

## TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI STROBERI (Studi Kasus di Objek Wisata Kebun Stroberi Sarangan)

**Andrie Nindy Dwiantari**

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: [andrie.nindy.d@gmail.com](mailto:andrie.nindy.d@gmail.com)

### **Abstrak**

Jual beli merupakan aspek muamalah yang terpenting dalam kehidupan sosial. Melakukan penetapan harga yang adil dan transparan merupakan kewajiban bagi seorang penjual. Di Objek Wisata Kebun Stroberi Sarangan terdapat perbedaan harga jual stroberi antara wisatawan luar kota dengan wisatawan lokal, hal tersebut bertentangan dengan etika bisnis Islam, terutama dalam prinsip keseimbangan (*equilibrium*) dan prinsip kebenaran (kebijaksanaan dan kejujuran).

**Kata Kunci: Jual Beli, Keseimbangan, Wisatawan.**

### **Abstract**

*Buying and selling is the most important aspect of muamalah in social life. Carrying out fair and transparent pricing is an obligation for a seller. At the Sarangan Strawberry Farm Tourism Object, there is a difference in the selling price of strawberries between tourists from out of town and local tourists, this is contrary to Islamic business ethics, especially in the principle of balance (equilibrium) and the principle of truth (virtue and honesty).*

**Keywords: Buying and Selling, Balance, Travelers.**

### **A. Pendahuluan**

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etika bisnis yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Perilaku yang etis tersebut adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan Allah.<sup>1</sup>

Prinsip terpenting yang mengatur seluruh aktivitas ekonomi adalah keadilan, yang berarti perdagangan jujur dengan sesama dan menjaga keseimbangan yang menjadi kekuatan penyatu antara berbagai segmen dalam sebuah masyarakat. Seorang pedagang harus mampu berbuat jujur dan adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain.<sup>2</sup>

Kawasan Wisata Sarangan merupakan suatu objek wisata yang terletak di lereng Gunung Lawu, tepatnya di Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan. Banyak destinasi di Kawasan Wisata Sarangan, seperti Objek Wisata Telaga Sarangan, Telaga Pasir Sarangan, Kampung Susu Lawu, Kebun Stroberi Sarangan, Kebun Bunga Refugia, Jalan Tembus Cemorosewu, serta masih banyak destinasi lainnya. Selain hawa yang sejuk, pemandangan yang masih alami juga menjadi daya wisatawan yang ingin berkunjung di Kawasan Wisata Sarangan.

---

<sup>1</sup> Rahmat Hidayat and Muhammad Rifa'i, *Etika Manajemen Perspektif Islam* (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan, 2012), 184.

<sup>2</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 398.

Kebun Stroberi Sarangan merupakan salah satu dari beberapa destinasi yang dapat dikunjungi wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Wisata Sarangan. Tepatnya terletak di Kelurahan Sarangan, Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan. Objek Wisata Kebun Stroberi Sarangan memiliki beberapa daya tarik bagi wisatawan, seperti pemandangan kebun stroberi yang luas dan indah, pemandangan pegunungan yang asri, serta hawa sejuk yang semakin membuat wisatawan menikmati pemandangan pegunungan.

Di objek wisata kebun stroberi Sarangan tersebut wisatawan dapat masuk ke kebun stroberi secara gratis dan bisa memetik buah stroberi sendiri yang masih segar langsung dari kebunnya. Wisatawan akan diberikan keranjang dan gunting untuk memetik buah stroberi. Ketika memetik buah stroberi, wisatawan juga bebas mengabadikan momen dengan latar belakang kebun stroberi sepuasnya tanpa ditentukan batas waktunya. Kemudian ketika keluar maka penjual akan menimbang stroberi yang telah dipetik oleh wisatawan. Tidak ada batasan maksimal maupun minimal yang ditentukan oleh penjual bagi para wisatawan, hal tersebut disesuaikan dengan keinginan dari masing-masing wisatawan.<sup>3</sup>

Harga stroberi yang dipetik wisatawan sekitar Rp 12.000,00 – Rp 13.000,00 per gram nya. Jika wisatawan ingin membeli per kilogram akan diberi potongan harga sebesar Rp 10.000,00 sehingga harganya menjadi Rp 110.000,00 per kilogram.<sup>4</sup> Harga bisa berubah sesuai dengan musim panen stroberi.

Pada praktiknya terdapat perbedaan harga jual stroberi yang diberikan oleh penjual kepada wisatawan luar kota dengan wisatawan lokal. Biasanya para penjual memberikan harga jual kepada wisatawan lokal sebesar Rp 80.000,00 - 90.000,00 per kilogram. Selisih harga yang lumayan besar tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut karena tidak sesuai dengan prinsip keseimbangan dalam Etika Bisnis Islam.

## **B. Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan untuk mendapatkan data yang diperlukan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu dengan cara memaparkan informasi *factual* (asli) yang diperoleh dari penjual yang berhubungan dengan praktik jual beli stroberi, yang kemudian akan dievaluasi sesuai dengan teori yang berkaitan dengan masalah tersebut. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode induktif, yakni proses berfikir dari fakta empiris yang didapat di lapangan (berupa data lapangan) yang kemudian dianalisis, ditafsirkan dan berakhir dengan kesimpulan terhadap permasalahan berdasarkan pada data lapangan tersebut.

---

<sup>3</sup> Hendy Putri (20 tahun), *Hasil Wawancara*, Magetan, 4 Maret 2023.

<sup>4</sup> *Ibid.*

## C. Hasil dan Pembahasan

### 1. Praktek Jual Beli Stroberi di Objek Wisata Kebun Stroberi Sarangan

Objek wisata kebun stroberi Sarangan adalah salah satu objek wisata yang sangat menarik perhatian para wisatawan, baik dari dalam daerah maupun luar daerah yang berkunjung ke Kawasan Wisata Sarangan. Terdapat 15 penjual yang ada di kebun stroberi tersebut, antara lain, Hendy Putri (20 tahun) yang beralamat di Desa Plumpung, Yayuk (23 tahun) yang beralamat di Desa Sidomulyo, Mutifah Alma (19 tahun) yang beralamat di Desa Ngancar, dan sebagainya. Mayoritas penjual kebun stroberi adalah warga yang berdomisili di sekitar kebun stroberi, tidak berjarak jauh kurang lebih 3 km dari kebun stroberi.<sup>5</sup>

Di objek wisata kebun stroberi Sarangan tersebut wisatawan dapat masuk ke kebun stroberi secara gratis dan bisa memetik buah stroberi sendiri yang masih segar langsung dari kebunnya. Wisatawan akan diberikan keranjang dan gunting untuk memetik buah stroberi. Ketika memetik buah stroberi, wisatawan juga bebas mengabadikan momen dengan latar belakang kebun stroberi sepuasnya tanpa ditentukan batas waktunya. Kemudian ketika keluar maka penjual akan menimbang stroberi yang telah dipetik oleh wisatawan. Tidak ada batasan maksimal maupun minimal yang ditentukan oleh penjual bagi para wisatawan, hal tersebut disesuaikan dengan keinginan dari masing-masing wisatawan.<sup>6</sup>

Harga stroberi yang dipetik wisatawan sekitar Rp 12.000,00 – Rp 13.000,00 per gram nya. Jika wisatawan ingin membeli 1 kg maka akan diberi potongan harga sebesar Rp 10.000,00 sehingga harganya menjadi Rp 110.000,00 per kilogram.<sup>7</sup> Harga bisa berubah sesuai dengan musim panen stroberi.

Namun, dalam praktiknya terdapat perbedaan harga antara wisatawan luar kota dengan wisata lokal. Apabila terdapat wisatawan lokal yang akan membeli stroberi per kilogram, wisatawan bisa menawar hingga bertemu harga kesepakatan antara Rp 80.000,00 sampai Rp 90.000,00. Perbedaan harga tersebut ternyata sudah menjadi kebijakan para penjual yang telah disepakati sejak dulu, dengan alasan bahwa wisatawan lokal adalah "*tonggone dewe*" (bahasa Indonesia: tetangganya sendiri). Penjual akan menjual stroberi kepada wisatawan lokal dengan harga yang lebih rendah atau keuntungan yang lebih sedikit, dibandingkan menjual stroberi ke wisatawan luar kota dengan harga yang lebih mahal atau keuntungan yang lebih besar.

Menurut penjual, ada beberapa tanda/ciri khas wisatawan tersebut termasuk dalam kategori wisatawan luar kota atau wisatawan lokal, yaitu :<sup>8</sup>

- a. Kendaraan yang digunakan oleh wisatawan. Jika kendaraan ber-plat polisi luar daerah, maka besar kemungkinan bahwa itu merupakan wisatawan luar daerah. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa wisatawan tersebut membeli/meminjam kendaraan yang ber-plat polisi luar daerah. Hal ini hanya mayoritas saja. Penjual juga dapat menilai dengan kategori lainnya.

---

<sup>5</sup> Mutifah Alma (19 tahun), *Hasil Wawancara*, Magetan, 4 Maret 2023.

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> *Ibid.*

<sup>8</sup> Yayuk (23 tahun), *Hasil Wawancara*, Magetan, 4 Maret 2023.

- b. Penampilan para wisatawan. Wisatawan luar daerah selalu memiliki perbedaan penampilan dengan wisatawan lokal, seperti lebih *modis*, lebih *nyentrik*, dan lebih gaul. Para penjual di daerah wisata selalu bisa menilai para wisatawan dari penampilan mereka.
- c. Logat dan bahasa yang dipakai wisatawan. Biasanya, wisatawan luar daerah selalu menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa daerah masing-masing dengan logat bahasa yang sangat menjadi ciri khas. Sementara wisatawan lokal biasanya menggunakan bahasa Jawa dalam melakukan transaksi jual beli stroberi dengan penjual tersebut. Terkadang para wisatawan lokal tersebut mengobrol dengan penjual tentang kenalan-kenalan yang mungkin merupakan saudara / tetangga penjual. Faktor keakraban inilah yang menjadi titik penentu apakah wisatawan tersebut masuk kategori lokal atau kategori luar kota. Otomatis para penjual pasti akan memberikan harga yang relatif murah kepada wisatawan lokal.

## 2. Konsep Etika Bisnis Islam

Kata etika berasal dari bahasa Yunani *Ethos* yang mempunyai arti akhlaq, budi pekerti, susila, moral, sopan santun, dan adab. Etika juga diartikan sebagai aturan-aturan mengenai perilaku baik dan buruk, karena itu aturan-aturan tersebut tidak boleh dilanggar. Atau etika seringkali dihubungkan dengan moral, dalam Islam etika atau moral lebih sering dikenal dengan Akhlaq. Menurut pendapat Istiyono Wahyu dan Ostaria bahwa etika adalah cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar-salah, baik-buruk, dan tanggung jawab.<sup>9</sup>

Etika bisnis Islam merupakan sesuatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah, yang berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan, selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi.<sup>10</sup> Dengan demikian etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam melaksanakan atau menjalankan suatu bisnis dengan berdasarkan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak ada kekhawatiran yang timbul, karena telah dipastikan sebagai yang baik dan benar.<sup>11</sup>

Al-Qur'an sebagai dasar hukum memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridho, tidak terdapat unsur eksploitasi dan bebas dari kecurigaan atau penipuan. Islam mengajarkan untuk berpegang teguh kepada nilai-nilai kejujuran dalam melakukan kegiatan ekonomi. Hal ini terdapat dalam firman Allah SWT QS. Al-Ahzab ayat 70-71 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۗ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ٧١

---

<sup>9</sup> Heru Cahyono, "Konsep Pasar Syariah Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *Jurnal Ecobankers : Jurnal Perbankan Syariah* Vol. 1 No. 2 (2020), 23.

<sup>10</sup> Hidayat and Rifa'i, *Etika Manajemen Perspektif Islam*, 184.

<sup>11</sup> Nur Manna Silviah and Novieati Dwi Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM," *Al-Iqtishod : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* Vol. 10 No 1 (2022), 98.

Artinya: “70. Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar. 71. Niscaya Dia (Allah) akan memperbaiki amal-amalmu dan mengampuni dosa-dosamu. Siapa yang menaati Allah dan Rasul-Nya, sungguh, dia menang dengan kemenangan yang besar.” (QS. Al-Ahzab:70-71).

Selain nilai kejujuran, yang harus dipegang teguh oleh seorang muslim dalam melakukan kegiatan ekonomi ialah keadilan. Adil berarti meletakkan sesuatu sesuai porsinya. Tujuan diterapkannya nilai keadilan dalam suatu bisnis ialah untuk menghindari perbuatan curang yang dapat mengakibatkan perilaku dzalim. Hal ini terdapat dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝۱ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝۲ وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ ۝۳

Artinya: “ 1. Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! 2. (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. 3. (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.” (QS. Al-Mutaffifin : 1-3)

Dalam etika bisnis Islam, terdapat 5 prinsip yang terhimpun menjadi satu kesatuan yang disebut dengan aksioma. Konsep tersebut adalah konsep Keesaan (*tawhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran.<sup>12</sup>

a. Keesaan (*tawhid*)

*Tawhid* dipahami sebagai pengakuan, penghayatan dan pemahaman atas kebenaran bahwa tidak ada Tuhan selain Allah SWT yang pantas untuk disembah, ditaati, dicintai, dan dijadikan tujuan hidup. *Tawhid* menjadi fondasi dari sikap dan perilaku seseorang, karena memang hakikat tauhid adalah keimanan kepada Allah dengan mengajukan pembenaran dalam hati, pernyataan dan deklarasi komitmen kepada nilai-nilai ketuhanan secara lisan dan mengejawentahkannya dalam segenap perilaku kehidupan kesehariannya.<sup>13</sup> *Tawhid* menyadarkan manusia sebagai makhluk yang bertuhan bahwa manusia dalam berbisnis tidak lepas dari pengawasan Tuhan dalam rangka melaksanakan titah Tuhan.

b. Keseimbangan (*equilibrium*)

Keseimbangan, berkaitan dengan konsep adil, merupakan keseimbangan di antara berbagai aspek kehidupan manusia (sosial, politik, ekonomi, agama dan sebagainya) sehingga membentuk tatanan sosial yang harmonis. Keseimbangan dan keadilan berarti bahwa perilaku bisnis harus seimbang dan adil. Keseimbangan berarti tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan ekonomi.

---

<sup>12</sup> Mabarroh Azizah, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee,” *Jurnal Humani (Hukum Dan Masyarakat Madani)* Vol. 10 No. 1 (2020), 85.

<sup>13</sup> Susminingsih, *Etika Bisnis Islam* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2020), 1.

Kepemilikan individu yang tak terbatas sebagaimana dalam sistem kapitalis tidak dibenarkan. Dalam Islam, harta mempunyai fungsi sosial yang kental.<sup>14</sup>

c. *Kehendak Bebas (free will)*

Kebebasan berarti manusia sebagai individu dan kolektivitas, mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam dalam kegiatan ekonomi. Masalah ekonomi termasuk aspek muamalat bukan ibadah, maka berlaku padanya kaidah umum, “semua boleh kecuali yang dilarang”, yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba. Dalam tataran ini kebebasan manusia sesungguhnya tidak mutlak, tetapi merupakan kebebasan yang bertanggung jawab dan berkeadilan.<sup>15</sup>

d. *Tanggung Jawab (responsibility)*

Wirausahawan muslim haruslah memiliki sifat amanah atau terpercaya dan bertanggungjawab. Sifat amanah yang dimiliki oleh seorang wirausahawan akan menjadikan ia bertanggungjawab atas segala yang dilakukan dalam kegiatan mu’amalat. Bertanggungjawab dengan selalu menjaga hak-hak manusia dan hak-hak Allah SWT, dengan tidak melupakan kewajiban sebagai manusia sosial dan makhluk ciptaan Allah SWT.<sup>16</sup>

e. *Kebenaran; kebajikan dan kejujuran*

Seorang pedagang harus berlaku jujur dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli. Salah satu sikap curang adalah “melipatgandakan harga” terhadap orang yang tidak mengetahui harga pasaran. Pedagang mengelabui pembeli dengan menetapkan harga di atas pasaran. Pihak pembeli yang tidak mengetahui dikelabui karena kebodohnya.<sup>17</sup>

Jujur artinya tidak berdusta dalam melakukan transaksi bisnis. Kebenaran dan kejujuran dalam berbisnis akan mendatangkan keberkahan. Rasulullah bersabda, “*penjual dan pembeli bebas memilih sebelum putus transaksi. Jika keduanya bersikap adil dan jujur dan mau menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapat berkah dalam jual belinya, namun jika keduanya saling menutupi aib barang itu dan berbohong, maka jika mendapat laba hilanglah berkah jual beli itu.*” (HR. Muttafaq Alaih)<sup>18</sup>

Pihak yang diuntungkan dari penerapan prinsip kejujuran oleh penjual adalah pembeli itu sendiri. Pembeli akan merasa puas dengan transaksi yang telah dilakukan karena sikap jujur yang dilakukan oleh penjual. Sebaliknya, jika penjual tidak menerapkan prinsip kejujuran saat melakukan kegiatan bisnisnya, maka akan memberikan pengaruh yang negative terhadap bisnisnya. Pembeli akan

---

<sup>14</sup> Azhari Akmal Tarigan, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam* (Sumatra Utara: Febi Pers, 2016), 54.

<sup>15</sup> *Ibid*, 54.

<sup>16</sup> Ariyadi, “Bisnis Dalam Islam,” *Jurnal Hadrat Madaniyah* Vol. 5 No. 1 (2018), 158.

<sup>17</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 178.

<sup>18</sup> Muhammad Lisman, “Broker Pada Bisnis Properti : Studi Etika Bisnis Islam,” *Jurnal Islamika* Vol. 2 No. 1 (2019), 43.

merasa kecewa dan akan mengakibatkan hilangnya kepercayaan terhadap penjual.<sup>19</sup>

### C. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli stroberi di Objek Wisata Kebun Stroberi Sarangan sebagai berikut:

1. Praktik jual beli stroberi di Objek Wisata Kebun Stroberi Sarangan terdapat perbedaan harga jual antara wisatawan luar kota dengan wisatawan lokal. Hal tersebut merupakan kebijakan yang sudah disepakati oleh seluruh penjual, yang beranggapan bahwa wisatawan lokal adalah "*tonggone dewe*" (bahasa Indonesia : tetangganya sendiri). Penjual akan menjual stroberi kepada wisatawan lokal dengan harga yang lebih rendah atau keuntungan yang lebih sedikit, dibandingkan menjual stroberi ke wisatawan luar kota dengan harga yang lebih mahal atau keuntungan yang lebih besar. Ada penanda/ciri khas yang membedakan wisatawan luar kota dengan wisatawan lokal, seperti kendaraan yang digunakan, penampilan, logat dan bahasa para wisatawan.
2. Penjual yang memberikan harga yang berbeda antara wisatawan luar kota dengan wisatawan lokal telah melanggar prinsip dasar etika bisnis Islam yaitu prinsip keseimbangan (*equilibrium*) dan prinsip kebenaran (kebajikan dan kejujuran). Dalam prinsip keseimbangan, seharusnya seimbang dan tanpa keberpihakan. Namun pada praktiknya terdapat perbedaan harga yang cukup signifikan antara harga jual stroberi wisatawan luar kota dengan wisatawan lokal yaitu sekitar Rp 20.000,00 hingga Rp 30.000,00 per kilogramnya. Sedangkan dalam prinsip kebenaran (kebajikan dan kejujuran), seharusnya penjual jujur bahwa terdapat perbedaan harga untuk wisatawan luar kota dan wisatawan lokal. Namun pada praktiknya terdapat ketidakjujuran para penjual untuk menyampaikan informasi kepada wisatawan terhadap perbedaan harga tersebut.

---

<sup>19</sup> Kristianto Dwi Ertijayandono, Siradjuddin, and Abd. Wahid Haddade, "Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam," *J-HES: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 3 No. 1 (2019), 58.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Hidayat, Rahmat, and Muhammad Rifa'i. *Etika Manajemen Perspektif Islam*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan, 2012.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Susminingsih. *Etika Bisnis Islam*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Managament, 2020.
- Tarigan, Azhari Akmal. *Dasar-Dasat Etika Bisnis Islam*. Sumatra Utara: Febi Pers, 2016.

### Jurnal

- Ariyadi. "Bisnis Dalam Islam." *Jurnal Hadratul Madaniyah* Vol. 5 No. 1 (2018).
- Azizah, Mabarroh. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee." *Jurnal Humani (Hukum Dan Masyarakat Madani)* Vol. 10 No. 1 (2020).
- Cahyono, Heru. "Konsep Pasar Syariah Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." *Jurnal Ecobankers : Jurnal Perbankan Syariah* Vol. 1 No. 2 (2020).
- Ertijayandono, Kristianto Dwi, Siradjuddin, and Abd. Wahid Haddade. "Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam." *J-HES : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 3 No. 1 (2019).
- Lisman, Muhammad. "Broker Pada Bisnis Properti : Studi Etika Bisnis Islam." *Jurnal Islamika* Vol. 2 No. 1 (2019).
- Silviah, Nur Manna, and Novieati Dwi Lestari. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM." *Al-Iqtishod : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* Vol. 10 No 1 (2022).