

**PERILAKU PEDAGANG BAJU BATIK MEREK ULFA DI PASAR  
BERINGHARJO YOGYAKARTA DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL  
DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

**Muhammad Rais**

**Nim: 15913027**

Pasar Beringharjo adalah pasar yang cukup terkenal dan banyak dikunjungi oleh konsumen wisatawan di Kota Yogyakarta, hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil survei bahwa jumlah pengunjung di pasar Beringharjo Yogyakarta dari tahun 2016 mengalami kenaikan 4,46 persen dibanding dengan tahun sebelumnya, jumlah pengunjung pasar tradisional tercatat sebanyak 147.326 orang per hari pada tahun 2016 atau meningkat dibanding dengan tahun sebelumnya 141.041 orang per hari. Dari banyaknya pengunjung pasar, maka pedagang memanfaatkannya dengan cara memberikan harga jual kepada konsumen wisatawan diatas harga normal atau harga pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku pedagang dalam menentukan harga jual baju Batik merek Ulfa kepada konsumen serta mendeskripsikan peran pemerintah dalam menentukan harga, metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif, dimana penulis melakukan penelitian lapangan menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian ini adalah hampir semua responden pedagang baju Batik dengan merek Ulfa banyak melakukan pelanggaran etika bisnis Islam dan belum ada intervensi pemerinta (Disperindag) dalam menentukan harga serta penentuan harga jual diserahkan penuh kepada pedagang baju Batik.

Kata Kunci: *Perilaku pedagang, penentuan harga, pasar Beringharjo, baju Batik, etika bisnis Islam, pemerintah.*

**BEHAVIOR OF BATIK CLOTHING ULFA BRAND RETAILERS IN  
BERINGHARJO MARKET YOGYAKARTA IN DETERMINING THE  
SELLING PRICE THROUGH THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC BUSINESS  
ETHICS**

**Muhammad Rais**

**Student Registration Number: 15913027**

Beringharjo market is a well-known and a mostly-visited market by many tourists in Yogyakarta city, as seen through a survey saying that the number of visitors in Beringharjo Yogyakarta market from 2016 increased by 4.46 percent as compared to the previous year. The number of traditional market visitors recorded as many as 147,326 people per day in 2016 which showed a significant increase as compared to the previous year of 141,041 people per day. This high number of market visitors enables the batik clothing retailers to charge these visitors with the high selling price above the normal price or market price.

This study aims to describe the behavior of those retailers in determining the selling price of batik clothes to consumers and describe the role of government in determining the price. The research uses qualitative method of field research to collect data through observation, interview and documentation. On the basis of the research, it is revealed that almost all respondents of Batik clothes retailers for Ulfa Brand do many violations of Islamic business ethics. Unluckily, there has been no government intervention (Disperindag) in determining the selling price since it is fully submitted to batik clothing retailers.

*Keywords: Merchant behavior, pricing, Beringharjo market, Batik clothing, Islamic business ethics, Government.*

## PENDAHULUAN

Islam mendorong kepada pengikutnya untuk melakukan usaha perdagangan, perniagaan atau jual beli. Tetapi untuk orang yang menjalankan usaha perdagangan secara Islam, dituntut menggunakan tata cara khusus, dan memiliki aturan dagang yang mengatur bagaimana seharusnya seorang pedagang melakukan proses jual beli agar mendapat berkah dan di ridhai oleh Allah SWT di dunia dan akhirat. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja mengikuti kehendaknya sendiri untuk mencapai tujuan dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan yang dilarang lainnya.

Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka atau ruang lingkup bisnis. Dengan adanya etika atau moral pedagang dapat membedakan antara yang baik dan buruk, halal dan haram.

Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan kegiatan di bidang usaha pemenuhan kebutuhan individu, baik berupa produksi, konsumsi maupun distribusi yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan.<sup>1</sup> Dalam Islam, bisnis yang diperbolehkan adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah. Namun, faktanya masih banyak praktik dagang yang tidak memerhatikan nilai-nilai etika dalam pelaksanaannya sehingga seringkali timbul penyimpangan seperti menaikkan harga melebihi dari harga pasar. Menurut Rafik Issa Beekun etika bisnis adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan antara yang baik dan yang buruk. Etika bisnis juga berperan penting sebagai penentu apa yang harus dilakukan dan tidak dilakukan oleh seorang individu artinya bahwa etika bisnis merupakan bidang ilmu yang bersifat normatif.<sup>2</sup>

Salah satu wadah dimana transaksi jual beli itu dapat berlangsung adalah di pasar tradisional. Pasar merupakan suatu elemen yang memiliki peranan penting dalam perekonomian. Pasar dalam kajian ilmu ekonomi mengandung pengertian suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (*pembeli*) dan penawaran (*penjual*) dari suatu barang atau jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (*harga pasar*) dan jumlah yang diperdagangkan.<sup>3</sup> Dalam proses transaksinya, pedagang lazimnya ingin memperoleh keuntungan yang setinggi-

---

<sup>1</sup> Kwat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), hlm. 21

<sup>2</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, Virginia: The International Institute of Islamic Thought, 1997, hlm. 10

<sup>3</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Cet. 1, (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 205.

tingginya terhadap produk atau barang yang diperdagangkan. Keuntungan yang besar akan diperoleh para pedagang apabila harga barang yang dijualnya banyak terjual dengan harga yang tinggi. Menurut Adiwarman Karim secara umum segala kondisi atau praktek transaksi di pasar baik barang maupun jasa yang akan berdampak pada tidak tercapainya mekanisme pasar secara efisien dan optimal maka dapat dipastikan ada distorsi yang ikut berperan dalam pembentukan harga.<sup>4</sup>

Dari apa yang diuraikan di atas maka dapat diasumsikan bahwa di dalam mekanisme pasar bebas, para aktor (*pedagang*) pasar sangat memungkinkan melakukan manipulasi harga. Implikasi dari kebebasan tersebut dapat merugikan banyak pihak diantaranya adalah konsumen. Pada praktiknya kemungkinan besar banyak pedagang di pasar tradisional yang memainkan harga untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Salah satu pasar tradisional yang terindikasi melakukan praktik penentuan harga buatan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam adalah pasar Beringharjo yang terletak di kota Yogyakarta.

Pasar Beringharjo adalah pasar tradisional yang terletak di jalan Malioboro. Pasar Beringharjo dikenal sebagai pusat penjualan baju Batik murah, sehingga banyak wisatawan yang menyempatkan diri berbelanja di Pasar tersebut. Pasar Beringharjo ini juga merupakan salah satu perwujudan legitimasi sosial seseorang yang membuktikan bahwa dengan mengunjungi pasar tersebut, maka yang bersangkutan dianggap sudah pernah berkunjung di kota Yogyakarta. Ketika memasuki pasar Beringharjo, pengunjung akan menemukan begitu banyak pedagang yang menjual baju Batik merek Ulfa kepada pengunjung pasar. Banyaknya pedagang baju Batik merek Ulfa yang ada di dalam pasar Beringharjo, tentu menciptakan persaingan yang semakin ketat. Persaingan inilah yang membuat para pedagang menciptakan berbagai macam strategi agar pengunjung membeli baju Batik merek Ulfa yang ditawarkan.

Pasar Beringharjo sebagai objek penelitian karena di antara banyak pasar yang ada di Kota Yogyakarta Pasar Beringharjo yang paling digemari dan banyak dikunjungi oleh wisatawan. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Tempo.co bahwa jumlah pengunjung di Pasar Beringharjo Yogyakarta dari tahun 2016 mengalami kenaikan 4,46 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya, jumlah

---

<sup>4</sup>Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, Cet. 7, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 220.

pengunjung pasar tradisional tercatat sebanyak 147.326 orang per hari pada tahun 2016 atau meningkat dibanding dengan tahun sebelumnya 141.041 orang per hari.<sup>5</sup>

Dari data diatas dapat dipahami bahwa pasar tradisional banyak dikenali oleh wisatawan dengan pusat perbelanjaan oleh-oleh baju Batik merek Ulfa murah yang ada di kota Yogyakarta. Namun tidak sedikit wisatawan yang mendapatkan baju Batik merek Ulfa dengan harga yang mahal. Hal tersebut menjadi tanda tanya bagi peneliti yang ingin mengetahui penyebab mahalnya harga baju Batik merek Ulfa yang diberikan pedagang di Pasar Beringharjo kepada konsumen wisatawan. Dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa ada ketidak sesuaian antara apa yang diharapkan oleh konsumen wisatawan dan kenyataan yang terjadi di Pasar Beringharjo. Selain itu jumlah pedagang pun banyak di dalam pasar Beringharjo dan mayoritas pedagangnya adalah seorang muslim. Karena mayoritas pedagang dalam pasar Beringharjo adalah muslim, tentu memahami bagaimana seharusnya menentukan harga jual kepada konsumennya baik konsumen wisatawan maupun konsumen lokal.

Sebagai seorang pedagang muslim yang beriman kepada Allah harus menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnisnya sehari-hari. Sehingga dalam pelaksanaan kegiatannya, tidak hanya berorientasi pada laba semata, tetapi juga memerhatikan nilai-nilai etis. Adapun dampak dari perilaku pedagang muslim yang memerhatikan dan mengimplementasikan nilai-nilai etis dalam kegiatan usahanya seperti melaksanakan shalat tepat waktu, adil dalam memebrikan harga jual kepada konsumen serta berbuat baik dengan cara jujur dan transparan kepada konsumen tentang harga dan kualitas baju batik dagangannya adalah mendapatkan ridho Allah SWT dan mendapatkan legitimasi kepercayaan konsumen sehingga rezki yang di dapat menjadi berkah.

## **PERILAKU PEDAGANG BAJU BATIK DALAM MENENTUKAN HARGA**

Pasar Beringharjo terbagi menjadi tiga, *pertama* Beringharjo Timur, *kedua*, Beringharjo Tengah dan yang *ketiga* Beringharjo Barat. Penulis fokus pada Pasar Beringharjo barat karena di Pasar tersebut mayoritas pedagang baju Batik. Untuk mengetahui perilaku pedagang baju Batik di Pasar Beringharjo Barat maka penulis melakukan observasi dan wawancara dengan beberapa responden (pedagang baju batik).

---

<sup>5</sup>Tempo.co, Jumlah Pengunjung Pasar di Kota Yogyakarta Naik 4,46 Persen <https://bisnis.tempo.co/read/770166/jumlah-pengunjung-pasar-di-yogyakarta-naik-446-persen>, di akses pada hari jumat tanggal 17 februari 2018 jam 00.00 WIB.

Di Pasar Beringharjo Yogyakarta, pedagang batik berderet dari pintu masuk sisi barat hingga sisi timur, berbagai motif dan bahan hingga kualitas Batik, bisa didapatkan dipasar tersebut, namun sebagaimana layaknya pasar rakyat, batik dengan harga murah dan kualitas bagus yang paling banyak dicari oleh konsumen baik konsumen lokal maupun wisatawan.

Harga baju batik dipasar Beringharjo pun beragam, mulai dari harga termurah hingga harga yang mahal tergantung merek dan kualitas batik yang diinginkan oleh konsumen. Pembeli di Pasar Beringharjo bisa melakukan penawaran, bila harga dan barang sesuai dengan keinginan konsumen maka barang bisa diangkut. Sejak batik ditetapkan sebagai warisan budaya, pembeli batik pun mengalami peningkatan. Karena minat pembeli terhadap Batik (khususnya baju Batik) meningkat maka perilaku pedagang dalam menentukan harga juga semakin tinggi.<sup>6</sup>

Adapun keunikan lain perilaku para pedagang di Pasar Beringharjo dalam menentukan harga jual kepada konsumen maka penulis membagi menjadi enam bagian, ke enam bagian tersebut didapatkan dari hasil observasi dan wawancara dengan responden, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penentuan harga jual berdasarkan kemampuan konsumen dalam menawar
2. Penentuan harga jual berdasarkan jenis kelamin konsumen
3. Penentuan harga jual berdasarkan status domisili konsumen
4. Penentuan harga jual berdasarkan ukuran baju Batik
5. Penentuan harga jual berdasarkan jumlah baju Batik yang dibeli
6. Penentuan harga jual berdasarkan merek dan kualitas kain baju Batik

## **TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU PEDAGANG BAJU BATIK DI PASAR BERINGHARJO**

Salah satu konsekuensi dari keimanan adalah taat dan tunduk pada perintah Allah Swt. Seseorang dikatakan beriman kepada Allah apabila melaksanakan kewajiban yang sudah ditetapkan oleh Allah SWT dan menjauhi segala bentuk larangannya. Segala bentuk aktivitas yang diniatkan karena Allah maka terhitung sebagai ibadah dan mendapatkan pahala, termasuk dalam melakukan aktivitas bisnis. Setiap manusia harus memahami bahwa dalam Islam setiap tindakan atau perilaku kita itu diatur dan ditentukan batas batasnya. Oleh sebab itu, Islam mengkategorikan bisnis yang diperbolehkan dan yang dilarang.

---

<sup>6</sup> Kompasiana, *Kiat Belanja baju Batik Murah di Pasar Beringharjo Yogyakarta*, dikutip dari, <https://www.kompasiana.com/wardhanahendra/kiat-belanja-batik-murah-di-pasar-beringharjo-yogyakarta>, tanggal 15 juli 2017, jam 20.30 WIB.

## 1. Landasan Tauhid (*Unity*)

Dalam menjalankan suatu bisnis seorang pedagang seharusnya berpegang teguh pada keyakinan bahwa Allah SWT selalu mengawasi segala aktivitasnya. Dengan keyakinan tersebut maka akan melahirkan sinergi antara pedagang dan sang pencipta yaitu Allah SWT. Sebagai makhluk ciptaan Allah harus benar benar tunduk atas segala perintahnya dan menjauhi segala larangannya. Salah satu perintah Allah SWT yang wajib di laksanakan adalah shalat lima waktu.

Konsep tauhid diartikan sebagai hubungan vertikal antara hamba dan Tuhannya. Untuk mempererat hubungan tersebut maka seorang hamba diwajibkan untuk melaksanakan shalat wajib lima kali dalam waktu dua puluh empat jam. Pelaksanaan tersebut adalah perwujudan dari penyerahan diri kepada Allah SWT.

Dari hasil wawancara dengan lima belas responden pedagang baju batik di Pasar Beringharjo menunjukkan bahwa melakukan kegiatan bisnis tidak menghalanginya untuk melaksanakan shalat lima waktu. Bagi pedagang melaksanakan shalat lima waktu adalah kewajiban bagi setiap pemeluk agama Islam, pelaksanaan shalat lima waktu tersebut diyakini sebagai bentuk penyerahan diri kepada Allah SWT. Sebagaimana Firman Allah dalam Alquran surat Adz Dzariyaat: 56<sup>7</sup>

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Artinya:

*“Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku”*

Dari ayat diatas dapat kita pahami bahwa Manusia diciptakan oleh Allah SWT hanya untuk melakukan ibadah. Jadi segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh setiap manusia diniatkan karena Allah, Khususnya dalam konteks bisnis, seseorang apabila melakukan kegiatan bisnis maka tidak lain hanya bentuk pengabdian atau ibadah kita kepada Allah SWT.

Selain itu, para pedagang dipasar Beringharjo memiliki kebiasaan sebelum dan sesudah melakukan aktivitas dagang yaitu berdoa, manusia memiliki hubungan vertikal kepada Allah SWT, segala sesuatu yang dikerjakan semata-mata hanya untuk

---

<sup>7</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran...*, hlm 205

mengharapkan ridho Allah SWT. Sebagaimana firmanNya dalam surat Al-An'am: 162<sup>8</sup>

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

Artinya:

*“Katakanlah: sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam”*

Selain itu, perilaku penyerahan diri kepada Allah di wujudkan dengan melaksanakan shalat tepat waktu. Dari lima belas responden pedagang Baju Batik di Pasar Beringharjo hanya satu responden yang melaksanakan shalat tepat waktu yaitu Ibu Ibrahim. Beliau sudah terbiasa melakukan shalat dengan tepat waktu, hal tersebut dibuktikan ketika mendengar adzan berkumandang maka beliau berusaha meninggalkan aktivitasnya dan langsung melaksanakan shalat, menurutnya shalat tepat waktu dapat memberikan kepuasan yang tidak ternilai dengan materi.<sup>9</sup>

Sementara empat belas responden lainnya melaksanakan shalat tidak tepat waktu karena sibuk melayani konsumen. Menurut penulis perilaku pedagang yang lebih menyibukkan diri untuk melayani konsumen adalah perilaku yang menjunjung tinggi nilai ekonomi, sehingga lalai dalam melaksanakan shalat tepat waktu. Ada pepatah yang mengatakan bahwa Hidup itu pilihan, Seorang pedagang yang memilih menyibukkan diri pada saat memasuki waktu shalat merupakan pilihan yang keliru. Pilihan yang benar adalah melaksanakan shalat dengan tepat waktu karena mendapatkan pahala disisi Allah SWT dan membuat hati menjadi damai. Sebagaimana di jelaskan dalam firman Allah SWT Q.S. An-Nisa: 103.<sup>10</sup>

فَإِذَا قُضِيَتْمُ الصَّلَاةُ فَادْكُرُوا اللَّهَ فِيمَا وُقِعْتُمْ وَعَلَىٰ جُنُوبِكُمْ ۚ فَإِذَا اطْمَأْنَنْتُمْ فَأَقِيمُوا

الصَّلَاةَ ۚ إِنَّ الصَّلَاةَ كَانَتْ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَّوْقُوتًا ﴿١٠٣﴾

<sup>8</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran*, hlm. 150

<sup>9</sup> Wawancara dengan Ibu Ibrahim di Pasar Beringharjo pada tanggal 12 januari 2018

<sup>10</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 95



Artinya:

*“Maka apabila kamu telah menyelesaikan shalat(mu), ingatlah Allah di waktu berdiri, di waktu duduk dan di waktu berbaring. Kemudian apabila kamu Telah merasa aman, Maka Dirikanlah shalat itu (sebagaimana biasa). Sesungguhnya shalat itu adalah kewajiban yang ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman”*

Ayat diatas memberikan isyarat kepada kita bahwa, dimanapun, kapanpun dan dalam situasi bagaimanapun kita tetap diperintahkan untuk selalu mengingat Allah SWT. Dalam konteks bisnis setiap pedagang yang beriman diperintahkan oleh Allah SWT agar selalu mengingatnya karena dengan mengingatnya kita akan merasa aman. Mengingat Allah adalah dengan melaksanakan shalat tepat waktu, perilaku tersebut merupakan salah satu bentuk dari keimanan seseorang pedagang terhadap Allah SWT.

Pedagang yang beriman kepada Allah SWT tidak akan lalai dari perintahnya hanya karena mengurus dan melakukan aktivitas dagangannya. Selain itu, pedagang yang beriman tidak akan pernah melakukan perbuatan yang tidak terpuji, seperti: menipu, menjual barang haram, tidak adil dalam memperlakukan konsumen dan memanipulasi harga.

Dari pemaparan diatas dapat dikatakan bahwa perilaku pedangan di Pasar Beringharjo dalam melaksanakan ibadah kepada Allah SWT sudah sesuai dengan landasan tauhid. Akan tetapi, masih banyak pedagang yang lalai dalam melaksanakan shalat tepat waktu. Semestinya pedagang melaksanakan shalat tepat waktu dengan anggapan keuntungan yang di dapatkan lebih besar di sisi Allah SWT. Sebagaimana yang telah di contohkan oleh Nabi Muhammad Saw.

## **2. Landasan Keseimbangan atau Keadilan (*Equilibrium*)**

Dalam melakukan bisnis, keseimbangan atau lebih dikenal dengan keadilan sudah menjadi landasan yang harus diterapkan oleh para pelaku bisnis. Keadilan tidak hanya di peruntukkan hanya untuk sekelompok orang saja tetapi semua orang berhak mendapatkan keadilan.<sup>11</sup> Q.S. An-nahl :90

---

<sup>11</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, Virginia: The International Institute of Islamic Thought, 1997, hlm. 23

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ  
 يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٦﴾

Artinya:

“*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*”

Islam mengajarkan pengikutnya untuk memperlakukan setiap konsumen secara adil dan berbuat kebajikan. Dalam bisnis persyaratan adil yang paling mendasar adalah menentukan harga jual kepada konsumen sesuai dengan harga pasar dan memberi harga tanpa melihat perbedaan bahasa yang digunakan oleh konsumen dalam menawar harga barang. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-an'am: 152.<sup>12</sup>

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ وَأَوْفُوا بِالْعَيْلِ وَالْمِيرَانَ بِالْقِسْطِ ۗ  
 لَا تَكْلِفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا ۗ وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۗ ذَٰلِكُمْ  
 وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٦﴾

Artinya:

“*dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat*”

Dalam menentukan harga jual kepada konsumen harus adil. Sebagaimana di ungkapkan oleh Ibu Ibrahim selaku pedagang baju Batik di Pasar Beringharjo Barat:

<sup>12</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 149

“biasanya saya memberikan harga jual kepada konsumen sesuai dengan harga Pasar, jika baju batik yang bermerek Ulfa dengan harga pasar empat puluh ribu rupiah maka saya pun memberikan harga demikian kepada konsumen, dan dalam memberikan harga jual saya tidak membedakan antara konsumen yang berasal dari Jawa dan berasal dari luar Jawa. Semuanya saya beri harga yang sama”<sup>13</sup>

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa perilaku adil yang ditunjukkan oleh pedagang baju batik di Pasar Beringharjo adalah menentukan harga jual berdasarkan harga pasar dan tidak membedakan harga, baik kepada konsumen lokal maupun konsumen wisatawan. Karena pada dasarnya semua konsumen ingin diperlakukan secara adil.

Kemudian, perilaku adil seorang pedagang adalah tidak membedakan harga kepada konsumen yang berbeda. Dalam pandangan Islam seorang pedagang dilarang melakukan usaha untuk menaikkan harga di atas harga pasar.<sup>14</sup> Karena dapat merugikan konsumen yang tidak mengetahui harga pasar dan termasuk perbuatan yang tercela. Keunikan pedagang baju Batik di Pasar Beringharjo yaitu mengklasifikasikan konsumennya menjadi dua yaitu konsumen lokal dan konsumen wisatawan, konsumen lokal diidentifikasi dengan menggunakan bahasa Jawa dalam melakukan tawar-menawar sedangkan konsumen menggunakan bahasa umum yaitu bahasa Indonesia.

Dari hasil wawancara dengan pedagang baju Batik di Pasar Beringharjo adalah hanya Ibu Ibrahim yang memperlakukan konsumen secara adil. Selanjutnya empat belas pedagang tidak berlaku adil kepada konsumen terkait penentuan harga, wujud keadilan yang dipraktikkan oleh Ibu Ibrahim adalah memberikan harga kepada konsumen sesuai dengan harga pasar tanpa membedakan, seperti konsumen yang bisa berbahasa Jawa dan konsumen yang tidak bisa berbahasa Jawa.

Adapun wujud ketidakadilan ke empat belas pedagang di Pasar Beringharjo adalah memberikan harga jual yang berbeda kepada konsumen lokal dan konsumen wisatawan. Selanjutnya, menunjukkan bahwa mereka menentukan harga yang lebih tinggi kepada wisatawan disebabkan karena ketidaktahuan dengan harga pasar.

Cara seorang pedagang mengidentifikasi konsumen wisatawan dan konsumen lokal yaitu menggunakan strategi komunikasi dengan bahasa Jawa, konsumen yang

---

<sup>13</sup> Wawancara Ibu Ibrahim di Pasar Beringharjo Yogyakarta pada tanggal 12 Januari 2018

<sup>14</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, Yogyakarta, EKONESIA, 2002, hlm. 203

tidak bisa berbahasa jawa berarti dikategorikan sebagai konsumen wisatawan sedangkan konsumen yang mampu berbahasa jawa dikategorikan sebagai konsumen lokal.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pedagang baju Batik dipasar Beringharjo belum mampu menerapkan prinsip keseimbangan atau keadilan. Ketidakkampuan tersebut tidak disebabkan karena kurangnya pengetahuan pedagang tentang etika bisnis Islam tetapi lebih daripada kebiasaan pedagang untuk mengambil keuntungan yang lebih terhadap konsumen khususnya konsumen wisatawan.

### **3. Landasan Kehendak Bebas (*Free Will*)**

Salah satu kelebihan manusia di bandingkan dengan ciptaannya yang lain adalah memiliki kehendak bebas guna mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dan tanpa mengabaikan suatu kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberi kemampuan untuk berpikir dan memilih apa pun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting adalah bertindak berdasarkan aturan apa pun yang ia pilih.

Sebagai pedagang muslim yang beriman, harus memaknai kebebasan sebagai anugrah dari Allah SWT, yang menurunkan kitab suci Alquran untuk kemaslahatan umat. Menurut Mahmoedin kehendak bebas manusia dapat dituntut, untuk bertindak etis. Dalam bisnis, bersikap bebas diperlukan karena sikap ini dapat memberikan energi bagi pelaku bisnis dan leluasa memperlihatkan keikutsertaannya dalam suatu bisnis untuk mencapai tujuan organisasi maupun individu.<sup>15</sup> Kehendak bebas dalam etika merupakan prasarat untuk bertindak secara etis karena tindakan etis muncul dari pribadi yang bebas dengan bersumber dari niat yang baik dan kesadaran pribadi.

Selanjutnya, Rahmani Trimorita kebebasan manusia untuk menentukan sikap baik dan jahat bersumber dari posisi manusia sebagai wakil (*Khalifah*) Allah di bumi dan posisinya sebagai makhluk yang dianugrahi kehendak bebas. Namun demikian agar dapat terarah dan bermanfaat untuk tujuan sosial dalam kebebasan yang di anugerahkan Allah.<sup>16</sup>

Sedangkan dari sudut pandang ekonomi, Islam menolak kehendak bebas yang di kemukakan oleh para tokoh ekonomi konvensional, dimana ia dapat bertindak sesuka hatinya yang penting memberikan keuntungan. Maksimalisasi laba adalah tujuan yang paling utama dalam ekonomi konvensional, sedangkan ekonomi Islam

---

<sup>15</sup> Mahmoedin, *Etika Bisnis Islam Perbankan*, Jakarta: Pusat Sinar Harapan, 1996, hlm. 76

<sup>16</sup> Tim Penulis FSEI, *Filsafat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2008, hlm.

menekankan pada prinsip halal dan ibadah kepada Allah SWT tanpa mengabaikan keuntungan.

Menentukan harga jual kepada konsumen dan bersaing secara sehat merupakan wujud kehendak bebas pedagang baju Batik di Pasar Beringharjo, sebagaimana di ungkapkan oleh Ibu Lestari bahwa:

“saya memiliki kebebasan dalam menentukan harga jual, dan memberi pula kebebasan kepada konsumen untuk menawar harga, jadi setiap baju Batik yang saya jual harganyaapun berbeda, merek yang sama harganya bisa saja berbeda tergantung dari bagaimana konsumen menawar harga”<sup>17</sup>

Pedagang baju Batik di Pasar Beringharjo memahami kehendak bebas sebagai peluang untuk mendapatkan keuntungan banyak, hal ini dapat dilihat dari bagaimana pedagang memberikan harga jual kepada konsumen. Harga jual diberikan kepada konsumen bersifat kehendak bebas pedagang saja, tanpa mempertimbangkan harga pasar, padahal dalam ekonomi Islam menentukan harga itu harus sesuai dengan harga pasar. Dalam hal ini responden pedagang Baju Batik dipasar beringharjo belum mampu memaknai dan mengimplemtasikan kehendak bebasnya sesuai dengan tuntunan etika bisnis Islam.

#### **4. Landasan Tanggung Jawab (*Responsibility*)**

Konsep tanggung jawab dalam bisnis menjadi suatu kewajiban untuk mengimplementasikannya, pedagang yang beriman kepada Allah SWT tentunya takut akan hari pembalasan dimana semua perbuatan baik dan buruk maka akan dimintai pertanggungjawaban. Pedagang muslim sejatinya harus memegang prinsip tanggung jawab agar mendapat kepercayaan konsumen, dimana kepercayaan adalah modal yang besar untuk kelancaran bisnis kedepannya.

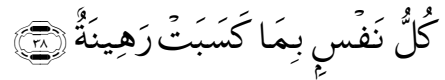
Menurut Muhammad tanggung jawab dalam Islam bersifat multi-tingkat dan terpusat baik pada tingkat individu maupun tingkat Organisasi.<sup>18</sup> Kebebasan manusia dalam menggunakan potensi sumber daya semestinya memiliki batas-batas tertentu, dan tidak dipergunakan sebebas-bebasnya tanpa batas, melainkan dibatasi oleh hukum, norma sosial dan etika yang tertuang dalam Alquran dan Hadis sebagai

---

<sup>17</sup> Wawancara Ibu Lestari di Pasar Beringharjo Yogyakarta, pada tanggal 12 januari 2018

<sup>18</sup> Muhammad, *Etika Bisnis ...*, hlm. 57

landasan dalam penggunaan potensi sumber daya. Sebagaimana terdapat dalam Q.S. Al-Mudassir: 38<sup>19</sup>



Artinya:

*“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang Telah diperbuatnya”*

Dari ayat diatas dapat dipahami bahwa dalam melakukan aktivitas bisnis, tanggung jawab sangat penting karena sehubungan dengan menjaga kepercayaan konsumen sehingga bisnis yang dijalankan dapat bertahan dan tetap eksis. Menurut Beekun pada landasan tanggung jawab menetapkan adanya batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.<sup>20</sup>

Landasan tanggung jawab sangat mendasar dalam ajaran Islam. Terutama apabila dikaitkan dengan kebebasan ekonomi tanggung jawab setiap individu duwujudkan penerimaan akan adanya balasan secara adil di hari Kiamat. Dan setiap individu memiliki hak untuk berpegang pada Alquran dan Hadis sebagai landasan dalam melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah SWT.

Adapun wujud dari tanggung jawab pedagang baju Batik di Pasar Beringharjo adalah taat pada aturan yang berlaku seperti dalam membayar retribusi kepada pihak pengelola pasar (Disperindag), perilaku membayar retribusi juga ditunjukkan tepat waktu. Sebagaimana pembayaran retribusi sudah diatur dalam Perda Yogyakarta No. 5 tahun 2012. Hasil pembayaran retribusi tersebut digunakan oleh pemerintah untuk pembiayaan operasional pasar, seperti memperbaiki bangunan dan infrastruktur lainnya.

Bentuk tanggung jawab seorang pedagang bukan hanya membayar retribusi tetapi juga bertanggung jawab terhadap perkataannya terkait kualitas baju Batiknya apabila ada konsumen yang menyesali pembeliannya dan ingin mengembalikan baju Batik tersebut, maka pihak pedagang harus bertanggung jawab dengan cara mengembalikan uang konsumen atau menggantinya dengan baju Batik lainnya.

---

<sup>19</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 576

<sup>20</sup> Ishak Beekun, *Islamic Business Ethics ...*, hlm. 30

Sebagaimana Nabi Muhammad Saw tanggap terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen. Rasulullah bersabda:<sup>21</sup>

*“Allah mengasihi orang yang mudah dalam penjualan, pembelian, pelunasan dan penagihan. Barang siapa yang memberi penangguhan kepada orang yang dalam kesusahan (untuk membayar hutang) atau membebaskannya, maka Allah akan menghisabnya dengan penghisaban yang ringan. Barang siapa yang menerima kembali pembelian dari orang-orang yang menyesali pembeliannya niscaya Allah membatalkan (menghapus) kesalahannya pada hari kiamat”* (Bukhari dan Muslim)

Dari Hadits di atas dapat dipahami bahwa praktek bisnis yang pernah dilakukan oleh Rasulullah Saw penuh dengan tanggung jawab. Dengan cara menerima kembali barang yang sudah dibeli oleh konsumen, namun terdapat kerusakan maka Rasulullah mengganti barang tersebut. Sebagai mana pedagang muslim seharusnya mengikuti praktek tanggung jawab yang pernah dilakukan oleh Rasulullah.

Di pasar Beringharjo beberapa pedagang tidak menerima barang kembalian yang sudah dibeli oleh konsumen, menurut pedagang di pasar beringharjo barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan lagi. Pernyataan dan praktek bisnis tersebut, menurut hemat penulis telah melanggar etika bisnis Islam dan keluar dari makna tanggung jawab.

## **5. Landasan Kebajikan atau *Ihsan* (Benevolence)**

Landasan kebajikan mengajarkan kepada kita untuk melakukan perbuatan yang baik dan mendatangkan manfaat kepada orang lain tanpa ada aturan yang mewajibkan atau memerintahkannya untuk melakukan perbuatan tersebut. Atau biasa diistilahkan dengan beribadah dengan cara berbuat baik kepada semua orang seakan akan diawasi oleh Allah SWT.

*Ihsan* dalam dunia usaha adalah tindakan memberikan keuntungan berupa perilaku sopan santun ataupun berperilaku yang baik bagi orang lain tanpa ada sesuatu kewajiban tertentu. Perilaku yang dapat diterapkan oleh para pedagang di pasar Beringharjo ini adalah sifat jujur.

Alangkah indahnya jika kita bisa menjalankan bisnis atau bertransaksi di pasar dengan sifat jujur dan mempengaruhi lingkungan bisnis kita dengan sifat jujur

---

<sup>21</sup> M. Suyanto, *Business Strategy dan Ethics*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008, hlm 258

tersebut. Karena dengan menghidupkan sifat-sifat jujur di benak semua pedagang maupun pelaku bisnis, maka sudah tentu sifat-sifat yang tercela seperti kesombongan, keangkuhan, kezaliman, kemunafikan, penipuan, dan keserakahan akan lenyap.

Kejujuran dalam berbisnis itu penting dan harus diterapkan dalam setiap usaha dan bisnis. Buat apa hasil banyak melimpah tetapi menyakiti hati dan banyak merugikan konsumen dan para pelanggan. Prinsip kejujuran ini sangatlah vital. Jika seseorang pebisnis jujur, maka usahanya akan lancar dan diberkahi oleh Allah SWT. Sebuah kebohongan dalam bisnis, akan membuat bisnis seseorang akan menjadi hancur. Keberkahan dalam setiap rezeki yang diperoleh sangat penting artinya., jujur merupakan salah satu kunci kesuksesan dalam usaha dan bisnis seseorang.

Jujur adalah ruh keimanan, tanpa kejujuran, kehidupan sosial tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Bencana terbesar di dalam dunia bisnis saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan bathil, misalnya mereka berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga tinggi. Misalnya pedagang yang menetapkan harga tinggi kepada konsumen wisatawan dengan kualitas baju Batik yang rendah. Menurut imam Ghazali dalam Beekun bahwa orang yang baik itu adalah seseorang yang senantiasa menjual barang dagangannya dengan mengambil keuntungan yang rendah,<sup>22</sup> bahkan jika yang membeli adalah orang yang tidak mampu maka pedagang diharapkan berkorban untuk tidak mengambil keuntungan dari penjualannya tersebut.

Di pasar Beringharjo perilaku pedagang masih belum bisa dikategorikan jujur karena dalam mempromosikan barang, mereka terkadang banyak memberikan informasi yang keliru kepada konsumen, bahwa baju Batik yang dijualnya dengan merek Ulfa adalah baju Batik yang memiliki kualitas kain yang bagus. Tetapi pada kenyataannya bertentangan apa yang dikatakan. Kualitas kain baju Batik dengan merek Ulfa menurut mayoritas pedagang baju Batik di Pasar Beringharjo tersebut, memiliki kualitas yang rendah dengan harga yang rendah pula.

Kecurangan tersebut dapat terjadi karena faktor motivasi utama para pedagang yang ingin memperoleh keuntungan sebanyak mungkin dan cenderung mengabaikan motivasi utama dalam berdagang yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberikan kepuasan dalam hal ini adalah konsumen, sehingga konsumen hanya dianggap sebagai ladang penghasil uang bukan sebagai mitra bisnis yang seharusnya kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli memperoleh keuntungan yang sama

---

<sup>22</sup> Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics ...*, hlm. 28



bukan justru saling merugikan. Oleh sebab itu, salah satu karakter pebisnis yang terpenting dan diridhoi oleh Allah ialah kejujuran.<sup>23</sup>

## **PERAN PEMERINTAH (DISPERINDAG) DALAM MENENTUKAN HARGA**

Pada pandangan ekonomi konvensional setiap individu bebas untuk melakukan apa saja yang diinginkan tanpa merugikan orang lain. Pasar adalah tempat dimana seseorang dapat mengekspresikan kebebasannya dengan cara melakukan jual beli. Seorang pedagang menawarkan barang kepada konsumen dan konsumen memiliki pilihan bebas untuk membeli barang tersebut atau tidak. Dalam istilah ekonomi konvensional biasa disebut dengan pasar bebas.

Pasar bebas adalah pasar dimana tidak diboleh adanya intervensi pemerintah di dalamnya.<sup>24</sup> Atas dasar ini kita dapat memahami bahwa didalam pasar bebas tidak diperlukan bahwa pelaku sepakat dengan tujuan yang ingin dicapai. Jika sebuah organisasi dalam ekonomi para oelaku sepakat untuk saling membantu satu sama lain untuk mencapai tujuan mereka, dalam sistem pasar bebas mereka terperdaya untuk menyumbang kebutuhan pihak lain tanpa menyadari atau mengetahuinnya. Oleh karena itni dari konsep pasar bebas dalam ekonomi konvensional adalah sebuah kerangka yang memungkinkan setiap individu secara bebas memutuskan bagi dirinya sendiri apa yang ingin dilakukannya, dan keputusan itu pada gilirannya sebisa mungkin akan menyumbang terwujudnya suatu masyarakat yang lebih baik. Dari penjelasan diatas maka penulis berpendapat bahwa mazhab ekonomi konvensional percaya akan wujud kesejahteraan masyarakat dengan menerpakan konsep ekonomi pasar bebas tanpa adanya intervensi dari pemerintah.

Pandangan ekonomi konvensional diatas tidak bisa diterima begitusaja oleh ekonomi Islam, dalam konsep ekonomi Islam, juga percaya adanya kebebasan manusia untuk melakukan suatu pilihan dalam menjalani kehidupannya. Akan tetapi kebebasan yang dimaksud dalam ekonomi Islam adalah kebebasan yang akan melahirkan tanggung jawab. Jadi setiap pelihan hidup manusia maka akan dipertanggung jawabkan disisi Allah SWT. Menjadi seorang pedagang adalah pilihan oleh sebab itu seseorang dapat memilih untuk menjadi pedagang yang jujur atau pedagang yang tidak jujur.

Dalam ekonomi Islam konsep pasar bebas dipahami sebagai kebebasan yang terikat oleh syariat Islam. Seorang pedagang bebas dalam menjual barang selama

---

<sup>23</sup>A. Darussalam, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Haditš*, Makassar: university Press, 2011, hlm. 193.

<sup>24</sup> Mikhael Dua, *Filsafat Ekonomi*, Yogyakarta Kanisius, 2008, hlm. 52.

barang itu halal. Dan bebas menentukan harga jual selama tidak merugikan banyak pihak, diantaranya adalah pesaing dan konsumennya. Sebagaimana pernah terjadi pada masa Umar bin Khattab r.a mendatangi suatu pasar dan menemukan bahwa Habib bin Abi Balta' menjual anggur kering pada harga dibawah harga pasar. Umar r.a langsung menegurnya dengan mengatakan “naikkan hargamu atau tinggalkan pasar kami.”<sup>25</sup>

Dari perkataan Umar r.a dapat kita pahami bahwa dalam melakukan jual beli seorang pedagang dilarang menentukan harga jual dibawah harga pasar begitupun menjual diatas harga pasar, Karena perilaku tersebut dapat merugikan pihak lain, seperti pesaing dan konsumen, bahkan bisa merugikan dirinya sendiri. Intinya adalah di dalam pasar bebas diperlukan adanya intervensi dari pemerintah karena tidak semua pedagang yang ada dalam pasar mampu bersikap jujur dan adil terhadap konsumennya.

Pasar Beringharjo adalah pusat perbelanjaan baju Batik termurah yang ada di kota Yogyakarta, dimana terdapat banyak penjual dan pembeli. Oleh karena itu dibutuhkan peran pemerintah untuk mengatur kelancaran dan kenyamanan dalam melakukan jual beli. Selain itu pemerintah juga diharapkan mengintervensi harga apabila dalam aktivitas jual beli banyak persoalan terkait masalah harga jual produk. Sebagaimana yang dikatakan oleh Adiwarmarman Karim bahwa *price intervention* dari pemerintah sangat diperlukan dengan tujuan untuk melindungi penjual dalam hal *profit margin* sekaligus melindungi pembeli dalam hal *purchasing power*.<sup>26</sup>

## KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan beberapa hal, diantaranya adalah:

1. Perilaku pedagang baju Batik di pasar Beringharjo beragam dalam memberikan harga jual kepada konsumen, namun pada dasarnya hampir semua responden pedagang baju Batik dengan merek Ulfa memiliki perilaku yang tidak jujur dan tidak adil dalam memberikan harga jual kepada konsumen. Apabila kios pedagang dikunjungi oleh konsumen wisatawan maka harga baju Batik yang diberikan diatas harga pasar. Adapun perbedaan pedagang dalam menentukan harga jual baju Batik di antaranya adalah sebagaimana hasil penelitian yaitu *Pertama* pedagang dalam menentukan harga jual berdasarkan kemampuan

---

<sup>25</sup> Adiwarmarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015, hlm. 189.

<sup>26</sup> Adiwarmarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam ...*, hlm 190

- konsumen dalam menawar harga, *kedua* penentuan harga jual berdasarkan jenis kelamin konsumen, *ketiga* penentuan harga jual berdasarkan status domisili konsumen, *keempat* penentuan harga jual berdasarkan ukuran baju Batik, *kelima* penentuan harga jual berdasarkan jumlah baju Batik yang dibeli, *keenam* penentuan harga jual berdasarkan merek dan kualitas kain baju Batik.
2. Dari hasil analisis yang dilakukan oleh penulis terkait tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang di atas maka dari lima landasan etika bisnis Islam yaitu landasan tauhid, landasan keseimbangan atau keadilan, landasan kehendak bebas, landasan tanggung jawab dan landasan kebajikan. Mayoritas pedagang belum mampu mengimplementasikan landasan keseimbangan atau keadilan dan kebajikan dalam menentukan harga jual kepada konsumen, terutama kepada konsumen wisatawan. Oleh karena itu, pedagang di pasar Beringharjo dalam menentukan harga jual tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.
  3. Adapun peran pemerintah dalam menentukan harga jual di pasar Beringharjo menurut Pak Jawati selaku pengelola pasar yaitu menjamin keamanan pasar, melakukan perbaikan infrastruktur pasar dan memungut pembayaran retribusi. Jadi pemerintah dalam hal ini Dinas Perdagangan dan Perindustrian Yogyakarta belum pernah melakukan intervensi harga pasar dan pemerintah menyerahkan penuh kepada pedagang dalam menentukan harga jual kepada konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, 2009, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walinsongo Press
- Aziz, Abdul, 2013, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta
- Alimin., Muhammad, 2004, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE
- Ahmad Mustaq, 2001, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar
- Azwar Saifudin, 1998, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Arikunto Suharsini, 2002, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Badroen, Faisal, Dkk., 2016, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana.

- Bertens, K, 2000, *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta: Kanisius
- Beekun, Rafik Issa, 1997, *Islamic Business Ethic*, Virginia: The International Institute of Islamic Thought
- Departemen Agama, 2010, *Al Qur'an dan Terjemahan*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Dua Mikhael, 2008, *Filsafat Ekonomi*, Yogyakarta Kanisius
- Djakfar Muhammad., 2007 *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*, Malang: Penerbit UIN Malang Press.
- Darmawati, 2013, "Hukum Dagang Dalam Islam", Jurnal: *Ar-Risalah*, Volume 13 Nomor 1 Mei 2013
- Elisabeth Paulet, 2011, "Banking ethics", *Corporate Governance: The international journal of business in society*, Vol. 11 Iss: 3, pp.293 – 300
- Fathoni Abdurrahmat, 2006, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta
- Fakhri, Madjid., 1996, *Etika Dalam Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan UMS.
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Penerbit Andi
- Fakhri Madjid, 1996, *Etika Dalam Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan UMS
- Hidayat Mohamad, 2010, *The Shariah Ekonomi*, Jakarta: Zikrul Hakim
- Islahi A.A, 1997, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, Surabaya: PT Bina Ilmu
- Jusmaliani, 2008, *Bisnis yang Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara
- Jusmaliani., 2008, *Bisnis yang Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara
- James A. Nelson, 2012, "Ethics And Banking: Beyond Compliance" *Journal of Business Case Studies (JBSCS)*, Vol. 8 No. 4, pp. 393-396

- Karim Adiwarmarman, 2015 “*Ekonomi Mikro Islami*” Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Karim Adiwarmarman, 2001, *Islamic Microeconomic*, Jakarta: Muamalat Institute
- Kamal, Zainul., 1994, *Pengantar Untuk Takdzibul Akhlak*, Karya Ibnu Miskawaih edisi Bahasa Indonesia, Bandung: Mizan
- Kamal Zainul, 1994, *Pengantar Untuk Takdzibul Akhlak*, Karya Ibnu Miskawaih edisi Bahasa Indonesia, Bandung: Mizan
- Keraf Sonny, 1998, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relefansinya*, Yogyakarta: Kanisius
- Kountur Ronny, 2007, *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Ed. 2-, Jakarta: Penerbit PPM
- Kuat Ismanto, 2000, *Manajemen Syari’ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kasmir, 2007, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Muslich., 2001, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: UPP STIM
- Murti Sumarni, dkk., 1995, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Liberty
- Muslich, 1998, *Etika Bisnis Pendekatan Substantif dan Fungsional*, Yogyakarta: Ekonesia
- Muhammad., 2004, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muhammad, Persepsi Akuntan dan Mahasiswa Yogyakarta Terhadap EtikaBisnis, *Jurnal Akuntansi*.Vol 6, No 1.
- Mahmoedin, 1996, *Etika Bisnis Perbankan*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Munrokhim Misanam, dkk, 2008, *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajagrafinda Persada
- Mohd. Zulkifli, dkk, 2008, “An Analysis of Islamic Ethic in Small and Medium Enterprises (SMEs), *UNITAR E-Journal*, Vol. 4, No. 1, January 2008, pp. 46-58

- Muhammad dan R. Lukman Fauroni, 2002, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah
- Moleong Lexy., 2001, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurdin Muslim, dkk., 1995, *Moral dan Kognisi Islam*, edisi 2, Bandung: CV. Alfabeta.
- Nawawi Hadari., 1997, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: UGM.
- Naqvi, Syed Nawab, 1993, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*, Terj. Husin Anis, Bandung: Mizan
- Prastowo Andi., 2012 *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Patton dalam Burhan Bungin., 2007, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*, Jakarta: Kencana Prenama.
- Qardhawi, Yusuf, 1997, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Jakarta: Robbani Press
- , 1997, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press
- Quraish M. Shihab, 2013, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat*, Jakarta: Lentera Hati
- Rianto Adi, 2005, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, Edisi I, Jakarta: Granit
- Sugiyono., 2011, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, Cet. XII, Bandung: Alfabeta
- Sunggono Bambang., 2007, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Simorangkir, 1986, *Etika Bisnis*, Cet. I; Bandung: Aksara Persada Press.
- Susanto, Etika Bisnis dalam Islam, *Jurnal Solusi*, Vol.10 No. 4 (tt), hlm. 23-33.

Suprayitno Eko., 2008, "*Ekonomi Mikro Perspektif Islam*", Malang: UIN Malang-Press.

Sudarsono Heri, 2002, *Konsep Ekonomi Islam*, Yogyakarta: EKONESIA

Sujatmiko Eko, 2014, *Kamus IPS*, Surakarta: Aksara Sinergi media

Siddiqi Najetullah Muhammad, 1997, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, Jakarta: Bumi Aksara

Umar Husein, 2011, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers

Winarno Sigit., Sujana Ismaya, 2010, *Kamus Besar Ekonomi*, Bandung: Pustaka Setia

Yulistiani Indriati, 2001, *Ragam Penelitian Kualitatif: Penelitian Lapangan*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: UI

Zainal Veithzal Rivai, dkk., 2014, *Islamic Business Management, Praktek Manajemen Bisnis yang Sesuai Syariah Islam*, Yogyakarta: BPFE

Zainal Rivai Veithzal, dkk., 2014, *Islamic Business Management, Praktek Manajemen Bisnis yang Sesuai Syariah Islam*, Yogyakarta: BPFE

Zainal Rivai Vethzal, 2017, *Islamic Marketing Management*, Jakarta: Bumi Aksara