

Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Desa Jumbleng Indramayu

Wahyu Sri Bintang Romadona¹, Izzani Ulfi²

^{1,2} Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Gunadarma

Abstract

Sembako (nine staple foods) is basic needs that must be fulfilled in order to maintain the food security and nutritional needs of the community. Therefore, sembako traders have an important role in how sembako items are properly distributed to the community. In achieving this goal, it is suggested that the traders operate based on an ethical business framework. Islam through the Qur'an and hadith has provided this framework in the form of Islamic business ethics principles. By using a qualitative descriptive analytical approach, this study aims to understand how the application of Islamic business ethics in the business activities of basic food traders in Jumbleng Village. The data in this study were collected through a process of observation and interviews. While the data analysis technique uses the analytical technique developed by Miles, Huberman, & Saldana with the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Based on the results of research obtained from traders and buyers in Jumbleng Village, it shows that the principles of Islamic business ethics have not been fully implemented by traders due to their limited knowledge regarding Islamic business ethics.

Keywords: *Islamic business ethics, staple food trader, Jumbleng village*

Abstrak

Sembako merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang harus dipenuhi guna menjaga kebutuhan pangan dan gizi masyarakat. Oleh karena itu, pedagang Sembako memiliki peranan penting terkait bagaimana bahan makanan pokok terdistribusi dengan baik ke masyarakat. Dalam mencapai tujuan tersebut sejatinya akan lebih baik apabila para pedagang berlaku berdasarkan kerangka bisnis yang etis. Islam melalui Al-quran dan hadist telah menyediakan kerangka tersebut dalam bentuk prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif analitis, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas bisnis pedagang Sembako di Desa Jumbleng. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui proses observasi dan wawancara sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik analisis yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, & Saldana dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari para pedagang, dan pembeli di Desa Jumbleng menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam belum sepenuhnya dapat diterapkan oleh para pedagang dikarenakan terbatasnya pengetahuan mereka terkait etika bisnis Islam.

Kata kunci: Etika bisnis Islam, pedagang sembako, desa Jumbleng

DOI	: http://dx.doi.org/10.32503/jmk.v6i3.1927
Sejarah Artikel	: Artikel diterima (2 Agustus 2021); direvisi (27 Agustus 2021); disetujui (6 September 2021)
Korespondensi	: Jalan Margonda Raya no. 100, Depok
Email	: izzani@staff.gunadarma.ac.id

Pendahuluan

Islam merupakan agama yang membawa nilai-nilai dalam seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam urusan muamalat. Ada berbagai macam bentuk kegiatan muamalat, salah satunya adalah perdagangan yang didalamnya berisi kegiatan jual beli. Dengan demikian, seluruh kegiatan perdagangan harus berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip tersebut termaktub dalam surat An-Nisaa ayat 29 yang menurut tafsir Ibnu Katsir berisi larangan mendapatkan harta melalui perniagaan dengan cara yang batil seperti mengandung riba, ada unsur judi, dan menggunakan tipuan.

Menurut Nafis dalam Farid dan Zahroh (2015), Islam memberikan kesan positif terhadap kegiatan perdagangan. Nabi Muhammad SAW merupakan seorang pedagang, bahkan salah satu pedagang ulung dimasanya. Melalui sebuah hadist Riwayat Ahmad yang berbunyi “*Hendaklah kamu berdagang karena di dalamnya terdapat 90% pintu-pintu rezeki*”, Islam menganjurkan umatnya agar mencari rezeki melalui jalan perdagangan. Implikasi hadist tersebut ialah bisnis merupakan profesi yang mulia dengan catatan prosesnya harus mengikuti batas-batas yang telah ditetapkan syariah.

Sebagai pedagang ulung dimasanya, keberhasilan Nabi Muhammad dalam berbisnis tidak terlepas dari akhlak beliau yang mulia. Kemuliaan akhlak tersebut terpancar melalui kepribadian dan perilakunya dalam berdagang. Perilaku Nabi Muhammad dalam praktek bisnisnya antara lain jujur, amanah, tidak mencurangi timbangan, bebas dari *maysir* (perjudian/spekulasi), tidak mengandung *gharar* (ketidakjelasan dan manipulasi), tidak menimbun barang (*ikhthikar*), serta tidak ada unsur penipuan (*tdlis*) (Anindya, 2017).

Dengan kata lain, Islam melalui Nabi Muhammad mencontohkan bahwa dalam berdagang, pedagang dapat melakukan berbagai hal untuk mendapatkan keuntungan. Namun, hal-hal tersebut harus bebas dari perbuatan batil. Islam memberikan batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan tidak boleh, yang benar dan salah, serta yang halal dan haram. Batasan inilah yang dinamakan dengan istilah etika. Perilaku dalam berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral sehingga penting bagi para pedagang untuk menerapkan dan mengintegrasikan dimensi moral ke dalam ruang lingkup kegiatan dagangnya (Amalia, 2013).

Beberapa studi yang menaruh perhatian pada penerapan etika bisnis Islam telah dilakukan. Diantaranya studi yang dilakukan oleh Farid & Zahroh (2015) yang mengambil latar belakang pasar hewan dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti edukasi, budaya, perilaku, dan tata nilai yang berlaku pada masyarakat selain syariat Islam sedangkan Azizaturrohman & Mawardi (2014) fokus pada pemahaman etika bisnis pada pedagang buah di pasar Wonokoromo Surabaya. Tiakoly & Wahab (2019) menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada usaha pedagang barang campuran di pasar tradisional di Ternate.

Adapun (Salim, 2018) menggali tentang pemahaman etika bisnis Islam pada pedagang barang bekas di Palembang. Dengan pendekatan kuantitatif, Sholekhah (2018) menyebarkan kuisioner pada pedagang di pusat niaga di Palopo untuk menilai implementasi nilai-nilai Islam dalam berdagang. Terakhir, Haryanti & Wijaya (2019) menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada pedagang pasar tradisional di Tasikmalaya.

Dengan dasar penelitian terdahulu yang mengambil berbagai latar belakang pedagang, studi ini ingin turut berkontribusi terhadap kajian etika bisnis Islam dengan pedagang Sembako (sembilan bahan pokok) sebagai objeknya. Pedagang sembako dijadikan objek penelitian karena sembako merupakan kebutuhan dasar pangan masyarakat yang harus tersedia guna memenuhi kebutuhan pangan dan keseimbangan gizi masyarakat (Dewi et.al, 2020).

Melihat hal tersebut, keberadaan pedagang Sembako menjadi hal yang penting untuk memastikan jalur distribusi pangan pokok pada masyarakat terpenuhi. Sosok pedagang yang berlaku etis akan membantu misi tersebut berjalan dengan baik seiring dengan keberkahan material dan spiritual yang didapat oleh pedagang yang bersangkutan. Kerangka etika bisnis yang digunakan disini adalah etika bisnis Islam. Sebagai pebisnis, pedagang memiliki pilihan bebas, namun dengan adanya prinsip-prinsip yang sudah menjadi tuntunan agama akan memberikan kerangka kerja untuk pelaksanaan yang tepat dari pilihan tersebut (Abuznaid, 2009).

Pada hakikatnya tujuan penerapan prinsip dan nilai Islam dalam perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan yang berkah dan mulia (Barus, 2016). Dalam hal ini, perilaku bisnis Islam pedagang Sembako sebagai salah satu pihak penting dalam rantai pasok bahan pokok bagi masyarakat menjadi menarik untuk dianalisis. Oleh karena itu, dengan menggunakan metode deskriptif analitis, studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada pedagang Sembako di Desa Jumbleng, Indramayu. Studi ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai perilaku bisnis pedagang Sembako di Desa Jumbleng khususnya dalam kerangka etika bisnis Islam.

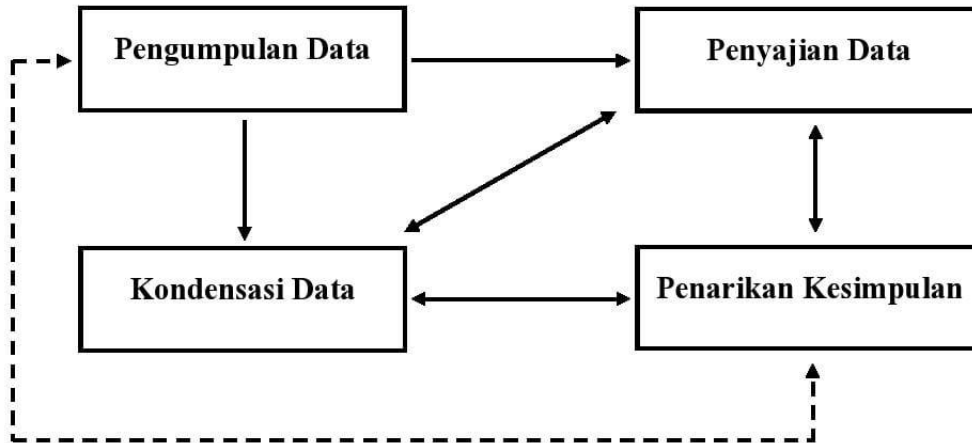
Metode Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Data primer dikumpulkan melalui proses observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap pedagang sembako di Desa Jumbleng, Indramayu. Adapun pedagang Sembako yang dimaksud adalah pedagang Sembako dengan kriteria yang sudah ditetapkan yaitu beragama Islam dan memiliki toko sendiri. Hasilnya terdapat dua orang pedagang Sembako yang memenuhi kriteria di daerah tersebut.

Proses analisis data pada studi ini mengadopsi tiga tahapan data analisis dari Miles, Huberman, & Saldana (2014). **Pertama**, kondensasi data. Kondensasi data adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi hingga mengubah data yang dihasilkan dari catatan lapangan, wawancara, dan transkrip yang dilakukan saat pengumpulan data. Proses ini bertujuan untuk menajamkan dan memfokuskan data. **Kedua**, penyajian data. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Setelah kondensasi data, data disajikan dalam bentuk uraian yang bersifat naratif. **Terakhir**, penarikan kesimpulan. Pada tahap ini kesimpulan dari

data yang telah kondensasi disimpulkan dan disajikan dalam bentuk narasi sehingga menjadi jawaban terstruktur dari rumusan masalah dalam penelitian ini.

Gambar 1. Proses Analisis Data Miles, Huberman, & Saldana



Hasil dan Pembahasan

Etika Bisnis Islam

Djakfar dalam Juliyani (2016) mendefinisikan etika bisnis Islam sebagai akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam untuk mencapai keberkahan dunia dan akhirat. Adapun menurut Rivai dalam Nabavi (2019) bisnis Islam ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dengan cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Melalui definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah dasar dalam menjalankan kegiatan bisnis tanpa keluar dari nilai-nilai yang diajarkan Islam.

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia. Dalam Surat Al-Baqarah ayat 275 dijelaskan bahwa Allah memperbolehkan manusia mencari rezeki dengan jalan jual beli dan mengharamkan riba. Hal tersebut dikarenakan riba dapat menjadi pintu munculnya eksploitasi dan penyalahgunaan, oleh karena itu, riba dengan keras dilarang dalam bentuk apapun. Selain riba, unsur lain yang tidak dibenarkan dalam Al-Qur'an adalah adanya unsur penipuan, dengan kata lain, Islam membatasi cara mendapatkan keuntungan dengan tidak melakukan kezaliman.

Dalam literatur, ada sedikit perbedaan terkait dengan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam. Menurut Baidowi (2010) prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam adalah ibadah (*tauhid*), persamaan (*musawat*), kebebasan (*hurriyat*), keadilan (*'adl*), tolong-menolong (*ta'awun*), dan toleransi (*tasamuh*). Adapun Abeng (1997) menyatakan bahwa etika bisnis Islam harus mengandung kebebasan, keadilan, kebaikan, integritas, efisiensi, dan kepercayaan penuh kepada Allah (tawakal).

Adapun menurut etika bisnis Islam yang diturunkan dari hadist Bukhari dan Muslim mencontohkan perilaku bisnis yang terpuji dengan memastikan seluruh

kegiatan dilakukan dengan jujur, amanah, dan adil (Darussalam, 2020). Adapun penelitian ini mengadaptasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam menurut Badroen (2012) dan Juliyani (2016). Prinsip-prinsipnya adalah kebebasan keesaan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), tanggung jawab (*responsibility*), keinginan bebas (*free will*), dan kebajikan (*ihsan*).

Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako

Pertama adalah tauhid (*unity*). Konsep tauhid yang dimaksud adalah manusia sebagai pemimpin di bumi Allah menetapkan batas-batas tertentu untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak individu lainnya. Prinsip tauhid yang ditunjuan oleh CR pedagang di warung PH berupa beliau dalam menjalankan usahanya selalu berserah diri kepada Allah, selalu jujur, amanah, dan tidak lupa selalu membaca basmalah terlebih dahulu sebelum membuka warungnya, serta tidak pernah menimbun barang dagangannya.

Adapun Bapak NI tidak menunjukkan prinsip tauhid, contohnya dari hasil observasi bahwa Bapak NI sering meninggalkan sholat jumat dan mementingkan dagangannya. Seharusnya yang dilakukan adalah menyegerakan kewajiban sholat Jumat karena keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan dunia. Walau demikian, Bapak NI tidak pernah melakukan penimbunan barang yang mengakibatkan harga barang melonjak dan pelanggan kesulitan untuk memenuhi kebutuhan pokoknya.

Prinsip **kedua** yaitu keseimbangan (*equilibrium*). Perilaku yang adil dalam pasar yang diciptakan oleh penjual dan pembeli dapat menciptakan keseimbangan pada mekanisme pasar. Oleh karena itu, Islam melarang Tindakan menipu. Kualitas dan timbangan barang sejatinya harus sesuai dengan apa yang pedagang tawarkan. Selain itu, harga harus terbentuk dari mekanisme pasar. Terakhir, pedagang tidak diperkenankan untuk menimbun barang dengan tujuan mendapat keuntungan besar karena menimbun barang dengan motif demikian tidak diperkenankan.

Dalam hal ini, CR dalam keterangan hasil wawancara mengatakan bahwa: *“Menimbang sembako yang baik itu, harus terbuka dengan pelanggan, jadi supaya pelanggan itu tau timbangan kita kurang atau lebih yaa supaya enak aja antara penjual, dan pembeli.”* Adapun menurut Ibu SH mengatakan bahwa: *“Timbangan warung PH itu benar, pas, dan saya percaya.”* Kemudian menurut pendapat Bapak NI menimbang sembako itu harus sesuai dengan takaran. Dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang sudah sesuai dengan prinsip keseimbangan dalam menjalankan transaksi jual beli. Prinsip keseimbangan yang dilakukan oleh para pedagang sepatutnya harus dijalankan agar hak-hak seorang pembeli akan terpenuhi.

Ketiga, keinginan bebas (*free will*). Umat Islam diperkenankan untuk berinovasi dalam muamalah khususnya dalam kegiatan bisnis dengan batasan tidak melakukan hal-hal yang diharamkan oleh dalil. Prinsip keinginan bebas yang diwujudkan informan dengan tidak memaksa pembeli untuk membeli dagangannya. Dalam hal ini, Bapak NI mengatakan bahwa *“saya tidak pernah memaksa”* sedangkan menurut hasil wawancara CR dalam keterangan wawancara mengatakan bahwa *“tidak memaksa, kalo seandainya mereka memilih membeli di warung saya yaa alhamdulillah, kalau tidak yaudah. Saya tidak pernah memaksa juga.”* Dalam hal ini, keterangan dari para pelanggan warung PJ maupun warung PH, mereka semua mengatakan bahwa tidak pernah ada paksaan sekalipun dari para penjual.

Keempat, tanggung jawab (*responsibility*). Seluruh tindakan yang dilakukan manusia akan dimintai pertanggungjawaban termasuk dalam berdagang. Tanggung jawab disini berarti bahwa manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab moral atas perilaku prinsip tanggung jawab yang dilakukan seperti menepati janji dengan pembeli maupun rekan usaha. Dalam hal ini, CR mengatakan bahwa: *“Ooh kalo janji sama pelanggan, sesuai sama suplayer penjual pusatnya, kalo misalkan yang dipesan A terus dari pusatnya gak dateng gimana, kita juga gak bisa ngejanjiin juga kan”*, sedangkan Bapak NI mengatakan bahwa dirinya tidak pernah menjanjikan apapun terhadap pelanggannya.

Kelima, ihsan (*benevolence*). Islam selalu menganjurkan umatnya untuk berbuat baik. Dalam hal ini, perbuatan baik dapat dicerminkan melalui kemurahan hati pedagang yaitu memberikan tenggang waktu pembayaran jika pembeli belum dapat membayar kekurangan. Hal ini umum terjadi karena para konsumen dari pedagang Sembako memiliki kebiasaan belanja mingguan. Apabila pembeli kekurangan uang, maka kekurangannya boleh dibayarkan minggu depannya lagi atau ditangguhkan hingga konsumen dapat membayar. Pedagang memahami keadaan perekonomian masyarakat desa yang kebanyakan tidak memiliki pendapatan tetap bahkan terkadang tidak ada pendapatan masuk sama sekali sedangkan kebutuhan pokok keluarga harus terpenuhi.

Tabel 1. Kesimpulan Perilaku Pedagang Sembako Desa Jumbleng

	CR	NI
Tauhid	Selalu berserah diri kepada Allah, jujur, amanah, dan selalu membaca basmalah terlebih dahulu sebelum membuka warungnya	Melalaikan sholat Jumat
Keseimbangan	Terbuka dengan pelanggan dalam menimbang sembako	Menimbang sembako sesuai dengan takaran.
Keinginan bebas	Tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli jualanannya	Tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli jualanannya
Tanggung Jawab	Selalu ingin memberikan pelayanan terbaik untuk semua pelanggannya Memberikan kelonggaran waktu untuk pelanggannya membayar tunggakan hutang, dan ramah terhadap pelanggan	Tidak pernah menjanjikan apapun terhadap pelanggannya
Ihsan		Memberikan tenggang waktu untuk pelanggannya membayar hutang

Sumber: data diolah penulis

Dari penerapan diatas perilaku pedagang di desa Jumbleng beberapa sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis yaitu tauhid, keseimbangan, keinginan bebas, tanggung jawab, dan ihsan. Dengan menggunakan prinsip-prinsip tersebut akan menjadikan suatu bisnis atau perdagangan yang dijalankan oleh setiap pelakunya akan meraih kesuksesan baik kesuksesan di dunia maupun di akhirat.

Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa partisipan yang belum menerapkan etika bisnis Islam dikarenakan mereka masih kurang paham dan belum masih banyak belajar dalam memahami etika bisnis Islam. Dalam hal ini, CR dalam mengatakan bahwa: *“Etika Bisnis Islam yaa, saya juga masih belajar sih soalnya*

saya masih awal juga kan berdagang, jadi masih kurang paham tentang etika bisnis Islam, masih banyak terus-terus belajar.”

Selanjutnya tanggapan informan tentang pentingnya etika bisnis diterapkan untuk berdagang, dalam hal ini Bapak NI mengatakan: *“Harus perlu diterapkan, karena etika bisnis ini sangat penting.”* Begitu juga tanggapan dari CR menyatakan: *“Ohh penting banget, kalau seandainya saya sudah tau bener-bener etika bisnis itu bagai mana, sedangkan saya yaa masih nol lah dibilangnya, dan masih proses belajar.”*

Simpulan

Dari kajian dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa Prinsip-prinsip dalam menjalankan bisnis Islam adalah suatu hal yang sangat penting. Namun begitu, di lingkungan pedagang Sembako di Desa Jumbleng masih ada yang belum menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Hal tersebut dikarenakan masih kurangnya pengetahuan dan pemahaman Etika Bisnis Islam para pedagang Sembako. Oleh karena itu, edukasi terkait pengetahuan dasar etika bisnis Islam penting untuk dilakukan oleh komunitas pedagang di Indramayu maupun melalui pengabdian masyarakat yang dilakukan para akademisi dalam rangka membagi ilmu dan kesadaran tentang etika bisnis Islam.

Daftar Pustaka

- Abeng Tanri. (1997). Business ethics in Islamic context: Perspectives of a Muslim business leader. *Business Ethics Quarterly*, 7(3), 47–54.
- Abuznaid, S. A. (2009). Business ethics in Islam: the glaring gap in practice. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(4), 278–288. <https://doi.org/10.1108/17538390911006340>
- Amalia, F. (2013). Etika Bisnis Islam : Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil, (95), 116–125.
- Anindya, D. A. (2017). Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua. *At-Tawassuth*, II(2), 389–412.
- Azizaturrohman, S. N., & Mawardi, I. (2014). Pemahaman Etika Berdagang pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya (Studi Kasus Pedagang Buah). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 1(4), 278–288.
- Badroen, F. (2012). *Etika Bisnis dalam Islam* (3rd ed.). Jakarta: Kencana.
- Baidowi, A. (2010). Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Islam. *Hukum Islam*, 9(1412–3851), 239–250.
- Barus, E. E. N. (2016). Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan). *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(2), 125–146.
- Darussalam, A. Z. (2020). Konsep Etika Bisnis Islami Dalam Kitab Sahih Bukhari Dan Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 116–128. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1085>
- Dewi, S. N. F., Asmanto, P., Hidayat, T., Suryanto, G. I., & Adji, A. (2020). Memaksimalkan Peran Program Sembako pada Masa Pandemi Covid-19. *Policy Brief TNP2K*, 2019, 23.
- Farid, M., & Zahroh, A. (2015). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian. *Iqtishoduna*, 6(2), 13–30.

- Haryanti, N., & Wijaya, T. (2019). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Pedagang di PD pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 122–129.
- Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, VII(1), 63–74.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Method Sourcebook* (Third). SAGE Publications Inc.
- Nabavi, S. mohammed. (2019). Analisis Penggunaan Timbangan Sembako dalam Jual Beli ditinjau dari Konsep Etika Bisnis Islam (*Studi Kasus Pasar Mendahara Ilir Kab.Tanjabtim*). (2).
- Salim, A. (2018). Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas Di Kota Palembang. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 4(1), 57–74. <https://doi.org/10.36908/isbank.v4i1.55>
- Sholekhah, M. A. (2018). Implementasi Nilai-Nilai Islam Dalam Berdagang Pada Pusat Niaga Palopo. *DINAMIS: Journal of Islamic Management And Bussines*, 1(2), 1–8.
- Tiakoly, K., & Wahab, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama. *Jurnal Iqtisaduna*, 5(1), 102–123.