

Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional

Cici Adelia, Nurseri Hasnah Nasution

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

ciciadelia543@gmail.com

Submitted: 2024-05-13

Revised: 2024-05-20

Accepted: 2024-06-04

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how the understanding of Islamic business ethics possessed by clothing traders in the Teluk Lubuk Village Traditional Market, Muara Enim Regency, to find out how the objective conditions and ethics of clothing traders in the Teluk Lubuk Village Traditional Market, Muara Enim Regency, and to find out certain aspects of the Islamic business ethics review of clothing traders in the Teluk Lubuk Village Traditional Market, Muara Enim Regency. This type of research is a field research with primary and secondary data sources. Data collection techniques using observation, interviews and documentation, Data analysis techniques in this study are qualitative descriptive by means of data reduction, data presentation, and data conclusion. The results showed that: First, the understanding of clothing traders in Teluk Lubuk Village Traditional Market, Muara Enim Regency regarding Islamic business ethics concluded that traders do not know what Islamic business ethics are. However, they know that in trading there are rules that have been regulated according to Islamic law. Second, the objective and ethical conditions of clothing traders in this market reflect the dynamics of traditional markets in general, where traders are competing to offer their merchandise at various prices and quality. Clothing traders at Teluk Lubuk Village Traditional Market show various ways and situations in conducting their business. Third, the ethics of clothing traders in the Teluk Lubuk Village Traditional Market, Muara Enim Regency are partly in accordance with Islamic business ethics, and most are not in accordance with Islamic business ethics, namely shirking obligatory prayers, not keeping promises, and hiding information about old or damaged goods.

KEYWORDS: Merchant, Islamic Business Ethics

Copyright holder:

Cici Adelia, Nurseri Hasnah Nasution. (2024)

Published by:

Scidacplus

Journal website:

<https://journal.scidacplus.com/index.php/sscij/>

E-ISSN:

3030-914X



This article is under:

How to cite:

Cici Adelia, Nurseri Hasnah Nasution (2024), Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional, *Social Science and Contemporary Issues Journal*.

PENDAHULUAN

Pasar telah memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Bagi banyak orang, pasar bukan hanya sekadar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, tetapi juga sebagai lokasi untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi telah meneliti pasar sebagai kumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi untuk produk tertentu atau kelompok produk tertentu, seperti pasar perumahan, pasar besar, dan sejenisnya. Konteks pasar

tentunya terbayang lokasi di mana terjadi transaksi jual beli barang, melibatkan lebih dari satu penjual, dan dapat berupa berbagai bentuk seperti pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mal, plaza, pusat perdagangan, dan sebutan lainnya.¹ Perdagangan berfungsi menghubungkan berbagai wilayah dan budaya, membangun persaudaraan antarbangsa, dan memperkaya keanekaragaman kehidupan manusia. Profesi pedagang memainkan peranan penting dalam perekonomian, karena selain mencari keuntungan, mereka juga memberikan manfaat sosial dengan mempermudah akses masyarakat terhadap berbagai produk dan layanan yang dibutuhkan. Dalam aktivitas berdagang, semangat untuk berdaya dan berinovasi membantu mengembangkan solusi kreatif yang meningkatkan kualitas hidup dan membawa kesejahteraan bagi banyak orang.

Pasar, seiring dengan perkembangannya, terbagi menjadi dua jenis yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional umumnya terdiri dari banyak penjual, dikelola tanpa teknologi modern, dan biasanya dioperasikan oleh pedagang menengah ke bawah yang tersebar di berbagai lokasi seperti desa, kota kecil, hingga kota besar. Jam operasinya biasanya dimulai dari pagi hingga siang atau sore hari. Dengan pesatnya perkembangan ekonomi, persaingan bisnis semakin ketat. Pelaku bisnis saat ini berlomba-lomba mencari keuntungan yang tinggi, namun seringkali mereka melupakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam prosesnya. Misalnya, masih banyak pedagang yang tidak mengikuti etika bisnis Islam dengan perilaku tidak jujur, menggunakan takaran atau timbangan yang tidak tepat, mencampuradukkan barang berkualitas baik dengan barang buruk, menyembunyikan barang yang cacat, dan perilaku lainnya yang terjadi di pasar tradisional.²

Saat mencari informasi tentang suatu barang atau produk, kelengkapan informasi sangat penting. Mengetahui secara detail tentang kelebihan dan kekurangan produk tersebut menjadi faktor kunci dalam keputusan pembelian, sehingga informasi yang lengkap adalah hal utama yang dibutuhkan oleh setiap pembeli atau konsumen. Kejujuran dalam penyampaian informasi sangat krusial bagi konsumen, mengingat bahwa kejujuran adalah praktik yang dicontohkan oleh nabi dan rasul yang dikenal sebagai pedagang yang terpercaya. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Asy'ara ayat 181-183 yang artinya:

¹Peraturan Presiden RI. No. 112, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, 2007. www.bpkp.go.id. Diakses pada tanggal 17 Juli 2023 jam 20.27.

²Umi Mursidah, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Betung Sekicau Kabupaten Lampung Barat)*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017, hal. 20.

*“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbangkanlah yang lurus, dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.*³

Maksud dari ayat tersebut adalah Allah SWT menekankan pentingnya kejujuran dalam berbisnis kepada seluruh umat-Nya. Hal ini berarti umat Muslim harus jujur, transparan, dan adil dalam menjalankan segala bentuk bisnisnya.⁴

Islam melarang penipuan dalam segala aktivitas manusia, termasuk dalam bisnis dagangan. Ini mencakup memberikan informasi yang tidak benar, mencampurkan barang berkualitas baik dengan barang yang buruk, serta mengurangi takaran atau timbangan. Semua tindakan tersebut dianggap sebagai penipuan dan merupakan dosa besar dalam pandangan agama Islam. Hal tersebut menyebabkan para calon pembeli merasa kurang nyaman untuk mengunjungi pasar tradisional. Seharusnya, pembeli atau konsumen dapat menerima barang dalam kondisi yang baik dan dengan harga yang adil. Selain itu, mereka juga harus diinformasikan mengenai kekurangan-kekurangan pada suatu barang atau produk yang dijual, agar pembeli dapat membedakan mana barang yang berkualitas baik dan mana yang tidak.⁵

Pada dunia bisnis yang semakin kompleks dan global, perspektif etika bisnis Islam telah muncul sebagai landasan yang kuat untuk mengatasi tantangan moral dan mengarahkan perilaku bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Etika bisnis Islam didasarkan pada prinsip-prinsip yang mengintegrasikan ajaran agama Islam dengan praktik bisnis, menekankan pada nilai-nilai seperti kesatuan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kejujuran.⁶ Melalui penggabungan konsep-konsep seperti maqasid al-shariah (tujuan-tujuan hukum Islam) dan ijtihad (penalaran etika berdasarkan ajaran Islam), perspektif ini tidak hanya memberikan panduan dalam menghindari praktik-praktik yang diharamkan, tetapi juga mendorong pelaku bisnis untuk menciptakan dampak positif dalam masyarakat dan lingkungan. Dalam konteks global yang semakin beragam, perspektif etika bisnis Islam memberikan kerangka kerja universal yang relevan untuk mencapai kesuksesan bisnis yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi seluruh stakeholder.

³Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: Diponegoro, 2011), hal. 374.

⁴ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang : Walisongo Press, 2013), hal. 154.

⁵ Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah di Pasar Tradisional Singapura*, Skripsi, Universitas Tasikmalaya, 2010, hal. 2.

⁶ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Perdana Media, 2006), hal. 89-101.t

Etika bisnis Islam memiliki tujuan untuk mengajarkan kepada manusia tentang pentingnya menjalin kerjasama, saling tolong-menolong, serta menjauhi sikap dengki, dendam, dan segala hal yang bertentangan dengan syari'ah.⁷ Etika bisnis dalam Islam berfungsi sebagai panduan pengendalian terhadap aktivitas ekonomi, karena memiliki landasan filosofis yang didasarkan pada nalar ilmu ajaran agama untuk menilai. Dalam praktek kehidupan masyarakat, sering kita temui bahwa agama memuat nilai-nilai mengenai perbuatan baik, buruk, dan jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terzalimi.⁸

Di Kabupaten Muara Enim, terdapat beragam pasar tradisional, salah satunya adalah Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk. Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk ini beroperasi setiap seminggu sekali pada hari Rabu, dan jam operasionalnya dimulai pada sekitar pukul 06.00 WIB sampai dengan pukul 01.00 WIB.

Hasil wawancara awal, peneliti menemukan beberapa permasalahan yang menarik perhatian. Peneliti telah melakukan wawancara dengan ibu Haryani selaku salah satu pedagang pakaian di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk, beliau mengatakan bahwa menurut pengalaman beliau selama berdagang di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk, terdapat beberapa pedagang pakaian yang menjual barang cacat tanpa memberitahukan kepada pembeli atau konsumen.⁹ Peneliti juga telah melakukan wawancara dengan bapak Sudar selaku pedagang pakaian yang menjual pakaian khusus laki-laki, menurut pengakuannya ada beberapa pedagang pakaian dalam menjual produknya yang memalsukan informasi mengenai produk yang dijualnya, seperti pedagang pakaian yang mengaku produk yang dijualnya masih baru padahal kenyataannya barang yang dijualnya itu sudah lama.¹⁰ Disinilah letak melanggar etika bisnis Islam berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dengan demikian, menjadi perhatian utama bahwa pelaku-pelaku kebohongan dalam berdagang ini adalah pedagang yang memeluk agama Islam, sehingga pelanggaran terhadap etika bisnis Islam menjadi semakin mencolok dan perlu dicermati secara serius.

Melakukan perdagangan, kejujuran dan keadilan sangat dibutuhkan terutama bagi mereka yang berprofesi sebagai pedagang, seharusnya wajib untuk mengetahui etika berbisnis dalam Islam. Sehingga apa yang didapatkan dari hasil perdagangan mendapatkan berkah untuk kehidupan selanjutnya karena tidak ada pihak yang merasa terdzolimi ataupun dirugikan. Penelitian

⁷ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), al. 5.

⁸ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Ekonisia, 2004) Cet. 1, hal. 29.

⁹ Haryani, Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk, Wawancara, Desa Teluk Lubuk: 21 Juni 2023, pukul 10.45.

¹⁰ Sudar, Pedagang pakaian khusus laki-laki di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk, wawancara tanggal 8 Agustus 2023, pukul 09.20.

ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana bisnis dapat dijalankan sesuai dengan ajaran agama Islam dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Urgensinya terletak pada potensinya untuk meningkatkan praktik bisnis yang beretika, mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, dan memperkuat kesadaran akan pentingnya etika bisnis Islam dalam kegiatan ekonomi sehari-hari.

Dari uraian latar belakang di atas, terdapat kontradiksi antara etika bisnis dalam Islam dengan praktik yang terjadi di masyarakat, tepatnya pada pedagang pakaian di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk, sehingga peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam dan melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana perilaku pedagang pakaian di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk Kabupaten Muara Enim jika dilihat dari perspektif etika bisnis Islam.

METODE

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan atau *Field Research* karena fokus penelitian ini adalah pada gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi di dalam suatu kelompok masyarakat. Menurut Creswell, melalui pengumpulan data, analisis, lalu diinterpretasikan. Biasanya familiar dengan hubungan masalah sosial dan manusia yang bersifat interdisipliner, focus pada multimetod, natrualistik dan interpretative.¹¹

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk Kabupaten Muara Enim dapat ditinjau dengan konsep sebagai berikut

a. Prinsip Tauhid (Unity)

Prinsip Tauhid menekankan keyakinan pada Allah SWT sebagai Tuhan Yang Maha Esa, membangun kesadaran akan tanggung jawab moral dan spiritual dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Konsep ini menempatkan manusia sebagai khalifah, bertugas memberikan manfaat pada individu tanpa merugikan hak orang lain. Dalam praktik sehari-hari, para pedagang berusaha mengatur perilaku sesuai ajaran agama, seperti Ibu Mulyana yang menitipkan dagangannya saat melayani pelanggan agar bisa menunaikan sholat. Beliau juga menjalankan ibadah seperti sholat tepat waktu dan memberi sedekah kepada yang membutuhkan.

¹¹ Fadli, Muhammad Rijal. Memahami desain metode penelitian kualitatif, Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, ISSN: 1412-1271 (p); 2579-4248 (e). Vol. 21. No. 1. (2021). pp. 33-54 doi: 10.21831/hum.v21i1. 38075. 33-54.

Meskipun dihadapkan pada kesibukan pasar yang ramai, beberapa pedagang mengakui adanya pelalaian waktu sholat, tetapi kesadaran akan pentingnya ibadah tetap ada. Mereka menunjukkan komitmen yang kuat terhadap prinsip sedekah, yakin bahwa dengan memberi sebagian rezeki, rezeki akan dilancarkan oleh Allah SWT.

Prinsip Tauhid memainkan peran penting dalam membentuk etika pedagang di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk. Mereka berupaya mengintegrasikan nilai-nilai keagamaan dalam praktik bisnis sehari-hari, menunjukkan kesadaran akan tanggung jawab moral dan spiritual serta komitmen terhadap prinsip sedekah.

b. Prinsip Keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*)

Prinsip Keseimbangan atau Keadilan, menurut Muhammad Djakfar, menuntut keselarasan dalam segala hal di dalam alam semesta, mencerminkan dimensi horizontal ajaran Islam yang menekankan pentingnya keadilan dalam segala aspek kehidupan. Dalam bisnis, hal ini mengimplikasikan perlunya kebijakan harga yang adil dan pelayanan yang merata bagi setiap pelanggan. Para pedagang di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk memperhatikan pentingnya memberikan pelayanan yang merata kepada semua pelanggan dan menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas barang yang mereka jual.

Pada wawancara dengan pedagang seperti Bapak Sudar, Ibu Fatma, Ibu Haryani, Bapak Darma, dan Ibu Eva, terungkap bahwa mereka semua mengakui pentingnya keadilan dalam berdagang, meskipun terdapat variasi dalam implementasi prinsip tersebut. Dengan demikian, walaupun terdapat variasi dalam pendekatan, para pedagang menegaskan pentingnya konsistensi dalam pelayanan. Mereka berkomitmen untuk memberikan layanan yang baik kepada semua pelanggan, tanpa memandang status mereka.

Secara keseluruhan, wawancara dengan para pedagang menunjukkan bahwa keadilan adalah prinsip yang sangat penting dalam bisnis mereka. Mereka sepakat bahwa semua pembeli harus diperlakukan dengan adil dan diberikan harga yang sesuai dengan nilai barang.

Prinsip Keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*) dalam etika pedagang pakaian di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk menyoroti komitmen para pedagang untuk memberikan pelayanan yang adil dan harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sambil memperhatikan kepentingan pelanggan dan keberlanjutan bisnis mereka.

c. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Konsep kehendak bebas dalam Islam menyatakan bahwa manusia diberi kebebasan oleh Allah SWT untuk mengelola kehidupannya sendiri di bumi. Meskipun terikat oleh hukum-hukum Allah, manusia memiliki kemampuan untuk berpikir, mengambil keputusan, dan bertindak sesuai dengan pilihan mereka sendiri. Prinsip kehendak bebas menekankan tanggung jawab individu untuk membuat keputusan yang baik dan bermoral dalam semua aspek kehidupan, termasuk berdagang. Ini mencakup memberikan kebebasan kepada orang lain untuk berdagang di sekitar tanpa larangan atau paksaan, serta tidak memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan.

Para pedagang pakaian di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk sepakat untuk tidak memaksa pembeli membeli barang dagangan mereka. Mereka memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk memilih barang tanpa tekanan atau intimidasi, serta memberikan kebebasan kepada pedagang lain untuk berdagang di sekitar mereka tanpa larangan.

Konsistensi pedagang dalam pendekatan menunjukkan komitmen mereka terhadap prinsip kebebasan dalam praktik dagang. Mereka menghormati hak pembeli untuk membuat keputusan sendiri, bahkan jika itu berarti tidak membeli barang yang ditawarkan. Ini mencerminkan komitmen terhadap prinsip-prinsip etika dalam bisnis dan memperkuat hubungan yang baik antara penjual dan pembeli.

Prinsip Kehendak Bebas dalam etika bisnis Islam menegaskan pentingnya memberikan kebebasan kepada individu dalam berdagang serta menghormati hak dan keputusan pembeli. Ini merupakan dasar yang kuat untuk praktik bisnis yang bermoral dan beretika.

d. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Johan Arifin (2009) menegaskan pentingnya tanggung jawab dalam bisnis, yang tidak hanya berakhir pada pencapaian tujuan atau keuntungan. Semua aktivitas bisnis, termasuk transaksi dan produksi barang, harus dipertanggungjawabkan sesuai peraturan yang berlaku. Tanggung jawab bukan hanya kewajiban formal, tetapi juga menjadi kekuatan dinamis bagi individu dalam menciptakan kehidupan yang dinamis di masyarakat. Dalam bisnis, ini berarti pedagang harus memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dan menjaga kualitas barang yang dijual. Hasil wawancara menunjukkan bahwa para pedagang pakaian secara konsisten menerapkan prinsip tanggung jawab ini dengan siap bertanggung jawab atas barang yang cacat atau rusak

dan menggantinya dengan barang baru jika pembeli membeli dari mereka.

Para pedagang memperlihatkan kewaspadaan dalam menanggapi permintaan ganti rugi yang tidak sesuai dengan transaksi di tempat mereka. Mereka berkomitmen untuk hanya bertanggung jawab atas barang yang mereka jual, bukan barang dari pedagang yang lain. Mereka juga terlibat dan siap memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan mencoba memenuhi pesanan, bahkan jika barang yang diminta tidak tersedia, dengan memberikan solusi alternatif atau rekomendasi barang serupa.

Dengan demikian, Prinsip Tanggung Jawab mencerminkan komitmen pedagang pada kepuasan pelanggan dan integritas bisnis. Hal ini memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mempromosikan budaya bisnis yang bertanggung jawab dan beretika.

e. Prinsip Kebenaran (*Truth*)

Rafik (2004) menekankan bahwa integritas dan transparansi merupakan kunci utama keberhasilan dalam dunia bisnis. Integritas, yang melibatkan kejujuran dan konsistensi dalam tindakan, tetap menjadi prinsip yang paling penting dalam bisnis, terlepas dari bentuknya. Integritas bisnis meliputi transparansi kepada pembeli, dengan memberikan informasi tentang produk, termasuk mutu dan kualitas, untuk mengurangi risiko bagi konsumen. Meskipun upaya dilakukan untuk memberikan diskon pada barang lama dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengganti ukuran celana, mengubah ukuran tanpa memberitahu pembeli dianggap meragukan dan berpotensi merugikan kepercayaan pelanggan serta reputasi bisnis.

Di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk, beberapa tindakan pedagang dianggap tidak jujur atau kurang etis, seperti menyembunyikan informasi tentang barang yang sudah lama atau rusak meskipun dijual dengan diskon. Penjualan pakaian yang rusak tanpa memberitahu pembeli tentang kondisi sebenarnya dapat merugikan reputasi bisnis dan kehilangan kepercayaan pelanggan.

Meskipun ada pandangan dari beberapa pedagang bahwa kejujuran dalam berdagang akan membawa berkah, dalam praktiknya terdapat variasi dalam tingkat kejujuran dan integritas dalam menjalankan bisnis. Walaupun pasar mungkin bersifat kompetitif dan ada tekanan untuk mencari untung, penting untuk mempertimbangkan ulang praktek bisnis dan memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan integritas dan kejujuran yang tinggi, demi keberlangsungan bisnis yang berkelanjutan dan berkah dari Allah.

KESIMPULAN

Prinsip-prinsip integritas dan transparansi dalam bisnis memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan pelanggan, menjaga reputasi bisnis, dan memastikan keberlanjutan bisnis yang berkelanjutan.

REFERENSI

- Akhmad Mujahiddin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 143.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2011), hal. 374.
- Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah di Pasar Tradisional Singaparna*, Skripsi, Universitas Tasikmalaya, 2010, hal. 2.
- Fadli, Muhammad Rijal. Memahami desain metode penelitian kualitatif, *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, ISSN: 1412-1271 (p); 2579-4248 (e). Vol. 21. No. 1. (2021). pp. 33-54 doi: 10.21831/hum.v21i1.38075. 33-54
- Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Perdana Media, 2006), hal. 89-101.t
- Haryani, Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk, Wawancara, Desa Teluk Lubuk: 21 Juni 2023, pukul 10.45.
- Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2013), hal. 154.
- Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Ekonisia, 2004) Cet. 1, hal. 29.
- Peraturan Presiden RI. No. 112, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, 2007. www.bpkp.go.id. Diakses pada tanggal 17 Juli 2023 jam 20.27.
- Umi Mursidah, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Betung Sekicau Kabupaten Lampung Barat)*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017, hal. 20.
- Sudar, Pedagang pakaian khusus laki-laki di Pasar Tradisional Desa Teluk Lubuk, wawancara tanggal 8 Agustus 2023, pukul 09.20.
- Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), al. 5.