

## PRAKTIK JUAL BELI DI DESTINASI WISATA: SEBUAH TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

Meri Anti Khusnawati<sup>1</sup>, Ima Frafika Sari<sup>2</sup>, Marsha Falia Rifai<sup>3</sup>, Ravinza Husen Samudra<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Syariah, IAIN Ponorogo

<sup>1</sup>Email: [meriantikhusnawati@gmail.com](mailto:meriantikhusnawati@gmail.com)

<sup>2</sup>Email: [ifraifika@gmail.com](mailto:ifraifika@gmail.com)

<sup>3</sup>Email: [shaafaliaaaa@gmail.com](mailto:shaafaliaaaa@gmail.com)

<sup>4</sup>Email: [husenravinza@gmail.com](mailto:husenravinza@gmail.com)

---

DOI: 10.21154/antologihukum.v2i2.1341

Received: 23-11-2022

Revised: 21-12-2022

Approved: 28-12-2022

---

**Abstract:** *Buying and selling is the most important aspect of muamalah in social life. The practice of buying and selling food and drinks at Pancer Door Beach, many vendors do not list prices on their food menus and there are several vendors who distinguish prices from local tourists and out-of-towners. Sellers give higher prices to out-of-town tourists. The purpose of this study is to determine the implementation of buying and selling without the inclusion of prices and pricing for local and out-of-town tourists in the tourist attractions of Pancer Door Pacitan Beach in terms of Islamic business ethics. This type of research is field research. The research approach used in this research is a case study approach. The results of this study were analyzed by inductive methods. From this research, it can be concluded that the practice of buying and selling without the inclusion of prices in the tourist attractions of Pancer Door Pacitan Beach is in accordance with the principles in Islamic business ethics. Some traders who provide different pricing for local tourists and out-of-town tourists at the tourist attractions of Pancer Door Pacitan Beach have violated the basic principles of Islamic business ethics, namely the principle of equilibrium and the principle of truth (benevolence and honesty). Furthermore, when viewed from Islamic business ethics in pricing, there are several principles that are not in compliance, namely the principle of justice and the prohibition of Tadlis.*

**Keywords:** *Islamic Business Ethics, Buying and Selling, Pricing*

**Abstrak:** *Jual beli merupakan aspek muamalah yang penting dalam kehidupan sosial. Pada praktik jual beli di Pantai Pancer Door Pacitan, pedagang tidak mencantumkan harga pada menu makanan mereka dan terdapat beberapa pedagang yang membedakan harga antara wisatawan lokal dan wisatawan luar kota. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui praktik jual beli tanpa pencantuman harga dan penetapan harga bagi wisatawan lokal dan luar kota di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan ditinjau dari etika bisnis Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research), yaitu dengan cara melakukan wawancara kepada para pedagang dan pembeli di Pantai Pancer Door*

*Pacitan. Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini dianalisis dengan metode induktif. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli tanpa pencantuman harga di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan telah sesuai dengan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam. Beberapa pedagang yang memberikan penetapan harga berbeda bagi wisatawan lokal dan wisatawan luar kota di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan telah melanggar prinsip dasar etika bisnis Islam yaitu prinsip keseimbangan (equilibrium) dan prinsip kebenaran (kebijakan dan kejujuran). Selanjutnya, jika dilihat dari etika bisnis Islam dalam penetapan harga, terdapat beberapa prinsip yang belum sesuai yaitu prinsip keadilan dan larangan Tadlis.*

**Kata Kunci:** *Etika Bisnis Islam, Jual Beli, Penetapan Harga*

## **PENDAHULUAN**

Seorang muslim memiliki pedoman dalam menjalani kehidupan dari bangun tidur sampai kembali tidur yang tercantum dalam Alquran dan Hadis. Segala kegiatan manusia telah diatur, termasuk kegiatan yang dilakukan pada siang hari yaitu bekerja. Salah satu bentuk pekerjaan manusia ialah dengan cara jual beli atau berdagang.<sup>1</sup> Jual beli ialah menukar sesuatu dengan sesuatu. Sedangkan menurut istilah, jual beli adalah menukar harta dengan harta berlandaskan cara-cara yang ditetapkan oleh syarak. Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etika bisnis yang dibungkus dengan nilai-nilai syari'ah yang mengedepankan halal dan haram.

Pantai Pancer Door adalah salah satu pantai yang terletak di Kecamatan Pacitan, Kabupaten Pacitan. Warga sekitar memanfaatkan tempat wisata tersebut untuk berdagang makanan dan minuman, seperti mi goreng, mi rebus, nasi goreng, soto, air mineral, teh kemasan botol dan lain sebagainya.<sup>2</sup> Terdapat banyak warung makan yang berdiri di tempat wisata Pantai Pancer Door. Salah satu prinsip etika bisnis Islam dalam jual beli ialah prinsip menetapkan harga dengan transparan. Penetapan harga yang tidak transparan dapat mengandung penipuan. Dalam Islam menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati agar tidak terjerumus dalam *riba*. Pada praktik jual beli, pembeli memesan dan menikmati makanan yang diinginkan, kemudian penjual menetapkan harga menu makanan dan minuman yang telah dipesan tersebut. Terdapat beberapa warung makan yang tidak mencantumkan daftar harga pada menu makanannya, sehingga pembeli tidak dapat mengetahui harga menu makanan dan minuman yang dijual secara pasti pada awal akad jual beli. Perilaku pedagang yang tidak mencantumkan

---

<sup>1</sup> Syaikh dan Norwili, *Fikih Muamalah : Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer* (Yogyakarta: K-Media, 2020), 43.

<sup>2</sup> Rahmat Hidayat dan Muhammad Rifa'i, *Etika Manajemen Perspektif Islam* (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan (LPPPI), 184.

harga pada menu makanan tersebut tidak sesuai dengan salah satu prinsip etika bisnis Islam yaitu menetapkan harga dengan transparan.<sup>3</sup>

Pada praktik jual beli makanan dan minuman di Pantai Pancer Door Pacitan, terdapat beberapa penjual yang membedakan harga makanan dan minuman antara wisatawan lokal dan wisatawan luar kota. Penjual membedakan asal daerah para wisatawan, mereka melihat dari logat bahasa yang digunakan pembeli. Apabila sekiranya pembeli tersebut berasal dari luar kota Pacitan, penjual memberikan harga yang lebih tinggi dari harga biasa. Salah satu prinsip penetapan harga dalam Islam ialah keadilan. Keadilan berarti menempatkan sesuatu secara proporsional, tidak berat sebelah, tidak pilih kasih dan tidak sewenang-wenang. Perilaku pedagang yang membedakan harga antara wisatawan lokal dan wisatawan luar kota tersebut tidak sesuai dengan prinsip keseimbangan, kejujuran, keadilan dan larangan *Tadlis*. Seorang pelaku bisnis harus menerapkan prinsip dasar etika bisnis Islam diantaranya ialah prinsip keseimbangan dan kejujuran. Dalam prinsip keseimbangan, pelaku bisnis harus berlaku seimbang (adil) kepada para pembeli dan tidak boleh membeda-bedakan antara satu dengan lainnya. Pada prinsip kejujuran, seorang pelaku bisnis harus berlaku jujur kepada para pembeli. Salah satu sikap penjual yang curang ialah melipatgandakan harga kepada orang yang tidak mengetahui harga pasaran. Pada etika bisnis Islam dalam penetapan harga, seorang pelaku bisnis harus menerapkan prinsip keadilan dan tidak melakukan *Tadlis*. Dalam menetapkan harga barang, pelaku bisnis harus berlaku adil dan dilarang melakukan *Tadlis* (penipuan) harga kepada para pembeli.

Dari latar belakang tersebut, dapat ditarik rumusan masalah yakni: Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap pelaksanaan jual beli tanpa mencantumkan harga di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan? Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap penetapan harga bagi wisatawan lokal dan wisatawan luar kota di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan?

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi terhadap penelitian yang diteliti, yang pertama yaitu penelitian Eny Rahayu.<sup>4</sup> Perbedaan penelitian yang ditulis oleh Eny Rahayu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian. Pada penelitian Eny Rahayu, objek penelitiannya ialah karyawan dan penjual di Meubel EX UD. Bismillah Ponorogo. Sedangkan objek penelitian yang diteliti pada penelitian ini ialah perilaku penjual yang melaksanakan jual beli tanpa pencantuman harga dan penetapan harga yang berbeda bagi wisatawan lokal dan wisatawan luar kota di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan.

---

<sup>3</sup> Rahmat Hidayat dan Muhammad Rifa'i, *Etika Manajemen Perspektif Islam* (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan (LPPPI), 184.

<sup>4</sup> Eny Rahayu, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Meubel EX di UD. Bismillah Ponorogo", *Skripsi* (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2018).

Penelitian yang kedua yaitu penelitian Fery Prasetio. Perbedaan skripsi yang ditulis oleh Fery Prasetio dengan penelitian ini terletak pada objek jual beli. Pada penelitian Fery Prasetio membahas tinjauan etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli daging sapi kualitas campuran dan daging yang disimpan dalam *freezer*, sedangkan pada penelitian ini membahas terkait tinjauan etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli tanpa pencantuman harga dan tinjauan etika bisnis Islam terhadap penetapan harga bagi wisatawan lokal dan wisatawan luar kota di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan.

Adapun jenis penelitian pada penelitian ini ialah penelitian kualitatif lapangan. Pada jenis penelitian ini, peneliti mendatangi lapangan untuk melakukan pengamatan terkait objek penelitian.<sup>5</sup> Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data dari pelaku jual beli, baik penjual maupun pembeli sebagai bahan analisis. Pokok permasalahan yang diteliti ialah jual beli makanan dan minuman di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan. Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah pendekatan studi kasus, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan memperoleh makna serta pemahaman atas suatu kasus.<sup>6</sup>

Pada penelitian ini kehadiran peneliti sebagai pengamat penuh, dimana peneliti mengumpulkan data melalui pengamatan dan wawancara kepada narasumber. Lokasi objek penelitian ini ialah di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode observasi atau pengamatan merupakan teknik pengumpulan data yang mewajibkan peneliti mendatangi langsung objek penelitian dan mengamati segala hal yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan untuk diteliti.<sup>7</sup> Peneliti melakukan pengamatan terhadap jual beli makanan dan minuman di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan yang dilakukan 2 kali dalam 1 minggu pada jangka waktu 3 minggu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilakukan dengan cara menetapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan terlebih dahulu.<sup>8</sup> Pada penelitian ini, peneliti mewawancarai 12 pengunjung yang terdiri dari 6 pengunjung lokal dan 6 pengunjung luar kota. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto serta data lokasi penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah metode induktif. Dalam metode berfikir induktif, yaitu metode yang mempelajari suatu gejala umum terkait fenomena yang diteliti kemudian dikhususkan dengan gejala yang terjadi di lapangan. Peneliti menggunakan metode ini untuk memilah-milah

---

<sup>5</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2017), 26.

<sup>6</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, 64.

<sup>7</sup> Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2007), 60.

<sup>8</sup> Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2007), 190.

data yang telah diperoleh kemudian dianalisa, sehingga didapatkan jawaban dari masalah penelitian.<sup>9</sup> Pada penelitian ini, peneliti berangkat dari kasus yang terjadi dalam kegiatan jual beli makanan dan minuman yaitu jual beli tanpa pencantuman harga dan penetapan harga yang berbeda bagi wisatawan lokal dan wisatawan luar kota di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan.

### **ETIKA BISNIS ISLAM**

Etika merupakan seperangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dan apa yang salah, dan bisnis adalah rangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis, maka bisnis membutuhkan etika. Etika bisnis ialah cabang etika yang meneliti aturan dan prinsip-prinsip dalam konteks komersial, mempelajari berbagai masalah moral atau etika yang timbul dalam lingkungan bisnis dan memberi penjelasan mengenai kewajiban yang berlaku bagi setiap individu yang terlibat didalamnya.<sup>10</sup>

Etika bisnis Islam mengandung pengertian segala apa yang dipraktekkan dalam perilaku bisnis yang sesuai dengan ajaran-ajaran Islam atau yang menyalahinya.<sup>11</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. Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etika bisnis yang dibungkus dengan nilai-nilai syari'ah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya.<sup>12</sup> Terdapat enam langkah konkrit awal dalam memulai etika bisnis Islam, yaitu niat ikhlas mengharap ridho Allah SWT, profesional, jujur dan amanah, mengedepankan etika sebagai seorang muslim, tidak melanggar prinsip syari'ah dan *ukhuwah islamiyah*.<sup>13</sup>

Kesuksesan Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pebisnis merupakan satu kesatuan yang utuh dari kemandirian dan semangat berwirausaha. Kejujuran, amanah, kecerdasan dan keterampilan, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah, menjadi faktor penting dalam menggapai kesuksesan sebagai seorang pedagang. Dalam konteks bisnis, sifat-sifat tersebut menjadi dasar dalam setiap

---

<sup>9</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)*, 321.

<sup>10</sup> Siti Nurul Huda dan Nandang Ihwanudin, "Etika Bisnis Islam Dalam Tinjauan Al-Qur'an Dan Hadits: Islamic Business Ethics in a Review of the Qur'an and Hadith," *Moderation: Journal of Islamic Studies Review* 2, no. 1 (Maret 2022): 64.

<sup>11</sup> Azhari Akmal Tarigan, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, 47.

<sup>12</sup> Rahmat Hidayat dan Muhammad Rifa'i, *Etika Manajemen Perspektif Islam*, 184.

<sup>13</sup> Dinata, "Tinjauan Etika Bisnis Terhadap Persaingan Produsen Tahu di Kampung Blok VI Aceh," 95.

aktivitas bisnis beliau yang kemudian menjadi sikap dasar meanusiawi (fundamental human ethics) yang mendukung keberhasilan.<sup>14</sup>

### **TUJUAN ETIKA BISNIS ISLAM**

Dalam hal ini, etika bisnis Islam ialah hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional. Sebagaimana diungkapkan oleh Dr. Syahata, bahwa etika bisnis Islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut: *Pertama*, membangun kode etik Islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari risiko.

*Kedua*, kode ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab para pelaku bisnis, terutama bagi mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat dan diatas segalanya adalah tanggung jawab dihadapan Allah Swt.<sup>15</sup> Keempat, kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan. *Kelima*, kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama antara mereka semua.<sup>16</sup>

### **PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM**

Ajaran etika dalam Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, sesama manusia, lingkungan alam di sekitarnya dan kepada Allah Swt. selaku pencipta-Nya.<sup>17</sup> Etika bisnis Islam memiliki beberapa prinsip, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Keesaan (*Tawhid*)**

Keesaan, seperti di cerminkan dalam konsep *tawhid*, merupakan dimensi vertikal Islam.<sup>18</sup> Hubungan vertikal ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada titah-Nya.<sup>19</sup> Prinsip ini akan membentuk keyakinan bahwa segala rutinitas kehidupan ini terkoneksi secara menyeluruh. Bisnis yang dilakukan tidak hanya usaha individu dalam

---

<sup>14</sup> Aqil Barqi Yahya, "Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha," *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 5, no. 1 (2020): 95.

<sup>15</sup> Huda dan Ihwanudin, "Etika Bisnis Islam Dalam Tinjauan Al-Qur'an Dan Hadits: Islamic Business Ethics in a Review of the Qur'an and Hadith," 65.

<sup>16</sup> Huda dan Ihwanudin, 65.

<sup>17</sup> Susminingsih, *Etika Bisnis Islam*, 86.

<sup>18</sup> Susminingsih, *Etika Bisnis Islam*, 86.

<sup>19</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 22.

memenuhi kebutuhan melainkan melibatkan sistem sosial, budaya, agama yang terintegrasi. Prinsip keesaan ini merupakan kesatuan kegiatan bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha Allah Swt. Di sini juga berlaku penyatuan kepemilikan manusia merupakan pemilikan Tuhan sehingga kekayaan yang dihasilkan merupakan amanah Allah Swt., sehingga terkandung kewajiban-kewajiban sosial.<sup>20</sup>

2. Keseimbangan (*equilibrium*)

Keseimbangan dan keadilan berarti bahwa perilaku bisnis harus seimbang dan adil. Keseimbangan berarti tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan ekonomi. Kepemilikan individu yang tak terbatas sebagaimana dalam sistem kapitalis tidak dibenarkan. Dalam Islam, harta mempunyai fungsi sosial yang kental.<sup>21</sup>

3. Kebebasan (*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.<sup>22</sup> Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu dan berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada. Islam tidak membatasi kreasi manusia dalam berbisnis.<sup>23</sup>

4. Tanggung Jawab (*responsibility*)

Islam sangat menekankan pada konsep tanggung jawab, namun tidak berarti mengabaikan prinsip kebebasan individu. Ajaran Islam menghendaki kebebasan yang bertanggung jawab. Manusia harus berani mempertanggungjawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia bahkan paling penting adalah kelak di hadapan Tuhan. Tanggung jawab muslim yang sempurna tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya.<sup>24</sup>

5. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Pada konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau

---

<sup>20</sup> Salim Hasan, "Praktik Ihtikar Dalam Tinjauan Kritik Etika Bisnis Syariah," *At-Tafaaquh: Journal of Islamic Law* 1, no. 2 (Juli 2020): 144.

<sup>21</sup> Sri Nawatmi, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam," 54.

<sup>22</sup> Sri Nawatmi, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam," 54.

<sup>23</sup> Norvadewi, "Bisnis dalam Perspektif Islam," 42.

<sup>24</sup> Erly Juliyani, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam," 69.

menetapkan margin keuntungan laba.<sup>25</sup> 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>26</sup>

### **ETIKA BISNIS ISLAM DALAM JUAL BELI**

Menurut Muhammad Djakfar dalam bukunya “Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi”, persyaratan untuk meraih suatu keberkahan atas nilai yang diraih seorang bisnis harus menerapkan dan memperhatikan nilai prinsip etika yang telah digariskan didalam Islam. Etika bisnis Islam dalam jual beli memiliki beberapa prinsip. Berikut beberapa prinsip etika jual beli dalam Islam:

#### **1. Keadilan dan Perdagangan Jujur**

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. Nilai kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang beriman.<sup>27</sup>

#### **2. Menjual barang yang baik mutunya (*quality*)**

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Tanggungjawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeseimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (*profit*) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat.<sup>28</sup>

#### **3. Dilarang menggunakan sumpah**

Pada kehidupan sehari-hari, kalangan para pedagang kelas bawah seringkali melakukan praktik obral sumpah. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya.<sup>29</sup> Sumpah palsu sangat tidak dibenarkan dalam Islam, apalagi dengan maksud

---

<sup>25</sup> Muhammad Ardi, “Etika Bisnis dalam Ekonomi Islam,” *Jurnal Syari’ah* 3, no. 1 (April 2015): 47.

<sup>26</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 178.

<sup>27</sup> Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda, *Islamic Business and Economics Ethics* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 398.

<sup>28</sup> Rivai, Nuruddin, dan Ananda, 398.

<sup>29</sup> Rivai, Nuruddin, dan Ananda, 398.

agar barang jualannya cepat laku dan habis terjual. Islam sangat mengecam hal itu karena termasuk pekerjaan yang tidak disukai dalam Islam.<sup>30</sup>

#### 4. Longgar dan bermurah hati

Pada kegiatan transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Melalui sikap ini seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli.<sup>31</sup> Murah hati ini bagian dari upaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Kepuasan pelanggan tidak hanya berdasarkan kualitas produk yang kita sampaikan kepada pelanggan, melainkan juga bagaimana cara kita menyampaikannya.<sup>32</sup>

#### 5. Membangun hubungan baik antar kolega

Islam menekankan hubungan yang membangun dengan siapa pun, termasuk antar sesama pelaku dalam bisnis. Pada suatu bisnis membangun relasi dengan sesama pelaku bisnis sangat dibutuhkan untuk melancarkan bisnis yang dijalankan. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan.<sup>33</sup>

#### 6. Tertib administrasi

Seorang pedagang seharusnya mencatat dan menuliskan waktu, tempat, jumlah uang dan barang yang diterima ketika terjadinya akad. Hal itu bertujuan untuk memelihara dari lupa. Praktik pinjam meminjam wajar terjadi dalam dunia perdagangan. Alquran mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi.<sup>34</sup>

#### 7. Menetapkan harga dengan transparan

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam *riba*. Meskipun dalam dunia bisnis bertujuan untuk memperoleh keuntungan, namun hak-hak pembeli harus tetap dihormati.<sup>35</sup>

### **ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENETAPAN HARGA**

Berikut beberapa etika penetapan harga dalam perdagangan Islam:

#### 1. Prinsip Otonomi

---

<sup>30</sup> Syaifullah, "Etika Jual Beli dalam Islam," *Hunafa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 2 (Desember 2014): 382, <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i2.361.371-387>.

<sup>31</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 38.

<sup>32</sup> Departemen Pengembangan Bisnis, Perdagangan dan Kewirausahaan Syariah, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Gramata Publishing, 2011), 99.

<sup>33</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 39.

<sup>34</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 40.

<sup>35</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 40.

Prinsip otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Orang berbisnis yang otonomi adalah orang yang sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis.<sup>36</sup>

## 2. Kejujuran

Kejujuran menjadi syarat bagi seseorang untuk bisa dipercaya, baik dalam urusan sosial maupun bisnis. Kejujuran merupakan suatu sikap yang harus dimiliki oleh seorang pelaku bisnis.<sup>37</sup> Islam menyatakan bahwa orang-orang yang beriman diperintahkan untuk menegakkan keadilan, menjadi saksi yang adil dan tidak boleh menyuburkan kebencian sehingga berlaku diskriminatif. Hal ini menunjukkan bahwa orang yang dapat berkata jujur dan bertindak sesuai dengan kenyataan berarti dapat berbuat adil dan benar. Sedangkan orang yang tidak dapat dipercaya tutur katanya dan tidak menepati janji dapat dikategorikan sebagai peendusta. Dengan demikian, kejujuran harus dilandasi dengan kesadaran moral yang tinggi, pengakuan terhadap persamaan hak dan kewajiban, perasaan takut berbuat kesalahan dan dosa.<sup>38</sup> Namun pada kenyataannya, banyak pelaku bisnis yang tidak menerapkan sikap kejujuran dalam menjalankan bisnisnya, seperti *riba*, mengurangi takaran atau timbangan, penipuan investasi, monopoli dan sebagainya. Perilaku tersebut sangat dibenci dalam Islam.<sup>39</sup>

## 3. Keadilan

Keadilan berarti menempatkan sesuatu secara proporsional, tidak berat sebelah, tidak pilih kasih dan tidak sewenang-wenang. Adil merupakan salah satu sifat yang harus dimiliki oleh manusia dalam rangka menegakkan kebenaran kepada siapapun tanpa kecuali, walaupun akan merugikan dirinya sendiri. Berlaku adil sangat terkait dengan hak dan kewajiban. Hak yang dimiliki oleh seseorang termasuk hak asasi, wajib diperlakukan secara adil.<sup>40</sup>

## 4. Larangan *Ihtikar*

*Ihtikar* merupakan tindakan yang mengumpulkan dan menahan beredarnya suatu barang berupa bahan makanan, uang, surat berharga, minyak dan gas bumi atau harta lainnya yang dibutuhkan masyarakat umum untuk kemudian melepaskannya setelah harga melonjak di pasaran. Perilaku tersebut berarti tidak mendukung perputaran roda perekonomian dan tidak memberdayakan

---

<sup>36</sup> Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntunan dan Relevansinya* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), 74.

<sup>37</sup> Susminingsih, *Etika Bisnis Islam*, 59.

<sup>38</sup> Muhammad Nizar, "Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Islam," *Jurnal Istiqro : Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 1 (Januari 2018): 100.

<sup>39</sup> Susminingsih, *Etika Bisnis Islam*, 59.

<sup>40</sup> Yaksan Hamzah dan Hamzah Hafid, *Etika Bisnis Islami*, 48.

harta yang dimiliki untuk kepentingan ekonomi umat yang dapat menopang ekonomi nasional.<sup>41</sup>

5. Larangan *Tadlis* dan *al-Ghabn*

*Tadlis* (penipuan) dalam bermuamalah adalah menyampaikan sesuatu dalam transaksi bisnis dengan informasi bisnis yang diberikan tidak sesuai dengan fakta yang ada. Penipuan sangat dibenci Islam, karena hanya akan merugikan orang lain dan sesungguhnya juga merugikan diri sendiri.<sup>42</sup> *Ghabn* adalah harga yang ditetapkan jauh dari rata-rata yang ada baik lebih rendah atau lebih tinggi.<sup>43</sup>

6. Larangan Melipatgandakan Harga dalam Jual Beli

Menurut Imam Ghazali, dilarang melipatgandakan harga dalam jual beli dalam kebiasaan yang berlaku.<sup>44</sup> Keuntungan bisnis dalam Islam tidak hanya sekedar keuntungan yang berupa pundi-pundi rupiah, akan tetapi keuntungan yang lebih kekal yakni keuntungan akhirat.<sup>45</sup> Dalam dunia bisnis haruslah melahirkan suatu *win-win solution*, maksudnya situasi yang saling menguntungkan diantara semua pihak. Semua pelaku bisnis pasti ingin memperoleh keuntungan, begitu juga pembeli ingin memperoleh barang dan jasa yang memuaskan.<sup>46</sup>

## **PRAKTIK JUAL BELI MAKANAN DAN MINUMAN DI TEMPAT WISATA PANTAI PANCER DOOR PACITAN**

### **1. Jual Beli Makanan dan Minuman Tanpa Pencantuman Harga di Tempat Wisata Pantai Pancer Door Pacitan**

Praktik jual beli makanan dan minuman di Pantai Pancer Door Pacitan sebenarnya sama dengan praktik jual beli di tempat lain yaitu dengan cara pembeli memesan makanan yang hendak diinginkan, lalu penjual melayani pesanan pembeli tersebut. Pembayaran dilakukan ketika pembeli selesai menikmati makanan dan minuman yang telah dipesan. Penetapan harga dilakukan oleh penjual di akhir akad, sehingga pembeli tidak mengetahui harga pada awal akad apabila tidak dicantumkan daftar harga pada menu makanan atau bertanya terkait harga sebelum memesan.

Berdasarkan hasil data yang penulis peroleh, penjual makanan dan minuman di tempat wisata Pantai Pancer Door mengatakan bahwa mereka tidak mencantumkan harga pada menu makanan di warungnya. Hanya terdapat satu penjual yang mencantumkan harga pada menu makanan yaitu ibu Anik. Ibu Erna selaku penjual makanan dan minuman di tempat wisata Pantai Pancer

---

<sup>41</sup> Yaksan Hamzah dan Hamzah Hafid, *Etika Bisnis Islami*, 68.

<sup>42</sup> Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics And Finance; Ekonomi dan Keuangan Islam Bukan Alternatif, tetapi Solusi* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), 227.

<sup>43</sup> Ariyadi, "Bisnis dalam Islam," 23.

<sup>44</sup> Ariyadi, "Bisnis dalam Islam," 23.

<sup>45</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), 128.

<sup>46</sup> Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntunan dan Relevansinya*, 79.

Door Pacitan mengatakan bahwa beliau tidak mencantumkan harga pada menu makanan. Beliau beralasan bahwa bahan baku yang harganya berubah-ubah sehingga tidak dapat dipastikan harga tetap dari menu makanan di warungnya.<sup>47</sup>

Ibu Winarti yang juga selaku penjual warung makan mengatakan bahwa beliau tidak mencantumkan harga, karena beliau lupa untuk mencantumkannya.<sup>48</sup> Selanjutnya, bapak Bibit selaku penjual makanan dan minuman mengatakan bahwa beliau tidak mencantumkan harga menu makanan di warungnya, karena beliau melihat penjual lain juga tidak mencantumkan harga.<sup>49</sup> Bapak Warsito selaku penjual warung makan mengatakan bahwa beliau tidak mencantumkan harga pada menu makanan di warungnya, karena penjual lain yang berjualan di tempat wisata tersebut juga tidak mencantumkan harga pada menu makanan.<sup>50</sup> Bapak Bambang yang juga selaku penjual makanan dan minuman mengatakan bahwa beliau tidak mencantumkan harga pada menu makanan dengan alasan penjual lain juga tidak mencantumkan harga pada menu makanannya.<sup>51</sup>

Dari pernyataan masing-masing penjual makanan dan minuman di Pantai Pancer Door diatas mereka tidak mencantumkan harga pada menu makanan dengan alasan yang beragam antara satu dengan lainnya. Beberapa pembeli menyatakan bahwa mereka merasa dirugikan atas praktik jual beli tanpa pencantuman harga di Pantai Pancer Door.

## **2. Penetapan Harga bagi Wisatawan Lokal dan Wisatawan Luar Kota di Tempat Wisata Pantai Pancer Door Pacitan**

Berdasarkan hasil data yang penulis peroleh, terdapat pembeli dari luar kota dan lokal yang membeli menu yang sama di warung makan yang sama, namun harga yang ditetapkan oleh penjual berbeda. Bapak Budi yang merupakan wisatawan asal Jogja membeli bakso dengan harga Rp. 18.000,-. Sedangkan Ibu Tina yang merupakan wisatawan lokal membeli bakso dengan harga Rp. 12.000,-. Ibu Sinta yang merupakan wisatawan asal Surabaya membeli mi rebus dengan harga Rp. 15.000,- sedangkan Indah yang merupakan wisatawan lokal membeli mi rebus dengan harga Rp. 10.000,-.

Beberapa pedagang memberikan harga yang lebih tinggi kepada wisatawan luar kota. Mereka membedakan wisatawan luar kota dan lokal dari logat bahasa yang digunakan. Ibu Erna selaku penjual makanan dan minuman mengatakan bahwa apabila logat bahasa pembeli terlihat berbeda maka dapat

---

<sup>47</sup> Erna, *Hasil Wawancara*, Pacitan, 22 Maret 2022.

<sup>48</sup> Winarti, *Hasil Wawancara*, Pacitan, 26 Maret 2022.

<sup>49</sup> Winarti, *Hasil Wawancara*, Pacitan, 26 Maret 2022.

<sup>50</sup> Warsito, *Hasil Wawancara*, Pacitan, 26 Maret 2022.

<sup>51</sup> Bambang, *Hasil Wawancara*, Pacitan, 26 Maret 2022.

disimpulkan bahwa pembeli tersebut merupakan wisatawan luar kota.<sup>52</sup> Bapak Bibit yang juga selaku penjual warung makan mengatakan bahwa beliau melihat asal daerah pembeli melalui gaya bahasa yang mereka gunakan.<sup>53</sup> Adanya praktik pembedaan harga bagi wisatawan lokal dan wisatawan luar kota juga diperkuat melalui pernyataan salah satu pelayan warung makan yang bernama Yanti, beliau mengatakan jika sekiranya pembeli berasal dari lokal saja beliau yang memberikan harga dengan harga yang normal. Namun apabila sekiranya pembeli berasal dari luar kota, pemilik warung akan memberikan harga yang lebih tinggi dari harga normal.<sup>54</sup>

## **ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI MAKANAN DAN MINUMAN DI TEMPAT WISATA PANTAI PANCER DOOR PACITAN**

### **1. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Makanan dan Minuman Tanpa Pencantuman Harga di Tempat Wisata Pantai Pancer Door Pacitan**

Dari permasalahan jual beli makanan dan minuman tanpa pencantuman harga di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan diatas, peneliti akan menganalisis dengan etika bisnis Islam dalam jual beli yaitu prinsip menetapkan harga dengan transparan. Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam *riba*. Meskipun dalam dunia bisnis bertujuan untuk memperoleh keuntungan, namun hak-hak pembeli harus tetap dihormati.<sup>55</sup>

Beberapa pedagang makanan dan minuman di tempat wisata Pantai Pancer Door tidak mencantumkan daftar harga pada menu makanan dan minuman yang dijualnya. Hal ini mengakibatkan kurangnya transparansi terkait harga kepada para pembeli. Namun, sebelum memesan pembeli memiliki kesempatan untuk bertanya terkait harga. Dalam hal ini, pembeli yang memutuskan untuk menggunakan kesempatan bertanya tersebut atau tidak. Para penjual juga memperbolehkan apabila sekiranya terdapat pembeli yang bertanya dahulu sebelum memesan. Apabila terdapat pembeli yang merasa keberatan karena harga yang ditetapkan oleh penjual terlalu mahal. Asumsi harga terlalu mahal tersebut merupakan asumsi dari pihak pembeli sendiri. Karena menurut pengelola, harga yang ditetapkan para pedagang makanan dan minuman di Pantai Pancer Door Pacitan telah sesuai dengan standar harga di tempat wisata tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli tanpa pencantuman harga di tempat wisata Pantai Pancer Door telah sesuai dengan prinsip menetapkan harga dengan transparan.

---

<sup>52</sup> Erna, *Hasil Wawancara*, Pacitan, 22 Maret 2022.

<sup>53</sup> Bibit, *Hasil Wawancara*, Pacitan, 22 Maret 2022.

<sup>54</sup> Yanti, *Hasil Wawancara*, Pacitan, 8 April 2022.

<sup>55</sup> Yanti, *Hasil Wawancara*, Pacitan, 8 April 2022.

## **2. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Penetapan Harga bagi Wisatawan Lokal dan Wisatawan Luar Kota di Tempat Wisata Pantai Pancer Door Pacitan**

Permasalahan penetapan harga yang berbeda bagi wisatawan lokal dan wisatawan luar kota di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan diatas, peneliti akan menganalisis dengan prinsip dasar etika bisnis Islam yaitu prinsip 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.<sup>56</sup> Keseimbangan dan keadilan berarti bahwa perilaku bisnis harus seimbang dan adil. Keseimbangan berarti tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan ekonomi.<sup>57</sup> Pada praktik jual beli makanan dan minuman di Pantai Pancer Door belum memenuhi prinsip keseimbangan, karena beberapa pedagang memberikan harga yang berbeda berdasarkan asal daerah pembeli. Seorang pelaku bisnis harus berlaku adil kepada para pembeli dan tidak boleh membedakan antara satu dengan lainnya.

Prinsip dasar etika bisnis Islam kedua yang belum terpenuhi yaitu prinsip kebenaran (kebahjikan 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 jika ia dikelabui karena ketidaktahuannya.<sup>58</sup> Pada praktik jual beli makanan dan minuman di Pantai Pancer Door Pacitan, terdapat beberapa pedagang yang melakukan praktik penetapan harga yang lebih tinggi kepada pembeli yang berasal dari luar kota. Perilaku tersebut termasuk perilaku curang dalam berbisnis dan bertentangan dengan prinsip kebenaran (kebahjikan dan kejujuran).

Dilihat dari etika bisnis Islam dalam penetapan harga, terdapat beberapa prinsip yang belum sesuai dengan praktik jual beli makanan dan minuman di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan. Prinsip yang pertama yaitu prinsip keadilan. Keadilan berarti menempatkan sesuatu secara proporsional, tidak berat sebelah, tidak pilih kasih dan tidak sewenang-wenang.<sup>59</sup> Terdapat beberapa pedagang yang belum menerapkan prinsip keadilan, karena mereka membedakan harga kepada wisatawan luar kota dan wisatawan lokal.

---

<sup>56</sup> Azhari Akmal Tarigan, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, 40.

<sup>57</sup> Sri Nawatmi, “Etika Bisnis dalam Perspektif Islam,” 54.

<sup>58</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam*, 178.

<sup>59</sup> Yaksan Hamzah dan Hamzah Hafid, *Etika Bisnis Islami*, 48.

Seorang pelaku bisnis harus adil dan memberikan perlakuan yang sama kepada para pembelinya.

Prinsip kedua yaitu larangan *Tadlis*. *Tadlis* (penipuan) dalam bermuamalah adalah menyampaikan sesuatu dalam transaksi bisnis dengan informasi bisnis yang diberikan tidak sesuai dengan fakta yang ada. Penipuan sangat dibenci Islam, karena hanya akan merugikan orang lain dan juga merugikan diri sendiri.<sup>60</sup> *Tadlis* dalam harga ini adalah memasang tarif yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga pasar.<sup>61</sup> Pada praktiknya, beberapa pedagang melakukan *Tadlis* (penipuan) harga kepada wisatawan luar kota. Alasan beberapa pedagang memberikan harga lebih tinggi kepada wisatawan luar kota ialah karena mereka berasumsi para wisatawan luar kota tidak mengetahui harga yang beredar di pasar.

## KESIMPULAN

Praktik jual beli tanpa pencantuman harga di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan dilakukan oleh pedagang karena beberapa alasan yaitu harga bahan baku yang berubah-ubah sehingga harga menu makanan dan minuman juga tidak tetap. Alasan yang kedua ialah jual beli tanpa pencantuman harga merupakan tradisi yang dilakukan mayoritas pedagang warung makan di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan. Meskipun demikian, pedagang bersedia untuk menjelaskan apabila terdapat pembeli yang bertanya terkait harga menu makanan. Sehingga hal ini telah sesuai dengan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam. Beberapa pedagang yang memberikan penetapan harga berbeda bagi wisatawan lokal dan wisatawan luar kota di tempat wisata Pantai Pancer Door Pacitan telah melanggar prinsip dasar etika bisnis Islam yaitu prinsip keseimbangan (*equilibrium*) dan prinsip kebenaran (kebijakan dan kejujuran). Selanjutnya, jika dilihat dari etika bisnis Islam dalam penetapan harga, terdapat beberapa prinsip yang belum sesuai yaitu prinsip keadilan dan larangan *Tadlis*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardi, Muhammad. "Etika Bisnis dalam Ekonomi Islam." *Jurnal Syari'ah* 3, no. 1 (April 2015).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2006.
- Ariyadi. "Bisnis dalam Islam." *Jurnal Hadratul Madaniyah* 5, no. 1 (Juni 2018).  
<https://doi.org/10.33084/jhm.v5i1.158>.
- Bambang, 26 Maret 2022.
- Bibit, 22 Maret 2022.

---

<sup>60</sup> Rivai dan Usman, *Islamic Economics And Finance; Ekonomi dan Keuangan Islam Bukan Alternatif, tetapi Solusi*, 227.

<sup>61</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam*, 181.

- Departemen Pengembangan Bisnis, Perdagangan dan Kewirausahaan Syariah. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Gramata Publishing, 2011.
- Dinata, Muhd. Farabi. "Tinjauan Etika Bisnis Terhadap Persaingan Produsen Tahu di Kampong Blok VI Aceh." *Jurnal Mediasas: Media Ilmu Syari'ah dan Ahwal Al-Syakhsyiah* 5, no. 1 (Juni 2022). <https://jurnal.kopertais5aceh.or.id/index.php/mediasas/article/view/410/309>.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Erna, 22 Maret 2022.
- Hamzah, Yaksan, dan Hamzah Hafid. *Etika Bisnis Islami*. Makassar: Kretakupa Print, 2014.
- Hasan, Salim. "Praktik Ihtikar Dalam Tinjauan Kritik Etika Bisnis Syariah." *At-Tafaaqquh: Journal of Islamic Law* 1, no. 2 (Juli 2020).
- Hidayat, Rahmat, dan Muhammad Rifa'i. *Etika Manajemen Perspektif Islam*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan (LPPPI), 2018.
- Huda, Siti Nurul, dan Nandang Ihwanudin. "Etika Bisnis Islam Dalam Tinjauan Al-Qur'an Dan Hadits: Islamic Business Ethics in a Review of the Qur'an and Hadith." *Moderation: Journal of Islamic Studies Review* 2, no. 1 (Maret 2022).
- Juliyani, Erly. "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ummul Qura* 7, no. 1 (Maret 2016). <http://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qura/article/view/3081>.
- Keraf, Sony. *Etika Bisnis Tuntunan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius, 1998.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2017.
- Nawatmi, Sri. "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam." *Jurnal Fokus Ekonomi* 9, no. 1 (April 2010).
- Nizar, Muhammad. "Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Islam." *Jurnal Istiqro : Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 1 (Januari 2018).
- Norvadewi. "Bisnis dalam Perspektif Islam" 1, no. 1 (Desember 2015).
- Patilima, Hamid. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Rahayu, Eny. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Meubel EX di UD. Bismillah Ponorogo." IAIN Ponorogo, 2018.
- Rena Yolanda Firdausa, Titin Suprihatin, dan Akhmad Yusup. "Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Jual Beli Rejected Bumbu Mie Instant." *Jurnal Riset Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (23 Desember 2021): 89–93. <https://doi.org/10.29313/jres.v1i2.441>.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Rivai, Veithzal, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda. *Islamic Business and Economics Ethics*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.
- Rivai, Veithzal, dan Antoni Nizar Usman. *Islamic Economics And Finance; Ekonomi dan Keuangan Islam Bukan Alternatif, tetapi Solusi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2017.

Susminingsih. *Etika Bisnis Islam*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2020.

———. *Etika Bisnis Islam*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2020.

Syaifullah. “Etika Jual Beli dalam Islam.” *Hunafa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 2 (Desember 2014). <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i2.361.371-387>.

Syaikhu, dan Norwili. *Fikih Muamalah: Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*. Yogyakarta: K-Media, 2020.

Tarigan, Azhari Akmal. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Sumatra Utara: Penerbit FEBI Pers, 2016.

Warsito, 26 Maret 2022.

Winarti, 26 Maret 2022.

Yahya, Aqil Barqi. “Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha.” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 5, no. 1 (2020).

Yanti, 8 April 2022.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).