

**PRAKTIK BISNIS PENGUSAHA MUSLIM TIONGHOA
DI SOLO DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**



Oleh:
Asnia Novitasari. AM
NIM: 13913007

TESIS

Diajukan kepada Program Pascasarjana
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi

YOGYAKARTA

2016

ABSTRAK

Praktik Bisnis Pengusaha Muslim Tionghoa di Solo dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

**Asnia Novitasari. AM
NIM. 13913007**

Etika bisnis Islam merupakan panduan penting bagi seluruh pengusaha Muslim dalam menekuni bisnis yang sedang dijalani. Karena di dalam etika bisnis Islam ini terdapat aturan-aturan yang sesuai dengan Al Quran dan Hadits yang menjadi pedoman dan landasan bagi seluruh pengusaha Muslim.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis praktik bisnis pengusaha Muslim Tionghoa di Solo kemudian menganalisisnya dalam perspektif Etika Bisnis Islam yang menurut Haidar Naqvy meliputi empat aksioma yaitu: ketuhanan (*unity*), kesetimbangan (*equilibrium*), kebebasan (*free will*) dan pertanggungjawaban (*responsibility*).

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan untuk menganalisis praktik bisnis pengusaha Muslim Tionghoa di Solo dalam perspektif etika bisnis Islam. Secara metodologi, penelitian ini bersifat penelitian deskriptif analitik, yang mana tidak membutuhkan hubungan, ramalan ataupun implikasi. Sedangkan metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, apabila sampel yang digunakan sudah menjawab pertanyaan peneliti sesuai dengan kebutuhannya, maka penggalan data melalui wawancara bisa dihentikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir semua dari informan penelitian sudah menerapkan praktik bisnis mereka sesuai dengan seluruh aksioma Etika Bisnis Islam, entah dari landasan ketuhanan (*unity*) yang menekankan kepada tujuan ibadah dan dakwah, kesetimbangan (*equilibrium*) yang menekankan kepada kejujuran dalam timbangan dan takaran serta penetapan harga yang adil, keendak bebas (*free will*) yang menekankan kepada kompetisi secara sehat, dan pertanggungjawaban (*responsibility*) yang menekankan kepada ZIS dan pemberian upah karyawan.

Kata Kunci: *Etika Bisnis, Aksioma Etika Bisnis Islam, Pengusaha Muslim Tionghoa.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Harta merupakan kebutuhan inti dalam kehidupan, dimana manusia tidak bisa terlepas dari hal itu. Dengan harta itulah, maka manusia senantiasa bisa menjalani kehidupannya sehari-hari, karena harta itu yang akan membantu mereka dalam kehidupan. Oleh karena itu adalah sebuah fitrah jika setiap manusia diwajibkan untuk mencari harta. Dalam Islam biasanya disebut dengan *kasbu ar-rizqi* atau mencari rezeki dengan cara bekerja. Dengan bekerjalah maka manusia akan mendapatkan harta untuk menopang kehidupan sehari-hari mereka.

Salah satu cara lain dalam mencari harta adalah dengan cara berbisnis, entah jenis bisnis/usaha apa yang mereka lakukan, yang terpenting agar mereka mendapatkan tambahan dalam kehidupannya. Bahkan bisnis/usaha sekarang semakin semarak, dan hampir semua orang menekuninya, entah dijadikan sebagai sampingan semata, atau bahkan menjadi penghasil utama dalam keluarga. Bisnis dipahami sebagai suatu proses keseluruhan dari produksi yang mempunyai kedalaman logika, bahwa bisnis dirumuskan sebagai memaksimalkan keuntungan perusahaan dan meminimumkan biaya perusahaan.¹ Karena itu bisnis seringkali menetapkan pemilihan strategis daripada pendirian berdasarkan nilai, dimana pilihan strategis didasarkan atas logika subsistem yaitu keuntungan dan

¹Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Cet. I, edisi 2004/2005, (Yogyakarta: BPF, 2004), hlm. 57

kelangsungan hidup bisnis itu sendiri. Akibat dari kesadaran demikian maka, upaya-upaya meraih keuntungan dilakukan dengan cara apapun. Walaupun cara-cara yang digunakan mengakibatkan kerugian pihak lain, tetapi bila menguntungkan bagi pelaku bisnis atau perusahaannya, maka dianggap sebagai pilihan bisnis.²

Segala pernyataan diaspun memang yang biasa kita lihat sekarang, dengan banyaknya usaha/bisnis yang dilakukan orang-orang sekarang, dan daya saing yang sangat kuat, maka menjadikan mereka melakukan dan menghalalkan segala cara demi mendapatkan keuntungan yang besar, “mengeluarkan modal sekecil-kecilnya demi mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya”, dengan adanya *mindset* seperti itu dalam benak pikiran para pelaku pebisnis inilah yang menjadikan mereka melakukan segala cara demi kesuksesan bisnis mereka, bahkan dengan cara yang diluar moral, atau tanpa etika sama sekali. Terdapat anggapan pula dalam masyarakat bisnis sendiri, mereka berpendapat bahwa bisnis akan rugi bila menuruti tuntutan-tuntutan etika, tapi justru pandangan ini tidak menunjukkan pemahaman bisnis yang memadai. Etika bisnis harus dipandang sebagai unsur dalam usaha bisnis itu sendiri. Etika merupakan bagian integral dari bisnis yang dijalankan secara profesional. Bisnis tanpa etika justru tidak akan berhasil.³

Agama Islam tidak akan membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti

² *Ibid.*, hlm. 58

³ R Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al Quran*, Cet I, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), hlm. 166

melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap, dan perbuatan bathil lainnya. Dalam Islam diberikan suatu batasan-batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan tidak boleh, yang benar dan yang salah, yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan sebutan etika. Perilaku dalam berbisnis dan berdagang juga seharusnya tidak boleh luput dari nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ruang lingkup bisnis.

Menyinggung tentang bisnis, banyak dari kota-kota besar di Jawa menjadi pusat bisnis, entah dari bisnis yang kecil, menengah sampai bisnis yang besar/internasional. Selain di Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Yogyakarta, Solo juga terdaftar menjadi kota besar yang di tempati oleh para pelaku bisnis. Bahkan bukan hanya orang pribumi saja yang menjadi pelaku bisnis, orang asing seperti orang Arab dan Tionghoa juga banyak yang membuka bisnis di kawasan kota ini. Di kampung Arab contohnya, atau biasa kita sebut dengan kawasan Pasar Klewer, banyak dari mereka yang menggeluti bisnis kain, obat-obatan herbal, baju muslim, dll. Mereka juga bisa dibilang sukses dalam bisnisnya, terbukti dengan semakin besarnya usaha mereka. Selain orang Arab, orang Tionghoapun yang bertempat di kampung Tionghoa di daerah Pasar Gede, kampung Sudiroprajan, tidak sedikit pula dari mereka yang membuka usaha/bisnis kain, baju, bahan bangunan/material dll. Mereka juga bisa dibilang sukses dalam bisnisnya.

Namun, yang menjadi pertanyaan sekarang adalah, dibalik kesuksesan dan prestasi yang mereka raih dalam bisnis/usaha mereka, apakah mereka telah menerapkan etika/moral dalam berbisnis sesuai dengan syariah? Atau bahkan

mereka juga tidak mementingkan etika atau moral dalam berbisnis hanya karena mereka menginginkan keuntungan (*profit*) yang besar?. Dalam hal ini, peneliti akan mengambil salah satu dari mereka, yaitu orang Tionghoa (Tionghoa).

Sudah tidak diragukan lagi, orang Tionghoa terbilang sukses dalam segala bidang bisnis dan dagang, Ann Wan Seng dalam bukunya *Rahasia Bisnis Orang Tionghoa*, memaparkan sebagian rahasia dan petuah dagang orang Tionghoa, menurut Ann Wan Seng orang Tionghoa adalah bangsa yang fleksibel, mudah berubah, dan menyesuaikan diri dengan keadaan yang bagaimanapun. Mereka bisa berdagang dimanapun, sekalipun di tempat yang tidak produktif. Hal ini dikarenakan totalitas bahwa orang Tionghoa selalu menginginkan perubahan, nasib gagal tidak menjadi alasan mereka untuk berhenti, justru mereka selalu mengambil hikmah dari kegagalannya, karena prinsip mereka hanyalah KERJA KERAS dan TEKUN, dilihat dari mereka bekerja, normal orang bekerja adalah 8-10 jam, tapi bagi orang Tionghoa bekerja 16-18 jam.⁴

Selain itu, sejak kecil telah ditanamkan dalam pikiran mereka agar tidak bergantung kepada orang lain, mereka memiliki kemampuan dan potensi masing-masing, dan untuk membuktikannya yaitu dengan cara berdagang/berbisnis, karena bisa menjadikan mereka lebih bijak, disiplin, dan tahan banting. Persepsi orang Tionghoa pada perdagangan adalah positif. Dunia dagang adalah dunia yang menjanjikan kesenangan, kemewahan, dan kebahagiaan.⁵ Sekilas dari rahasia kesuksesan dan persepsi mereka, sama sekali tidak terlihat mereka

⁴ Ann Wan Seng, *Rahasia Bisnis Orang Tionghoa: Kunci Sukses Menguasai Perdagangan*, Cetakan ke II (Jakarta: Naora Books PT. Mizan Publika, 2014), hlm. 6

⁵ *Ibid*, hlm. 8

menjadikan agama sebagai landasan utama dalam berdagang/berbisnis, mereka hanya menggunakan etika yang seadanya saja, meskipun itu sudah menjadi kunci kesuksesan mereka.

Etika yang seadanya ini seharusnya tidak diperuntukkan bagi para pengusaha Muslim Tionghoa, yang mana mereka sudah paham tentang Etika Bisnis yang diajarkan dalam agama baru mereka, yaitu Islam. Justru seharusnya mereka menerapkannya, melihat mereka sudah mengetahui bagaimana etika bisnis Islam yang benar, etika Rasulullah dalam berdagang, dan lain sebagainya.

Salah satu alasan mengapa peneliti mengambil judul ini, karena pengalaman pribadi peneliti di suatu tempat yang unik, yang tidak kita jumpai di tempat-tempat lain, terkhususnya yang memiliki tempat itu adalah seorang Tionghoa. Tempat yang benar-benar menerapkan Etika Bisnis Islam dalam usahanya. Selain itu ada juga beberapa pengusaha Muslim Tionghoa yang sering mengeluarkan zakat, infaq, shadaqah, bahkan adapula yang sudah pergi berhaji. Adapula dari mereka yang sering menjadi donatur di Panti Asuhan, kemudian donatur dalam kegiatan pengajian, dan lain-lain.

Dengan salah satu pembuktian umum ini, maka menjadi alasan peneliti mengapa mengambil judul tentang Etika Bisnis Islam yang mana sample dalam penelitian ini adalah pengusaha Muslim Tionghoa, meskipun tidak semua dari pengusaha Muslim Tionghoa seperti itu.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah di paparkan diatas, maka peneliti mengambil beberapa rumusan masalah, dan diantaranya adalah:

1. Bagaimana praktek Bisnis Pengusaha Muslim Tionghoa di Solo?
2. Bagaimana praktek Bisnis Pengusaha Muslim Tionghoa di lihat dari Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menjelaskan praktik bisnis pengusaha Muslim Tionghoa di Solo.
- b. Untuk menganalisis praktik bisnis pengusaha Muslim Tionghoa dilihat dari Etika Bisnis Islam.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran terhadap keilmuaan Ekonomi Islam, khususnya menyangkut pemikiran tentang etika bisnis Islam dalam kehidupan bermu'aamalah antar sesama pengusaha.

- b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi pertimbangan bagi para pebisnis secara umum, dan pebisnis Muslim Tionghoa secara khusus, untuk menjaga dan meningkatkan etika bisnis Islam.

D. Sistematika Pembahasan

Laporan penelitian ini dirancang menjadi lima bab, sebagai berikut:

1. Bab I menguraikan subbab latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.
2. Bab II memaparkan tentang kajian penelitian terdahulu dan kerangka teori, yang meliputi tinjauan umum etika bisnis Islam, yang terdiri dari pengertian etika, bisnis dan Islam, kemudian perilaku bisnis dalam Islam dan sesuai Al Quran, Etika Binis yang diajarkan oleh Rasulullah, selanjutnya Bisnis yang dilarang dalam Islam, dan terakhir Aksioma Etika Bisnis Islam. Di lanjutkan dengan Gambaran Umum Masyarakat Muslim Tionghoa di Indonesia, yang terdiri dari Sejarah masuknya masyarakat Tionghoa di Indonesia, perkembangan bisnis Masyarakat Muslim Tionghoa di Solo, dan Rahasia Binis Masyarakat Tionghoa.
3. Bab III menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan yang berisi tentang jenis, sifat dan pendekatan penelitian, Informan penelitian dan tehnik penentuan informan, teknik pengumpulan data dan keabsahan data, dan terakhir teknik analisis data.
4. Bab IV menguraikan tentang hasil dan analisis penelitian, yang berisi profil informan penelitian, pencapaian prestasi bisnis pengusaha Muslim Tionghoa, dan implementasi etika bisnis Islam pengusaha Muslim Tionghoa.
5. Bab V merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan hasil penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Aksioma dalam Etika Bisnis Islam yang ditawarkan oleh Syed Nawab Haider Naqvi sangat membantu dalam pengembangan etika-etika bisnis Islam yang lain, karena keempat aksioma inilah yang melandasi etika-etika selanjutnya. Keempat aksioma itu adalah kesatuan (*unity*), kesetimbangan/keadilan (*equilibrium*), kebebasan (*free will*), dan pertanggungjawaban (*responsibility*).

Setelah melihat dari pembahasan dan hasil analisis di Bab IV, maka bisa ditarik kesimpulan utama dari penelitian ini, antara lain:

1. Praktek bisnis para pengusaha Muslim Tionghoa di Solo secara garis besar sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Hal ini dibuktikan dengan:
 - a. Dari landasan kesatuan (*unity*), semua dari informan penelitian ini menjadikan ibadah, dakwah, dan menolong sesama sebagai tujuan, visi-misi ataupun motivasi dalam mendirikan usaha mereka. Karena mereka meyakini bahwa semua kekayaan di bumi ini adalah milik Allah, dan mereka hanyalah diberi amanah untuk mengembangkan dan menggunakan apa yang ada di bumi ini.

- b. Dari landasan kesetimbangan/keadilan (*equilibrium*), semua informan dalam penelitian ini sangat menjunjung tinggi nilai kejujuran, terutama dalam timbangan, takaran, ataupun kecacatan dalam barang. Selain itu, dalam hal penetapan harga, hampir semua dari mereka menetapkan harga dengan wajar, melihat harga pasar, dan mereka hanya mengambil keuntungan yang sewajarnya dan normal, tidak terlalu banyak sehingga tidak merugikan pelanggan atau pihak lain.
- c. Dari landasan kebebasan (*free will*), beberapa informan dalam penelitian ini mengembangkan usaha dengan menyiarkan ke internet dan koran. Selain itu, sisanya menggunakan sales (tenaga pemasaran). Persaingan yang mereka jalani juga semuanya baik. Tidak ada bentuk kompetisi buruk, seperti menjelek-jelekkkan usaha orang lain agar pelanggan datang membeli barang mereka. Mereka menjaga kerukunan sesama mitra, dan berprinsip memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan.
- d. Dari landasan pertanggungjawaban (*responsibility*), yang terdiri dari pertanggungjawaban kepada Allah, mereka semua menyisihkan hartanya untuk dikeluarkan dalam bentuk zakat, infaq atau shadaqah, sedangkan untuk pemberiah hak (gaji), hampir semua informan dalam penelitian ini memberikannya di atas UMR dan tepat waktu. Selain itu, terdapat satu informan yang memberikan upah kepada karyawannya lebih besar dari dirinya.

Tetapi ada salah satu informan juga yang tidak memberikan upah untuk karyawan, karena beliau tidak mempunyai karyawan.

2. Melihat dari hasil analisis, aksioma-aksioma dalam etika bisnis Islam sudah diterapkan oleh semua informan dalam penelitian ini dalam bisnis mereka. Entah dari landasan kesatuan (*unity*) yang menekankan tujuan usaha adalah ibadah dan dakwah, keseimbangan/keadilan (*equilibrium*) yang menekankan kepada kejujuran dalam timbangan dan takaran serta penetapan harga yang adil, kebebasan (*free will*) yang menekankan pada kompetisi secara sehat, ataupun pertanggungjawaban (*responsibility*) yang menekankan kepada ZIS dan pemberian upah karyawan. Mereka menerapkan etika bisnis Islam ini, karena mereka merasakan keberkahan yang sangat besar bagi usaha mereka.

B. Saran

Dalam penelitian ini, peneliti masih memiliki beberapa kelemahan dan keterbatasan diantaranya di Solo belum adanya kelompok sendiri bagi seorang Pengusaha Muslim Tionghoa seperti PITI yang sudah ada di Yogyakarta, sehingga peneliti belum maksimal dalam mencari informan. Selain itu, dari beberapa sekumpulan informan yang sudah dipilih oleh peneliti, tidak semua dari mereka mau dimintai informasi terkait bisnis mereka, karena alasan tertutup dan sibuk dengan beberapa urusan. Sehingga

peneliti hanya bisa mewawancarai 4 informan yang kemudian bisa menjawab rumusan masalah peneliti dalam penelitian Etika Bisnis Islam ini.

Oleh karena beberapa kelemahan dan kendala peneliti dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran yaitu:

1. Kepada para pengusaha Muslim Tionghoa di Solo yang sudah menjadi informan dalam penelitian ini, untuk tetap istiqomah dalam menerapkan etika bisnis Islam yang sudah jelas ada dalam Al Qur'an dan diajarkan oleh Rasulullah, dan bisa mengajak pengusaha-pengusaha muslim lainnya untuk menerapkan etika bisnis Islam ini, saling mengingatkan dalam kebaikan, sehingga pandangan dunia bisnis yang selama ini jelek, bisa berubah dengan menerapkan etika bisnis Islam.
2. Kepada peneliti selanjutnya agar bisa lebih rinci lagi dalam penelitian yang membahas tentang Etika Bisnis Islam, dengan teori yang berbeda dan yang lebih kuat lagi. Mungkin bisa dikhususkan dalam studi kasus di sekelompok Etnis Tionghoa di Surakarta.
3. Kepada penulis, agar bisa menjadikan masa penelitian ini sebagai tambahan ilmu dan pengalaman serta sebagai penyemangat dalam mencari ilmu yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ad Diin, Imam Syaikh Muhammad Mahdi Syamsi. 1997. *Al Iktikaar fii as Syarii'ah al Islaamiyyah*. Cetakan kedua. Beirut: ad Dauliah al Muassasah.
- Al Bukhori, Abi 'Abdillah Muhammad bin Ismail. *Al Jaami' Ash Shohih*, jilid 2, Kairo: Mathba'ah as Shalfiyah wa Maktabatuha.
- Al Hajjaj, Imam Abi Khusain Muslim ibn. 1997. *Shahih Muslim*. Kairo: Dar al Hadits.
- Alimin, dan Muhammad. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Cet. I. Edisi 2004/2005. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, Buchari. 2014. Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. edisi revisi. (Bandung:Alfabet).
- Amalia, Euis. 2013. "Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil dalam Perspektif Ekonomi Islam". *al-Iqtishad*, V. (1).
- Anas, Muhammad. 2008. "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Konteks Produsen dan Konsumen: Ke Arah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan", *Millah*, Vol. VIII, No. 1, Agustus 2008.
- Arifin, Johan. 2008. "Dialektika Etika Islam dan Etika Barat dalam Dunia Bisnis", *Millah*, Vol. VIII, No. 1, Agustus 2008.
- As Syaikh, Nizar Mahmud Qosim. *Akhlaq al Muslim fii at Tijaarah*.
- At-Thirmidzi, Abi 'Iisa Muhammad bin 'Iisa bin Sauroh. 2003. *Sunan at-Tirmidzi wahwa al-Jaami' ash-shahih*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Baidowi, Aris. 2011. "Etika Bisnis Perspektif Islam". *JHI*. 9. (2). Desember.
- Bekun, Rafik Issa. 2002. *Etika Bisnis Islam*. alih bahasa Muhammad. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Departemen Agama RI. 2011. *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Cet: VI. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Fauroni, R Lukman. 2006. *Etika Bisnis dalam Al Quran*,. Cet I. Yogyakarta: Pustaka Pesantren.

- Hafidh, Muh. Syafiul. 2015. "Relasi Bisnis Komunitas Muslim Jawa dengan Komunitas Tionghoa di Kota Pekalongan". *Tesis*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Haladi. "Memaknai Bekerja sebagai Ibadah". Dikutip dari <http://saintek.uin-suka.ac.id/index.php/page/kolom/detail/24/memaknai-bekerja-sebagai-ibadah> pada hari Rabu, tanggal 04 Januari 2017.
- ICSR dan Globethics.net Focus 16. 2014. *Etika Ekonomi dan Bisnis; Perspektif Agama-agama di Indonesia*, (eds.) Yahya Wijaya/Nina Mariani Noor.
- Irkhami, Nafis. 2007. Internalisasi Etika Bisnis Islam Perspektif Ekologi, *Jurnal Ulumuddin*. 10 (3). Januari-Juni.
- Iswanto, Agus. 2007. "Aplikasi Etika Tasawuf Al-Ghazali dalam Mewujudkan Good Governance Di Indonesia", *Millah*, Vol. VII, No. 1, Agustus 2007.
- Juwono, Benny. 1996. "Etnik Cina di Surakarta 1890-1927". dalam *Lembaran Sejarah*. 2. (1). Fakultas Sastra Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Keraf, A Sonny. 1998. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Lombard, Denys.1996. *Nusa Jawa Silang Budaya Bagian II: Jaringan Asia*. Jakarta: GRAMEDIA.
- Muhammad, Abu Hudzaifah Ibrahim. 1987. *Aadaabu at Taajir wa Syuruutu at Tijaariyyah*. Beirut: Maktab Shohabah.
- Muhammad, Najamuddin.2012. *Cara Dagang ala Rasulullah untuk para Entrepreneur*. Jogjakarta: DIVA Press.
- Muslich,. 2004. *Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofis, Normatif dan Substansi Implementatif*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: EKONISIA.
- _____,. 1998. *Etika Bisnis Pendekatan Substantif dan Fungsional*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: EKONISIA.
- Nadzir, Moh.1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Naqvi, Syed Nawad Haider. 1985. *Ethics and Economics An Islamic Synthesis*. Diterjemahkan oleh Husain Anis dan Asep Nikmat. Bandung: Mizan.
- Nawatmi, Sri. 2010. "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam". *Fokus Ekonomi FE*, 9 (1).

- Paozan. 2001. "Praktek Bisnis para Pengusaha dalam kaitannya dengan Etika Bisnis Islam di Pulau Lombok", *Tesis*, Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Rahmaniah, Amelia. 2009. "Etika Bisnis Islami dalam Periklanan", *Millah*, Vol. IX, No. 1, Agustus 2009.
- Ramadhan, Sri. 2011. "*Odd Price* ditinjau dari Etika Bisnis Islam". *Tesis*. Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Sa'aduddin, Imam Abdul Mukmin. 2006. *Meneladani Akhlak Nabi Membangun Kepribadian Muslim*. Rosdakarya.
- Saifullah, Muhammad. 2011. "Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah". *Walisongo*, 19 (1).
- Salim, Agus. 2006. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Seng, Ann Wan. 2014. *Rahasia Bisnis Orang Tionghoa:Kunci Sukses Menguasai Perdagangan*. Cetakan ke II. Jakarta: Naora Books PT. Mizan Publika.
- Shihab, Quraish. 2005. *Menyikap Tabir Ilahi Asma al Husna dalam Perspektif Al Qur'an*. Jakarta: Penerbit Lentera Hati.
- Shulthoni,. 2006. "Etika Bisnis di Komunitas Pengusaha Tionghoa Muslim Kota Yogyakarta". *Tesis*. Universitas Gadjah Mada.
- Suma, Muhammad Amin. 2008. *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. Tangerang: Kholam Publish.
- Sunyoto, Danang. 2010. *Mengapa Banyak Orang Cina Kaya & Berhasil? Dalam Bisnis Dipandang dari Perspektif Muslim*. Yogyakarta: SURYA MEDIKA.
- Suryabrata, Sumadi. 2006. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tim Redaksi Ichtiar Baru Van Hoeve. 2001. *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jil. 2. Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve.
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Krevet Wijayakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Zaini, Ahmad. 2015. "Meneladani Etos Kerja Rasulullah SAW", *BISNIS*, 3 (1).
- Zubair, Muhammad Kamal. 2012. "Aksioma Etika dalam Ilmu Ekonomi Islam". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7 (1). Desember.

<https://ekonomiquran.wordpress.com/2014/04/26/ekonomi-dan-bisnis-dalam-kerangka-islam/> dipublikasikan pada tanggal 20 November 2015, diakses pada 24 Maret 2016.