan dan kemajuan. Islam sangat

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Latnah Pentashihan Mushaf AlQur'an), 2019

²⁹ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Perdilan Agama*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), 198.

³⁰ 1 Rusydie Anwar, *25 Rahasia Bisnis Laris Manis Ala Rasulullah*, (Bantul: Araska Publisher, 2020), 190

ANALISIS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR KESAMBEN

menekankan prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam kegiatan bisnis³¹. Surat al Baqarah ayat 282 memuat perintah ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَآكْتُبُوهُ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar”³².

6. Bersyukur

Bersyukur intinya adalah mengakui segala kebaikan yang telah Allah SWT berikan kepada manusia. Bersyukur dalam berbisnis berarti memanfaatkan kedudukannya untuk kemaslahatan yang lebih besar. Semangat bersyukur dikatakan memiliki kekuatan untuk menyadarkan individu akan nasib baik mereka dan menginspirasi mereka untuk memanfaatkannya sebaik-baiknya. Allah SWT berfirman dalam Qur'an surah Ibrahim ayat 7:

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ

Artinya: “Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka pasti azab-Ku sangat berat”³³.

7. Tawakal

Tindakan tawakal adalah menyerahkan hidup seseorang kepada Allah. Oleh karena itu, membangun kepercayaan sangat penting bagi kesuksesan perusahaan. Selain itu, tawakal harus dipadukan dengan sifat ketekunan dan istiqamah untuk memaksimalkan hasil dari sebuah usaha. Tawakal akan membimbing manusia untuk menerima akibat baik atau buruk dari ikhtiar. Oleh karena itu konsep tawakal adalah menanamkan semangat kegigihan dalam segala pekerjaan yang akhirnya menjamin mutu usaha seseorang yang prima³⁴. Dalam ayat tiga surah at-Talaq dalam Al-Qur'an, Allah berfirman:

³¹ Amirudin Ma'ruf, *Ekonomi dan Bisnis Islam: Konsep dan Aplikasi Terkini*, (Serang: PT. Sada Kurnia Pustaka, 2023), 29.

³² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Latnah Pentashihan Mushaf AlQur'an), 2019.

³³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Latnah Pentashihan Mushaf AlQur'an), 2019.

³⁴ Amirudin Ma'ruf, *Ekonomi dan Bisnis Islam: Konsep dan Aplikasi Terkini*, (Serang: PT. Sada Kurnia Pustaka, 2023), 31

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بِالْعَامِرِينَ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

Artinya: “Dan Dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangkangkannya. Dan barangsiapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu”³⁵.

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam

1. *Unity* (tauhid)

Dalam berbisnis, khususnya jual beli, gagasan persatuan yang terkadang disebut monoteisme sangatlah penting. Mengamalkan tauhid dalam berbisnis berarti mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya dalam hal jual beli. Misalnya saja dengan tidak melakukan gharar dan riba serta menjalankan ibadah mahdha-Nya yang meliputi shalat lima waktu, puasa, zakat, sedekah, dan sebagainya.³⁶

2. *Equilibrium* (keseimbangan/keadilan)

Standar etika yang harus diterapkan pada organisasi dan operasi perusahaan meliputi moderasi, kesatuan, dan keseimbangan. Keadilan dalam bisnis sangat dianjurkan oleh Islam, yang melarang kezaliman dan ketidakjujuran. Allah mengutus nabi untuk menegakkan keadilan di dunia. Seseorang yang berbuat curang sering kali meminta dipenuhi ketika mendapat takaran dari orang lain, namun terus-menerus mengurangnya ketika menakar atau menimbang untuk orang lain. Ini adalah kecelakaan besar bagi mereka. Penipuan perusahaan adalah pelanggaran kepercayaan. Umat Muslim diperintahkan dalam Al-Qur'an untuk menghindari praktik penipuan seperti

³⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Latnah Pentashihan Mushaf AlQur'an), 2019.

³⁶ NINE Haryanti dan Trisna Wijaya, *Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Pedagang di PD Tradisional Pancasila Tasikmalaya*, Jurnal Ekonomi Syariah Vol 4 No 2, 2019, 128.

ANALISIS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR KESAMBEN

mengurangi takaran dan timbangan dengan menggunakan timbangan dan takaran yang tepat³⁷.

3. *Free will* (kehendak bebas)

Meskipun kebebasan individu sangat dihargai dalam etika korporasi Islam, praktik ini tidak melanggar kebaikan bersama. Setiap orang memiliki minat uniknya masing-masing. Masyarakat lebih mungkin untuk secara aktif berkreasi dan bekerja dengan kapasitas penuh ketika mereka tidak dibatasi oleh pembatasan moneter.

Dalam etika bisnis Islam, gagasan tentang kehendak bebas berarti kemampuan untuk menciptakan dan menepati janji. Namun salah satu syarat jual beli yang sah adalah adanya kehendak bebas sendiri, yang dimaksud di sini adalah kesanggupan melakukan transaksi dagang berdasarkan kehendak bebasnya sendiri, tanpa campur tangan pihak luar. Ketika salah satu pihak dalam suatu transaksi menggunakan kekerasan atau ancaman kekerasan untuk mempengaruhi pihak lain, seluruh transaksi dapat batal demi hukum³⁸.

4. *Responsibility* (tanggung jawab)

Karena keinginan bebas dan tanggung jawab atas tindakan seseorang saling terkait erat, mustahil bagi manusia untuk memiliki kebebasan tanpa batas. Hal ini membatasi hak pilihan manusia dan membuat setiap individu bertanggung jawab atas perbuatannya. Sayid Qutb berpendapat bahwa hakikat tanggung jawab antara lain adalah keselarasan antara diri jasmani dan rohani, keluarga dan masyarakat, dan kedudukan seseorang dalam masyarakat³⁹.

Banyak individu dan organisasi yang bertanggung jawab atas hal ini, termasuk:

- a. Secara etis, ia berhutang budi pada hati nuraninya, yang setiap saat menuntut pertanggungjawaban atas tindakannya.
- b. Mengenai mereka yang berhubungan dengannya dalam urusan komersial.

³⁷ Nur Isnaini, *Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 5 Nomor 3, 2022, 137.

³⁸ Rianti, *Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli pada Marketplace Lazada*, *Niqosiya: Jurnal of Economics and Business research*, Vol 1 No 11, 2021, 10

³⁹ Nur Isnaini, *Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 5 Nomor 3, 2022, 138

- c. Mengenai pihak ketiga, yaitu individu-individu yang terkait dengan mereka yang secara tidak langsung terkena dampak dari pilihan dan perilaku perusahaan mereka⁴⁰

5. *Benevolence* (ihsan)

Mengenai bagaimana vendor berinteraksi dan melayani pelanggan, prinsip ihsan (kebajikan) relevan. Sikap pedagang yang ramah, baik hati, ramah, dan sabar menjadi nilai jual yang baik dan memberikan kesan yang baik. Sebaliknya, pedagang akan mendapat reputasi buruk jika mereka memperlakukan pelanggan secara berbeda berdasarkan ciri kepribadian mereka atau jika mereka kasar, tidak sabar, atau bermusuhan.⁴¹

Para pebisnis muslim dapat mengambil manfaat dari prinsip-prinsip bisnis Islam dalam banyak hal, antara lain sikap dermawan, keinginan untuk mengabdikan kepada sesama, dan sadar akan Allah SWT dan peraturan-peraturan-Nya. Tanpa rasa permusuhan atau penyesalan apa pun, sekelompok orang yang berkepentingan membentuk kemitraan persaudaraan untuk menjalankan perusahaan yang menguntungkan mereka semua⁴².

METODE PENELITIAN

Mencari informasi dengan melihat benda yang diteliti di habitat aslinya merupakan inti dari studi lapangan kualitatif ini. Ketika seorang peneliti menggali secara mendalam suatu program, proses, peristiwa, atau aktivitas untuk seseorang atau beberapa orang⁴³. Untuk melakukan penelitian kualitatif, seseorang harus mengkaji bagaimana perasaan orang terhadap, bereaksi terhadap, atau memahami suatu fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, atau serangkaian keyakinan tertentu. Dari sudut pandang etika bisnis Islam, penelitian ini berupaya mendapatkan pemahaman komprehensif tentang perilaku pedagang pasar tradisional di pasar kesamben. Data primer penelitian ini berasal dari

⁴⁰ Husnul Azizah, Skripsi. *Konten kreatif youtube sebagai sumber penghasilan ditinjau dari etika bisnis islam* (studi kasus youtuber kota metro), (Metro: IAIN Metro, 2020), 35.

⁴¹ Nine Haryanti dan Trisna Wijaya, *Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Pedagang di PD Tradisional Pancasila Tasikmalaya*, Jurnal Ekonomi Syariah Vol 4 No 2, 2019, 129

⁴² Ttin Zakiyah, Skripsi. *“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus pada Toko Busana Muslim Galeri Yasmin Kabupaten Trenggalek)”*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2017), 94.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: CV Alfabeta, 2013), 15.

ANALISIS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR KESAMBEN

saksi dan wawancara lima pedagang di pasar tradisional, jadi langsung dari sumbernya Kesamben.

Diantaranya adalah mereka yang bergerak di bidang pangan seperti daging, sayur mayur, jajanan, dan rempah-rempah. Peneliti mengumpulkan data dengan observasi sistematis terhadap proses sosial, yang selanjutnya didokumentasikan sesuai format observasi. Peneliti mempelajari terlebih dahulu pasar Kesamben lama dan tindakan para pedagangnya, kemudian membandingkannya dengan prinsip etika bisnis Islam. Peneliti juga menggunakan wawancara terstruktur, di mana mereka mengajukan beberapa pertanyaan mendalam berkaitan dengan tema sentral masalah, untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin dari orang yang diwawancarai. Di sisi lain, saat melakukan penelitian dengan menggunakan wawancara terstruktur, peneliti bebas memilih isu dan pertanyaan yang ingin diajukan⁴⁴.

Setelah pengumpulan data, peneliti akan melakukan reduksi data, menampilkan temuan, dan terakhir membuat kesimpulan. Memilih, memusatkan perhatian pada reduksi, abstraksi, dan manipulasi data mentah yang timbul dari catatan lapangan yang direkam dikenal sebagai reduksi data⁴⁵.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Pasar Kesamben

Sikap dan tindakan seorang pedagang saat berdagang dikenal sebagai perilaku pedagang. Disini peneliti mengunjungi pasar tradisional Kesamben dan berbincang dengan lima pedagang yang berperan sebagai narasumber. Tindakan pedagang dijelaskan di bawah ini:

1. Unity (tauhid)

Mengenai tauhid, para saudagar muslim mempunyai keyakinan bahwa Allah SWT yang bertanggungjawab atas segala kejadian. Mereka menganggap makanan yang mereka makan adalah berkah dari Allah.

⁴⁴ Muh. Khalifah Mustamin Dkk, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Makassar: CV. Berkah Utami, 2009), 94-95.

⁴⁵ Yonna ifan falucky, Skripsi. “ *Analisis Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisionnal dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Ngentrong, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung)*”, (Tulungagung: IAIN Tulunggun, 2020), 59.

Begitulah cara manusia menunjukkan ketaqwaannya kepada Allah dengan mengeluarkan zakat dan sedekah dari kebaikan hatinya, bebas dari tekanan luar. Mereka memegang keyakinan bahwa zakat merupakan amanah dari Allah, sebagaimana tertuang dalam firman-Nya:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”⁴⁶ (QS. At-Taubah: 103)

Dari apa yang kita lihat, ada beberapa pedagang di pasar tradisional Kesamben yang menjalankan perintah salat dengan baik, namun berlebihan jika dikatakan semuanya melakukan hal yang sama. Salah satu alasan mereka lengah adalah karena mereka melayani pelanggan terlebih dahulu dan karena ada pula yang bergantian salat bersama rekan kerjanya. Pasar kesamben buka dari jam 02.00-08.00 jadi para pedagang hanya melaksanakan sholat subuh di pasar atau ketika bekerja. Tetapi ada beberapa toko yang buka hingga pukul 12.00 pm, diantaranya toko sembako dan toko makanan ringan. Mereka menutup toko sebelum azan dhuhur dan pulang ke rumah untuk melaksanakan sholat dhuhur. Akibatnya, para pedagang di pasar Kesamben lama belum sepenuhnya mengintegrasikan gagasan tauhid ke dalam praktik ekonomi mereka.

2. *Equilibrium* (keseimbangan/keadilan)

Perilaku yang adil ditunjukkan dengan berlaku adil terhadap skala atau ukuran, dan seluruh informan telah menunjukkan sikap atau perilaku yang seimbang atau berkeadilan, sesuai dengan hasil observasinya. Integritas sangat penting saat melakukan pengukuran atau penimbangan apa pun. Selain itu, menurut mereka jujur berarti mengutamakan pelanggan.

⁴⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Latnah Pentashihan Mushaf AlQur'an), 2019.

ANALISIS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR KESAMBEN

Dunia usaha dapat mempraktikkan perilaku yang seimbang dengan berterus terang mengenai segala kerusakan atau kekurangan pada produk yang mereka jual. Hal ini membantu memastikan bahwa pelanggan tidak dikecewakan oleh produk di bawah standar.

3. *Free will* (kehendak kebebasan)

Gagasan di balik keinginan bebas adalah bahwa masyarakat harus dapat memperoleh sesuatu berdasarkan preferensi mereka sendiri, selama mereka diberi informasi yang cukup mengenai harga dan kondisi komoditas tersebut. Begitu pula yang dilakukan oleh informan penjual sayur. Beliau membebaskan pembeli memilih barang yang bagus dan memisahkan barang yang kurang bagus atau tidak mencampurnya.

4. *Responsibility* (tanggung jawab)

Para informan menjunjung tinggi gagasan akuntabilitas dengan menghormati komitmen mereka kepada pembeli. Dalam hal ini, menjaga komitmen kepada pelanggan berarti menjamin jumlah barang yang diminta dan waktu yang disepakati. Mengambil kepemilikan atas produk yang ditawarkan untuk dijual adalah contoh lain dari tindakan yang bertanggung jawab.

5. *Benevolence* (ihsan)

Penggunaan prinsip ihsan yang baik adalah dengan memberikan tenggang waktu kepada pembeli untuk membayar selisihnya jika mereka tidak dapat segera membayarnya. Dia mengutip sumber pedagang daging yang mengatakan

“Meski mereka tidak bisa membayar dengan uang tunai, saya tetap percaya pada pembelinya. Pembeli yang menjadi klien saya adalah contoh orang yang saya anggap mempunyai kewajiban membayar, oleh karena itu saya mempertimbangkan karakter mereka saat mengambil keputusan”.

Ia mengatakan, informasi kedua adalah tentang pedagang:

“Ada beberapa kali pembeli saya yang uangnya kurang dari jumlah yang mereka beli, jika kurangnya sedikit saya iklaskan, namun jika kurangnya lumayan banyak maka saya perbolehkan untuk membayar

keesokan harinya. Selain itu saya memperbolehkan langganan saya untuk berhutang”.

Sikap membantu dalam bisnis sering kali dipandang sebagai sikap baik terhadap pelanggan. Pelanggan akan merasa senang dan puas bila mendapatkan pelayanan yang bermanfaat dan menyenangkan. Ada kemungkinan mereka hanya sekedar mampir dan akhirnya belanja bahkan bisa menjadi pelanggan tetap.

KESIMPULAN

Temuan studi ini mengungkapkan bahwa meskipun beberapa pedagang pasar tradisional Kesamben telah mengadopsi praktik bisnis Islam, namun ada juga yang belum. Para pedagang pasar tradisional di pasar Kesamben bertindak sesuai dengan prinsip etika perusahaan Islam dengan cara:

1. Melaksanakan salat wajib tepat waktu adalah contoh tauhid yang ditunjukkan oleh para pedagang; Meski demikian, ada beberapa pebisnis yang tidak tepat waktu dalam menangani masalah ini.
2. Semua sumber menganut konsep keseimbangan, yang berarti jujur tentang pengukuran dan berat serta tidak berusaha menutupi kekurangan.
3. Semua sumber menganut gagasan pilihan bebas dengan tidak menekan pelanggan untuk membeli barang yang tidak mereka inginkan.
4. Semua sumber telah mengakui perlunya akuntabilitas pedagang, termasuk memenuhi komitmen mereka dan bertanggung jawab atas kualitas barang yang dipasok.
5. Yang terakhir, para pedagang mengamalkan ihsan dengan sabar dan baik hati. Selain itu, ihsan juga berbentuk pemberian kredit dan perpanjangan jangka waktu pembayaran tergantung pada rasa saling percaya dan status pelanggan. Hal tersebut sudah dilakukan oleh para informan.

DAFTAR REFERENSI

Al-Maraghi, Musthafa, Tafsir al-Maraghi, terjemahan Bahrin Abu Bakar dkk. Jilid 28, 29, 30, Semarang: PT. Toha Putra, 1993.

ANALISIS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR KESAMBEN

- Anwar, Rusydie, 25 Rahasia Bisnis Laris Manis Ala Rasulullah, Bantul: Araska Publisher, 2020.
- Azizah, Husnul, Skripsi. Konten kreatif youtube sebagai sumber penghasilan ditinjau dari etika bisnis islam (studi kasus youtuber kota metro), Metro: IAIN Metro, 2020.
- Baqi, Fu'ad Abdul, Mu'jam al-Mufahrasy, Kairo: Darul Fikr, 1981.
- Bekuun, Rafik Issa, Etika Bisnis Islam, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Bertens, K, Etika, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, Jakarta: Latnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Djakfar, Muhammad, Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi, Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Gilarso, T, Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro, Yogyakarta: Kanisius, 2003.
- Hakim, Muhammad Aziz, Menguasai Pasar Mengeruk Untung, Jakarta: PT. Krisna Persada, 2005.
- Haryanti, Nine dan Trisna Wijaya, Analisis Penerpan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Pedagang di PD Tradisional Pancasila Tasikmalaya, Jurnal Ekonomi Syariah Vol 4 No 2, 2019.
- Ifan falucky, Yonna, Skripsi. “ Analisis Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisionnal dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Ngentrong, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung), Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2020.
- Isnaini, Nur, Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 5 Nomor 3, 2022.
- Iwan Aprianto, dkk, Etika & Konsep Managemen Bisnis Islam, Sleman: Deepublish, 2020.
- Ma'ruf, Amirudin, Ekonomi dan Bisnis Islam: Konsep dan Aplikasi Terkini, Serang: PT. Sada Kurnia Pustaka, 2023.
- Maharanim, Putri. Skripsi. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Melaksanakan Penjualan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar”. Batusangkar: IAIN Batusangkar, 2021.

Manan, Abdul, Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Pengadilan Agama, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012. Munawwir, Ahmad Warson, Kamus al-Munawwir, Yogyakarta: Pustaka Progresif, 1984.

Muslich, Etika Bisnis Islami; Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif, Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, 2004. Mustamin, Muh. Khalifah Dkk, Metodologi Penelitian Pendidikan, Makassar: CV. Berkah Utami, 2009. Nawawi, H, Islamic Business Ethics Between Reality and History. KARSA Journal of Social and Islamic Culture, 2013. Raba Nathaniel, Pengantar Bisnis, Cet-1, Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020.

Rianti, Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli pada Marketplace Lazada, Niqosiya: Jurnal of Economics and Business research, Vol 1 No 11, 2021. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (Mixed Methods), Bandung: CV Alfabeta, 2013