

Etika Bisnis Pedagang Muslim Dilihat Dari Persepektif Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Pasar Tradisional Kota Mataram

Oleh:

Moh. Huzaini¹, Akhmad Jupri², Ihsan Ro'is,³ Musta'in⁴.
mohhuzaini2@gmail.com

Abstract:

This study aims to determine the types of goods traded by Muslim traders, to analyze the Business Ethics of Muslim Traders viewed from an Islamic perspective and to analyze the welfare conditions of Muslim traders from an Islamic perspective in the Mataram Traditional Market. This study uses qualitative methods, because it examines reality, phenomena or symptoms that are holistic / intact, complex, dynamic and full of meaning. Data collection techniques carried out by observation, interviews, sound recordings and photographs. Informants were determined while in the field using snowball sampling techniques. Analysis of the data used is qualitative analysis. Research conclusions: 1. There are six groups of goods traded, namely: agricultural products, home industry, fishery products, food, various types of snacks and various types of culinary; 2. Most traders have adopted Islamic business ethics, for example not using fake oaths, being loose and generous, building good relationships and setting prices transparently. Some of them have not fully implemented Islamic business ethics, for example, not being honest in selling, not being loose and generous and not building a good relationship with customers; 3. Most traders have gotten a good life (hayaatan tayyibah) and have been qana'ah, even though they live in simplicity. They are also included in a prosperous family, because they have been able to meet the needs of dharuriyyat and hajiyyat. Some others do not include a prosperous family, because it has not been able to meet the needs of dharuriyyat (hifzun-nafs).

Keywords: *Business Ethics, Muslim Charter and Islamic Welfare.*

A. Pendahuluan

Islam adalah agama yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, tidak saja aspek ibadah, tetapi juga aspek *muamalah*. Kenyataannya, umat Islam saat ini lebih terfokus pada pengamalan tentang tata cara ibadah dalam kehidupan sehari-hari dan kurang memberikan perhatian kepada *muamalah* (perdagangan). Padahal Islam adalah

¹ Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram NTB Indonesia

² Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram NTB Indonesia

³ Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram NTB Indonesia

⁴ Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram NTB Indonesia

agama yang paling banyak mendorong umatnya untuk melakukan perdagangan. Pengungkapan kegiatan perdagangan dalam al-Qur'an ditemui dalam tiga bentuk, yaitu *tijarah* (perdagangan), *bay'* (menjual) dan *syira*/membeli⁵. Selain istilah tersebut masih banyak lagi terminologi lain yang berkaitan dengan perdagangan seperti *dayn*, *amwal*, *rizq*, *syirkah*, *dharb*, dan sejumlah perintah melakukan perdagangan global (Qs al-Jum'ah : 9).

Dalam berbagai hadits Nabi Muhammad Saw sering menekankan pentingnya perdagangan. Diantaranya riwayat dari Mu'az bin Jabal, bahwa Nabi bersabda:

"Sesungguhnya sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan yang apabila mereka berbicara tidak berdusta, jika berjanji tidak menyalahi, jika dipercaya tidak khianat, jika membeli tidak mencela produk, jika menjual tidak memuji-muji barang dagangan, jika berhutang tidak melambatkan pembayaran, jika memiliki piutang tidak mempersulit" (H.R. Baihaqi dan dikeluarkan oleh Ashbahani).

Dalam riwayat yang lain dijelaskan bahwa:

Nabi Muhammad Saw, menempatkan dan mensejajarkan para pedagang yang jujur bersama para Nabi, Syuhada dan Sholihin (HR Tarmizi).

Dalam riwayat yang lain dijelaskan bahwa:

"Hendaklah kamu berdagang, karena di dalamnya terdapat 90 % pintu rezeki" (H.R. Ahmad).

Suatu kegiatan bisnis haruslah dilakukan dengan etika atau norma-norma yang berlaku di masyarakat bisnis. Etika dan norma-norma itu digunakan agar para pengusaha/pedagang tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan dan usaha yang dijalankan memperoleh berkah dari Allah SWT dan memperoleh simpati dari masyarakat. Pada akhirnya, etika tersebut ikut membentuk para pengusaha/pedagang yang bersih dan dapat memajukan serta membesarkan usaha yang dijalanannya. Dalam melaksanakan etika yang benar, akan terjadi keseimbangan hubungan antara pengusaha dengan masyarakat, pelanggan, pemerintah, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Masing-masing pihak merasa dihargai dan dihormati. Kemudian ada rasa saling membutuhkan diantara mereka yang pada akhirnya menumbuhkan rasa saling percaya sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang sesuai dengan yang diinginkan⁶.

⁵ Nana Sudiana, 2009. *Perdagangan dan Jual Beli dalam Kacamata al-Qur'an*, Makalah.

⁶ Kasmir, 2010 "Kewirausahaan", Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta. hlm.20

Kota Mataram sebaga pusat pemerintahan, pusat pendidikan dan pusat perdagangan telah berdampak pada pesatnya roda perekonomian. Implikasi dari kondisi tersebut adalah tingginya tingkat urbanisasi, yang sekaligus meningkatnya permintaan akan layanan pemukiman penduduk baik dalam bentuk pusat-pusat pemukiman, hotel-hotel maupun rumah kontrakan. Di sektor perdagangan telah berkembang pusat-pusat kegiatan ekonomi seperti mall, pasar moderen, dan pasar tradisional serta infrastruktur yang menunjang kegiatan tersebut⁴. Di Kota Mataram masih kita jumpai beberapa pasar tradisional di beberapa Kecamatan yang masih eksis melayani kebutuhan masyarakat sekaligus tempat menjual produk dari masyarakat.

Seorang pedagang dalam pandangan Islam bukan sekedar mencari keuntungan semata, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dari Allah SWT. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materil (bendawi) tetapi yang lebih penting lagi adalah keuntungan immateriil (spiritual)⁷. Dari paparan di atas penulis merasa tertarik untuk mengkaji jenis-jenis barang yang diperdagangkan oleh para pedagang Muslim yang ada di pasar tradisional kota Mataram, etika bisnis pedagang muslim dilihat dari perspektif Islam di pasar tradisional kota Mataram, serta kondisi kesejahteraan pedagang Muslim ditinjau dari perspektif Islam di pasar tradisional kota Mataram.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, karena meneliti realitas, fenomena atau gejala yang bersifat holistik/utuh, kompleks, dinamis dan penuh makna. Kegiatan penelitian ini dilakukan di Pasar tradisional Kota Mataram. Pengumpulan data primer dilakukan pada kondisi yang alamiah, tehnik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi partisipatif, wawancara mendalam dan tehnik dokumentasi dalam bentuk rekaman suara, foto dan beberapa dekumen visual lainnya⁸.

Informan dalam penelitian ini adalah para pedagang yang ada di Pasar tradisional Kota Mataram. Informan dipilih terlebih dahulu sebelum peneliti turun lapangan dan selama berada di lapangan, dengan menggunakan tehnik "*snowball sampling*". Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif yang meliputi reduksi data, display data, dan menarik kesimpulan.

⁷ Djakfar Muhammad, 2008 "*Etika dan Praksis*, Penerbit UIN Malang Press, Malang. *Bisnis Islam Tataran Teoritis*

⁸ Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung Alfabeta

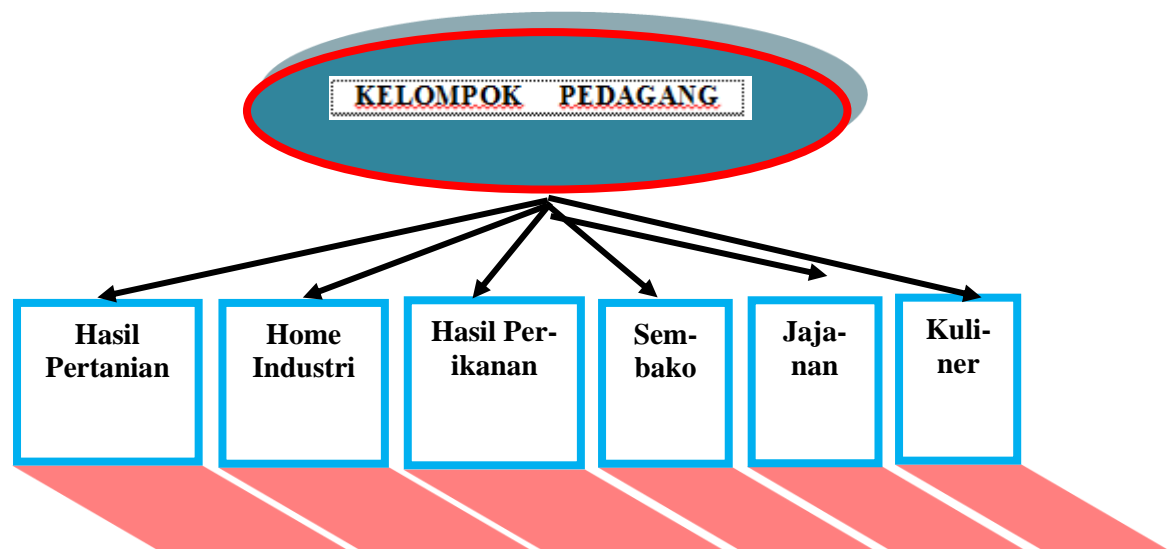
C. Pembahasan

1. Jenis Barang yang Diperdagangkan.

Jenis barang yang diperdagangkan apabila dilihat dari hukumnya (maksudnya haram/halal) , semua jenis komoditi yang diperdagangkan di Pasar tradisional Kota Mataram halal zat nya dalam arti tidak mengandung barang berbahaya, tidak mengandung daging atau minyak babi, tidak ada narkoba. Begitu pula halal cara memprolehnya dalam arti para pedagang membeli langsung dari pedagang / pengepul yang datang dari luar Kota Mataram yang biasanya pada pagi hari, lalu menjualnya kembali di pasar tersebut pada siang sampai sore hari. Untuk Jenis buah impor seperti apel, peer, anggur , jeruk dan lain lain biasanya pedagang membelinya di pasar induk Sweta. Sedangkan untuk barang olahan atau sembako biasanya agen datang langsung ke pedagang yang ada di pasar.

Untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis etika bisnis para Pedagang muslim yang ada di pasar tradisional Kota Mataram, maka peneliti mengelompokkan jenis barang yang diperdagangkan menjadi enam kelompok seperti terlihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 3.1 : Kelompok Pedagang yang ada di Pasar Tradisioanl Kota Mataram



Sumber: diolah peneliti

Dari jumlah pedagang dan jenis barang yang di perdagangkan, peneliti menetapkan jumlah informan sebanyak 11 orang yang ditetapkan berdasarkan informasi yang dibutuhkan. Artinya apabila dalam wawancara data sudah jenuh, maka wawancara di stop. Untuk jelasnya dapat dilihat pada table 1 di bawah ini .

Tabel 3.1 : Karakteristik Informan yang ada di Pasar Tradisional Kota Mataram Tahun 2019.

N o	Nama	Jenis Ke-lamin	Um ur	Pendi-dikan	Pengala-man jualan	Jenis Da-gangan	Pendapat-an
1	ZNB	Wanita	70	TPS	30	pisang	3.000.000
2	ZEN	Laki	30	Sarjana	7	sayur	3.000.000
3	MNH	Wanita	60	TPS	8	Ikan laut	3.000.000
4	STRH	Wanita	50	SMP	4	Jajanan	4.000.000
5	ODING	Laki	53	SMA	10	sayur	4.000.000
6	JUN	Laki	50	SMA	10	ayam	6.000.000
7	KDH	Wanita	39	Sarjana	7	kuliner	5.000.000
8	ATUN	Wanita	40	SMP	20	pisang	3.000.000
9	YLN	Wanita	27	SD	3	Asesoris	6.000.000
10	HDNI	Wanita	49	SD	20	buah	5.000.000
11	UWUS	Wanita	35	SMA	10	sembako	9.000.000

Sumber Data : Data Primer diolah.

2. Etika Bisnis Pedagang Muslim di Kota Mataram.

Kegiatan berdagang atau berjualan merupakan mata pencaharian pokok bagi informan dan pedagang secara keseluruhan yang ada di pasar tradisional Kota Mataram. Kegiatan berdagang atau pengalaman berjualan yang ditekuni informan rata-rata adalah 12 tahun dengan kisaaraan terendah 3 tahun dan paling lama 30 tahun. Kegiatan berjualan berlangsung setiap hari yang dimulaai jam 06.⁰⁰ pagi sampai jam 18.00 sore hari.

Beberapa prinsip etika bisnis islami yang digunakan untuk memotret para pedagang muslim yang ada di Pasar tradisional Kota Mataram adalah : 1. Bersandar pada ketentuan Allah (tauhid) ; 2. Jujur dan transparan ; 3. Menjual barang yang baik mutunya ; 4. Dilarang menggunakan sumpah ; 5. Longgar dan bermurah hati ; 6. Membangun hubungan baik ; 7 Menetapkan harga dengan transparan ; 8. Niat berdagang adalah ibadah disamping untuk mendapatkan keuntungan.

Dari 11 orang pedagang yang dijadikan informan ada 4 pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip kejujuran, yaitu ZNB, ATUN, MNH dan STRH. Sedang yang lainnya seperti ODING, ZEN, JUN, KDH, YLN, HDNI dan UWUS sudah menerapkan prinsip etika bisnis islami. Dalam menjalankan kegiatan berdagang baik ZNB maupun ATUN belum sepenuhnya menerapkan prinsip kejujuran. Hal ini dapat diketahui pada saat peneliti melakukan wawancara mendalam dengan kedua informan. Pisang yang dijual kondisinya masih muda, belum tua, (belum waktunya untuk dipetik). Baik ZNB maupun ATUN punya cara untuk membuat pisang itu segera masak, yaitu dengan menyemprotkan cairan yang disimpannya di botol bekas air minum kemasan (waktu wawancara ZNB sempat memperlihatkan cairan tersebut

kepada peneliti). Prosesnya adalah pada saat pisang datang dari pengepul, lalu pisang tersebut disemprotkan dengan cairan yang sudah dicampurkan dengan air, lalu di bungkus/ditutup dengan potongan terpal. Keesokan harinya pisang yang disemprotkan kemarin menjadi matang dan siap untuk dijual ke konsumen.

Kejujuran adalah merupakan prinsip yang sangat esensial dalam bisnis⁹. Dalam Doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam kegiatan bisnis. Kejujuran pedagang pisang masih kurang, karena mereka menjual pisang yang belum sepenuhnya matang (belum waktunya untuk dipetik), tetapi dipaksa matang dalam waktu semalam dengan menggunakan cairan yang kurang baik bagi kesehatan manusia. Dilihat dari tujuan berdagang, baik ZNB maupun ATUN niatnya berdagangnya adalah untuk mendapat keuntungan yang sebesar-besarnya.

Dalam berjualan ikan laut, MNH bersifat longgar dan bermurah hati, dalam arti selalu memberikan kesempatan bagi pembeli untuk menawar barangnya, namun tidak menjelaskan kondisi barangnya dengan jujur. Jika barang dagangannya sudah tidak laku pada hari itu, MNH selalu mengawetkan ikan laut yang dijualnya dengan cara menggunakan campuran es batu, garam, dan cuka lalu disimpannya kembali untuk dijual atau ditawarkan kembali ke konsumen keesokan harinya. Waktu wawancara peneliti sempat menanyakan mengapa ikan laut yang dijualnya diperlakukan seperti yang dijelaskan di atas, dia menjawab supaya awet bisa dijual kembali. Apabila tidak diperlakukan seperti itu ikan cepat membusuk, tidak bisa dijual, dan kita bisa rugi katanya.

Etika bisnis pedagang ikan laut ini belum sepenuhnya menerapkan prinsip kejujuran, padahal Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam kegiatan bisnis. Hal ini sesuai dengan Hadits yang mengatakan *Nabi Muhammad S.A.W, menempatkan dan mensejajarkan para pedagang yang jujur bersama para Nabi, Syuhada dan Sholihin* (HR Tarmizi).

Dalam menjalankan kegiatan berdagang jajanan, STRH belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Hal ini dapat diketahui pada saat peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan tersebut. Jajan (apem, bikang, bubur lapis kacang ijo, sari moka dan lain-lain) yang dijualnya di dapatkan dari tukang buat jajan yang ada di seputaran kota Mataram. Dalam berjualan mereka tidak bersifat longgar dan bermurah hati, dalam arti tidak memberikan kesempatan bagi

⁹ Hulaimi, Ahmad, 2017, Etika Bisnis dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 1 No. 2 Tahun 2017*

pembeli untuk menawar barangnya, tidak menjelaskan kondisi barangnya dengan jujur dan lain lain. Jika barang dagangannya sudah tidak layak untuk dijual (mau basi), mereka masih menawarkannya kepada calon pembeli. Waktu wawancara peneliti sempat menanyakan apakah jajan yang dijualnya menggunakan pemanis rasa (seribu manis), dia menjawab saya tidak tahu ; padahal dia tahu bahwa jajan yang dijualnya menggunakan pemanis rasa bukan gula asli. Peneliti juga sempat membeli beberapa jenis jajan, ternyata setelah di konsumsi terasa sekali bahwa jajan tersebut menggunakan pemanis rasa.

Begitu pula waktu peneliti menanyakan apakah jajan yang dijual ini menggunakan bahan pewarna berbahaya seperti bahan pewarna untuk kain ?? ; dia jawab saya tidak tahu. Kenapa hal itu peneliti tanyakan, karena warna jajan yang dijualnya sangat mencolok (warna merah sangat terang, begitu juga warna hijaunya sangat terang), sehingga patut dicurigai menggunakan bahan pewarna yang berbahaya, bukan bahan pewarna jajan yang aman untuk dikonsumsi. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, kejujuran pedagang jajanan masih kurang, karena dia menjual jajanan menggunakan pemanis rasa dan bahan pewarna berbahaya. Dilihat dari tujuan berdagang niatnya berdagangnya adalah untuk mendapat keuntungan yang sebesar-besarnya.

Selanjutnya ODING, ZEN, JUN, KDH, YLN, HDNI dan UWUS sudah menerapkan prinsip etika bisnis islami. Hal ini dapat diketahui pada saat peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan tersebut. Dalam berjualan mereka bersifat longgar dan bermurah hati, selalu membangun hubungan yang baik dengan para pembeli dagangannya dalam arti memberikan kesempatan bagi pembeli untuk menawar barangnya, menjelaskan kondisi barangnya dengan jujur dan lain lain. Tujuan berdagang adalah untuk mendapatkan keuntungan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga juga berharap dapat bernilai ibadah dan memberikan keberkahan. Untuk itu kita harus jujur dan transparan dalam menentukan harga, dan harus bersifat santun dalam menghadapi setiap pembeli.

3. Kondisi Kesejahteraan Pedagang Muslim di Kota Mataram.

Kajian terhadap kesejahteraan Pedagang Muslim di Kota Mataram mengacu kepada konsep kesejahteraan yang Islami dengan menggunakan indikator yang bersifat material maupun spiritual. Indikator yang bersifat material adalah terpenuhinya kebutuhan akan sandang, pangan, papan, keamanan dan lain lain, sedangkan indikator yang bersifat spiritual adalah terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan

seperti *hifzud-dien*, *hifzun-nafs*, *hifzun-‘Aql*, *hifzun-nasl* dan *hifzun-mal*. Gambaran kesejahteraan para Pedagang Muslim dimulai dengan memaparkan pendapatan yang diperoleh dari kegiatan berdagang yang ditekuninya serta pemanfaatannya untuk membiayai berbagai macam kebutuhan keluarganya. Pendapatan para Pedagang Muslim diperoleh dari hasil panen atau yang dibeli dari para produsen untuk hasil pertanian maupun yang dibeli dari agen untuk produksi olahan atau industri, pendapatan dari produksi rumah tangga (kuliner). Secara umum pendapatan yang diperoleh oleh para informan /pedagang muslim digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (makan dan minum, belanja anak/cucu), membiayai sekolah anak dan cucu-cucunya dan keperluan lainnya seperti minyak tanah, gas, bensin, minyak goreng, sabun mandi, sabun cuci, gula, kopi, teh, pulsa, listrik, rokok dan lain-lain.

Khusus untuk konsumsi makan, lauk pauk yang menjadi hidangan sehari-hari antara lain sayur mayur (kangkung, terong, kacang panjang, daun turi, kedelai muda, jagung muda, jantung pisang, daun singkong, sawi, daun kelor), kerupuk, tahu, tempe, ikan laut, ikan darat dan kadang kadang juga daging sapi atau daging ayam. Dari informasi yang diperoleh dari informan yang ada di pasar tradisional Kota Mataram umumnya cukup sederhana. Mereka lebih mengutamakan karbohidrat atau kalori untuk keperluan kerja pisik. Para Pedagang muslim yang ada di Kota Mataram lebih banyak mengonsumsi sayur sayuran, sedangkan daging sapi atau ayam biasanya dua kali atau tiga kali seminggu. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi mereka lebih mengutamakan karbohidrat dari pada makanan yang mengandung protein. Jadi, mereka jarang sekali memperhatikan komposisi makanan yang diperlukan oleh tubuh, yang dalam bahasa Sasak diungkapkan:

”si penting te besar”, *arak sangon te begawean atau bedagang lek peken*” artinya *”Yang penting kita kenyang, ada tenaga kita untuk bekerja atau berdagang di pasar”*.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti, para informan sangat memperhatikan kesehatan keluarga. Hal ini diketahui dari sikap mereka yang tidak lagi berobat ke dukun yang ada di kampungnya. Jika ada anggota keluarganya yang sakit, mereka segera berobat ke PUSKESMAS atau ke Rumah Sakit. Untuk membeli pakaian, umumnya para informan membeli pakaian dua kali atau tiga kali setahun, yaitu pada bulan Ramadhan (menjelang lebaran), dan pada bulan Juli (bersamaan dengan datangnya tahun ajaran baru), atau pada bulan maulid.

Seara umum sebagian besar pedagang telah mendapatkan kesejahteraan dan kehidupan yang baik (*hayaatan tayyibah*), karena sudah mampu memenuhi kebutuhan *dharuriyyat* dan *hajiyyatnya*. Sebagian lainnya belum termasuk keluarga yang sejahtera, karena belum mampu memenuhi kebutuhan *dharuriyyat* (*hifz-nafs*).

D. Penutup

Dari pemaparan analisis penelitian, di atas setidaknya peneliti dapat mengambil tiga kesimpulan utama, sebagaimana berikut:

1. Jenis barang yang diperdagangkan oleh para pedagang muslim yang ada di pasar tradisional Kota Mataram dapat dikelompokkan kedalam enam kelompok yaitu: hasil pertanian, home industri, hasil perikanan, sembako, berbagai jenis jajanan dan berbagai jenis kuliner.
2. Dari kajian terhadap etika bisnis Islam, sebahagian besar pedagang sudah menerapkan etika bisnis islami, misalnya tidak menggunakan sumpah palsu, longgar dan bermurah hati, membangun hubungan yang baik dan menetapkan harga dengan transparan. Sebahagiannya lagi belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis islami misalnya tidak jujur dalam berjualan, tidak longgar dan bermurah hati serta kurang membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.
3. Dari kajian dampak etika bisnis terhadap kesejahteraan pedagang, sebagian besar pedagang telah mendapatkan kehidupan yang baik (*hayaatan tayyibah*) dan telah *qana'ah*, meskipun hidup dalam kesederhanaan. Mereka juga termasuk dalam keluarga yang sejahtera, karena sudah mampu memenuhi kebutuhan *dharuriyyat* dan *hajiyyatnya*. Sebagian lainnya belum termasuk keluarga yang sejahtera, karena belum mampu memenuhi kebutuhan *dharuriyyat* (*hifz-nafs*).

Daftar Pustaka

- _____, Departemen Perdagangan Republik Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Nomor 70/M-DAG/Per/12/2013 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Jakarta.
- Arianti, Nel, 2013, Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Segi Letak (lay out) dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional, *JURNAL Menejemen & Bisnis Vol. 13, 01 APRIL 2013*.
- Agustianto, 2008, *Revitalisasi Perdagangan Syari'ah*, Makalah.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Badan Pusat Statistik Kota Mataram, 2017, *Kota Mataram Dalam Angka*, Mataram
- Djakfar Muhammad, 2008 “*Etika dan Praksis*”, Penerbit UIN Malang Press, Malang. *Bisnis Islam Tataran Teoritis*.
- Faisal Badroen, 2006 “*Etika Bisnis Dalam Islam*” Cetakan I, Penerbit Kencana, Jakarta.
- Hulaimi, Ahmad, 2017, Etika Bisnis dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 1 No. 2 Tahun 2017*.
- Jasman dan Rini Agustin, 2018, Strategi Pemasaran Sayur Sayuran di dalam Perspektif Ekonomi Islam : Studi kasus di Pasar tradisional Raman Utara, *Jurnal KHOZANA, Vol.1, No. 1, Januari 2018 E-ISSN :2614-8625*.
- Kasmir, 2010 “*Kewirausahaan*”, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Moleong, J. Lexy, 2007, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi, Revisi, Penerbit Remaja Rosdakarya, Bandung
- Qardhawi, Yusuf. 1997, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani Press, Jakarta.
- Rahmawati, Dwisara Ajeng dkk, 2017, Modal Sosial dan Pasar Tradisional (Studi Kasus) di Pasar Legi Kotagede Yogyakarta), *Jurnal Sosiologi DILEMA, Vol. 32, No.2 Tahun 2017*.
- Shihab, Muhammad Q. 1997. “Etika Bisnis dalam Wawasan Al-Qur'an”, dalam *Ulumul Qur'an*, No.3/Tahun V.
- Sudiana, Nana, 2009. *Perdagangan dan Jual Beli dalam Kacamata al-Qur'an*, Makalah.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung Alfabeta.
- Waldelmi, Idel dan Afvan Aquino, Analisis Penerapan Transaksi Jual Beli Syari'ah di Pasar Syari'ah Ulul, Albab Desa Tanah Merah, Kecamatan Siak Hulu, Kampar Riau, *Jurnal Inovasi dan Bisnis 6 (2018) 1-7*.

Zadjuli, Suroso Imam, 2006, *Makalah Seminar Evaluasi Ekonomi Syari'ah 2005 dan Outlook 2006* di Ballroom Hotel Hilton Surabaya Diselenggarakan oleh CIEBERD Universitas Airlangga Surabaya.

-----, 2007, "Reformasi Ilmu Pengetahuan Dan Pembangunan Masyarakat Madani", *Journal of Islamic Business and Economics, Ekonomika dan Bisnis Islam*) Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada Yogyakarta.