



Ta'amul: Journal of Islamic Economics

Vol. 4, No. 1, May 2025, E-ISSN: [2964-0644](#)

Doi: <https://doi.org/10.58223/taamul.v4i1.451>

Islamic Ethical Values in Traditional Commerce: A Field Study of Market Traders

Taufik Aris Saputra

Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan, Indonesia

aris.saputra745@gmail.com

Abstract

Keywords:

Islamic business ethics, traditional market, tauhid, benevolence, responsibility, Waru Market, ethical economy, Islamic values.

This study explores the implementation of Islamic business ethics in the transaction practices of traders at the Waru Traditional Market, Waru District, Pamekasan Regency. The research addresses the problem of how Islamic ethical principles—such as tauhid (oneness of God), balance, free will, responsibility, and benevolence (ihsan)—are reflected in the daily commercial behaviors of traditional market traders. The objective is to uncover how deeply these principles are understood and applied in the context of local economic transactions, especially among grassroots Muslim communities. Using a qualitative descriptive method, data were collected through field observation and in-depth interviews with both traders and buyers. The primary data sources were direct interviews with ten selected traders, while secondary sources included relevant literature on Islamic economics and ethics. The findings reveal that most traders apply the main principles of Islamic business ethics in their transactions. The principle of tauhid is evident in their belief that sustenance comes from Allah, prompting them to conduct business with sincerity, patience, and a worshipful spirit. The principles of balance and responsibility are reflected in fair dealings, such as product quality assurance, replacement of defective goods, and price transparency. Traders also practice free will by giving customers full freedom in making purchasing decisions. Moreover, the principle of benevolence (ihsan) is actively demonstrated through acts of kindness, such as granting price

discounts, extending payment terms, and assisting with the physical delivery of goods. This study contributes to the understanding of how Islamic values can be operationalized in traditional market settings. It highlights the spiritual and moral dimensions of Islamic business practices and offers a model for building ethical, human-centered, and sustainable local economies rooted in religious principles.

Abstrak

Kata Kunci:

Etika bisnis Islam, pasar tradisional, tauhid, kebajikan, tanggung jawab, Pasar Waru, ekonomi etis, nilai-nilai Islam.

Penelitian ini mengkaji implementasi etika bisnis Islam dalam praktik transaksi para pedagang di Pasar Tradisional Waru, Kecamatan Waru, Kabupaten Pamekasan. Fokus kajian ini adalah bagaimana prinsip-prinsip etika Islam seperti tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan (ihsan) tercermin dalam perilaku ekonomi harian para pedagang pasar tradisional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana prinsip-prinsip tersebut dipahami dan diterapkan dalam konteks transaksi ekonomi masyarakat Muslim di tingkat akar rumput. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pedagang dan pembeli. Sumber data primer berasal dari wawancara langsung dengan sepuluh pedagang terpilih, sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari literatur terkait ekonomi dan etika Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang menerapkan prinsip utama etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli mereka. Prinsip tauhid terlihat dari keyakinan bahwa rezeki berasal dari Allah, sehingga mereka berdagang dengan kejujuran, kesabaran, dan niat ibadah. Prinsip keseimbangan dan tanggung jawab tercermin dari upaya menjaga kualitas barang, mengganti produk rusak, serta bersikap adil dan terbuka kepada konsumen. Prinsip kehendak bebas tampak dari sikap pedagang yang memberi kebebasan penuh kepada pembeli tanpa paksaan. Selain itu, prinsip kebajikan (ihsan) diwujudkan melalui kemurahan hati, seperti memberi diskon, memberikan tenggang waktu pembayaran, dan membantu membawa barang ke rumah pembeli. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai Islam dapat dioperasikan dalam konteks pasar tradisional. Temuan ini menekankan bahwa praktik bisnis yang berbasis spiritualitas Islam mampu menciptakan ekonomi lokal yang etis, berkeadilan, dan berkelanjutan.

Received: 01-05-2025, Revised: 28-05-2025, Accepted: 29-06-2025

© Taufik Aris Saputra

Pendahuluan

Islam adalah agama yang paripurna dan menyeluruh. Ia tidak hanya mengatur persoalan ibadah ritual, tetapi juga memberi perhatian besar terhadap urusan muamalah, termasuk dalam sektor perdagangan. Ajaran Islam menegaskan bahwa segala bentuk transaksi bisnis harus berlandaskan pada nilai-nilai etika yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, Ijma', dan Qiyas. (al-Maisawi, 2021) Salah satu prinsip penting dalam Islam adalah bahwa segala bentuk usaha memperoleh harta harus dilakukan secara halal, adil, dan jujur. Dalam QS. An-Nisa ayat 29 disebutkan larangan memakan harta orang lain dengan cara yang batil, kecuali dalam perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka. (Al-Quran, 4:29)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa kebebasan individu dalam mencari dan mengembangkan harta diakui dalam Islam, namun harus berada dalam batas-batas hukum syariah. Kebebasan tersebut tidak boleh menimbulkan kerugian bagi pihak lain atau merusak tatanan ekonomi yang adil. Oleh karena itu, Islam mengajarkan konsep etika bisnis yang menekankan pada kejujuran, keterbukaan, keadilan, dan kerelaan antara penjual dan pembeli. (Antonio, 2008) Prinsip-prinsip ini menjadi dasar dalam setiap transaksi jual beli agar tercipta kemaslahatan bersama.

Di pasar-pasar tradisional yang tersebar di berbagai daerah Indonesia, terutama di lingkungan masyarakat Muslim, transaksi jual beli menjadi aktivitas ekonomi yang sangat penting. Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara konsisten. Masih ditemukan praktik kecurangan, penipuan, pengelabuan harga, hingga tidak adanya keterbukaan informasi barang yang dijual, yang pada akhirnya merugikan konsumen dan mencoreng nilai-nilai Islam itu sendiri. (Sula, 2014)

Kegelisahan peneliti muncul dari kondisi ini, terutama di kalangan pedagang pasar tradisional yang notabene beragama Islam, tetapi dalam praktik jual belinya masih terdapat penyimpangan dari prinsip etika bisnis Islam. Hal ini

memunculkan pertanyaan penting: sejauh mana para pedagang memahami dan mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam aktivitas ekonominya? Apakah nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi benar-benar dipegang teguh dalam transaksi sehari-hari?

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas etika bisnis Islam dalam konteks makro, seperti pada perusahaan, koperasi syariah, dan sektor perbankan. (Hasan, 2007) Namun, kajian spesifik tentang bagaimana etika bisnis Islam dijalankan di pasar tradisional, terutama oleh pelaku usaha mikro, masih terbatas. Padahal, sektor ini merupakan fondasi penting dalam ekonomi umat yang perlu mendapat perhatian.

Dari sinilah muncul gap penelitian, yaitu minimnya studi empiris yang menyoroti praktik implementasi etika bisnis Islam di tingkat pedagang pasar tradisional. Banyak kajian masih terfokus pada aspek normatif atau konseptual, belum menyentuh bagaimana realita dan tantangan yang dihadapi para pedagang dalam menerapkan prinsip etis Islam dalam kehidupan ekonomi sehari-hari. (Lukman, 2022)

Penelitian ini menawarkan novelty atau kebaruan dengan mengkaji secara langsung praktik etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pada pedagang pasar tradisional. Fokus kajian tidak hanya pada pemahaman normatif para pedagang terhadap prinsip etika bisnis Islam, tetapi juga pada implementasinya di lapangan, serta faktor-faktor yang mendukung atau menghambat pelaksanaannya. Hal ini diharapkan dapat memperkaya khasanah literatur etika bisnis Islam berbasis komunitas akar rumput. (Karim, 2016)

Islam telah menetapkan rukun dan syarat jual beli yang menjadi dasar sah tidaknya suatu transaksi. Di antaranya adalah adanya penjual dan pembeli yang baligh dan berakal, adanya objek transaksi yang halal dan jelas, serta adanya akad jual beli yang dilakukan atas dasar suka sama suka. Ketika salah satu dari syarat atau rukun ini tidak terpenuhi, maka transaksi tersebut dianggap tidak sah menurut hukum Islam. (Al-Zuhaili, 1997)

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan oleh para pedagang pasar tradisional. Apakah mereka memahami nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran Islam? Apakah transaksi dilakukan dengan kejujuran, transparansi, dan saling ridha? Penelitian ini berupaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut sebagai bagian dari upaya mewujudkan praktik ekonomi yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga bernilai ibadah dan berkah.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research), yakni penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi untuk memahami fenomena sosial dalam konteks alamnya (Kartono, 1980). Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan secara sistematis dan faktual mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli oleh pedagang di Pasar Tradisional Waru, Kecamatan Waru, Kabupaten Pamekasan. Penelitian bersifat deskriptif kualitatif, karena menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari subjek yang diamati (Suryabrata, 2014). Dalam pendekatan ini, peneliti bertindak sebagai instrumen utama untuk mengamati secara langsung interaksi antara pedagang dan pembeli serta menggali makna di balik perilaku ekonomi mereka dalam perspektif etika Islam.

Sumber data yang digunakan terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap pedagang dan pembeli secara langsung di lokasi penelitian, termasuk informan seperti Pak Mukip, Pak Hasan, Pak Rasidi, Bu Sri, Bu Dini, Bu Wati, Bu Rodiyah, Bu Yati, Bu Pusiya, dan Bu Sunarti. Sedangkan data sekunder berasal dari bahan bacaan seperti buku-buku teori dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan, antara lain karya Badroen (2006), Anoraga (2009), Yunanto (2010), Suhendi (2015), dan Syafei (2016), yang membahas etika bisnis dalam perspektif Islam. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi (Murcitaningrum, 2013). Data yang terkumpul dianalisis dengan

metode deskriptif kualitatif melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1994), sehingga mampu menggambarkan sejauh mana nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, dan sukarela diterapkan dalam praktik jual beli.

Pembahasan dan Diskusi

Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli pada Pedagang Pasar Tradisional Waru Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan

Etika bisnis dalam Islam merupakan panduan moral yang wajib diterapkan dalam setiap aktivitas perdagangan. Islam menekankan bahwa kegiatan ekonomi, termasuk jual beli, tidak hanya sekadar mencari keuntungan, melainkan juga bagian dari ibadah yang terikat dengan nilai-nilai tauhid, keadilan, tanggung jawab, dan kejujuran (Antonio, 2008). Berdasarkan hasil penelitian lapangan di Pasar Tradisional Waru, implementasi etika bisnis Islam tercermin dalam perilaku pedagang yang menjalankan prinsip-prinsip utama seperti ketauhidan, keseimbangan, dan kehendak bebas.

Prinsip Ketauhidan

Prinsip tauhid menekankan bahwa setiap kegiatan ekonomi dilakukan atas dasar keimanan kepada Allah SWT sebagai pemilik mutlak rezeki. Para pedagang di Pasar Waru menunjukkan pemahaman yang kuat terhadap konsep ini. Dalam wawancara, Ibu Rodiyah menyatakan bahwa ia tetap menjaga ibadah seperti salat lima waktu dan bersedekah meskipun sibuk berdagang, karena meyakini bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah SWT. Sikap ini juga tercermin dalam pernyataan Pak Mukip dan Bu Sri yang menekankan pentingnya keikhlasan, usaha maksimal, dan penyerahan hasil kepada Allah (Rodiyah, wawancara, 2021; Mukip, wawancara, 2021).

Analisis peneliti menunjukkan bahwa nilai tauhid tidak hanya menjadi keyakinan teologis, tetapi juga mendorong pedagang untuk tetap jujur dan bertanggung jawab dalam berdagang. Kesadaran bahwa Allah selalu mengawasi membuat para pedagang menolak kecurangan, karena percaya bahwa

keberkahan rezeki lebih penting daripada sekadar jumlah keuntungan. Hal ini sesuai dengan nilai spiritual dalam Islam yang menyatukan antara urusan duniawi dan ukhrawi (Sula, 2014).

Prinsip Keseimbangan (Keadilan dan Tanggung Jawab)

Prinsip keseimbangan dalam etika bisnis Islam tercermin dalam perlakuan adil terhadap semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Para pedagang di Pasar Waru menunjukkan komitmen terhadap keadilan dengan memastikan kualitas barang yang dijual, mengganti barang cacat, memberikan potongan harga saat diperlukan, dan menjaga keseimbangan dalam timbangan. Ibu Dini dan Ibu Sri menyampaikan bahwa mereka siap mengganti barang cacat tanpa paksaan dari pembeli (Dini & Sri, wawancara, 2021).

Peneliti mencatat bahwa praktik keseimbangan ini mencerminkan semangat tanggung jawab sosial. Mereka tidak hanya mengejar laba, tetapi juga menjunjung tinggi hak-hak konsumen. Bahkan Pak Mukip menyatakan bahwa ia menyesuaikan takaran barang tergantung dari jenis dan nilai barangnya, sebagai bentuk kejujuran dan pertimbangan moral. Hal ini menunjukkan penerapan prinsip ihsan (berbuat baik secara maksimal) dalam praktik muamalah mereka (Zaroni, 2017).

Prinsip Kehendak Bebas

Etika bisnis Islam mengakui kebebasan manusia dalam bertindak, termasuk dalam aktivitas ekonomi, selama tidak melanggar batas-batas syariat. Pedagang di Pasar Waru memberikan kebebasan penuh kepada pembeli dalam menawar harga, memutuskan untuk membeli atau tidak, serta menawarkan harga yang wajar. Seperti yang diungkapkan Bu Sri dan Bu Rodiyah, mereka tidak memaksa pembeli jika tidak jadi membeli, karena meyakini bahwa setiap rezeki telah ditentukan oleh Allah (Sri & Rodiyah, wawancara, 2021).

Dari hasil observasi dan wawancara, peneliti menilai bahwa prinsip kehendak bebas ini dipahami secara proporsional oleh para pedagang. Mereka tidak menggunakan kebebasan sebagai alasan untuk bertindak semena-mena, melainkan tetap dalam koridor tanggung jawab sosial. Penetapan harga

dilakukan secara rasional sesuai dengan kondisi pasar, dan mereka menolak praktik persaingan tidak sehat seperti menjatuhkan harga untuk menyingkirkan pedagang lain (Yunanto, 2010).

Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan salah satu prinsip fundamental dalam etika bisnis Islam. Setiap individu bertanggung jawab atas tindakan ekonomi yang ia lakukan, karena kebebasan dalam Islam bukanlah kebebasan mutlak, tetapi kebebasan yang terikat oleh nilai dan akuntabilitas terhadap Allah SWT (Antonio, 2008). Dalam praktiknya, prinsip tanggung jawab ini menuntut agar pelaku bisnis bersedia menerima konsekuensi dari setiap keputusan yang diambil, termasuk dalam melayani konsumen, menjaga kualitas barang, serta menanggapi keluhan pembeli secara etis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang di Pasar Tradisional Waru, diketahui bahwa mereka menunjukkan sikap tanggung jawab dalam berbagai bentuk. Misalnya, Bu Sri menyatakan bahwa ia akan memberikan potongan harga atau mengganti barang jika pembeli membeli dalam jumlah besar atau jika barang mengalami kerusakan (Sri, wawancara, 1 Mei 2021). Bu Wati bahkan bersedia meminta bantuan suaminya untuk mengantar barang ke rumah pembeli, dan siap mengganti barang jika diminta (Wati, wawancara, 1 Mei 2021). Hal serupa juga diungkapkan oleh Pak Mukip, yang dengan penuh syukur kepada Allah memberikan tambahan barang atau potongan harga jika ada barang rusak (Mukip, wawancara, 1 Mei 2021).

Bu Dini juga menyatakan kesiapannya mengganti barang cacat dan bahkan mengembalikan uang jika pembeli tidak menghendaki penggantian (Dini, wawancara, 1 Mei 2021). Demikian pula dengan Pak Hasan, yang menekankan pentingnya mengganti barang selama kesalahan bukan dari pihak pembeli (Hasan, wawancara, 1 Mei 2021). Selain itu, pengalaman Bu Rodiyah sebagai pembeli juga mencerminkan kenyamanan pelayanan, karena pedagang bersedia mengantar barang belanjaan ke rumah (Rodiyah, wawancara, 1 Mei 2021). Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan pada 30 April–2 Mei

2021, peneliti menyimpulkan bahwa implementasi prinsip tanggung jawab diwujudkan melalui kesediaan pedagang untuk mendengarkan keluhan, memberikan ganti rugi atas kerusakan, membantu mengantarkan barang, serta melayani pembeli dengan ramah dan sopan.

Prinsip Kebajikan (Ihsan)

Prinsip kebajikan atau ihsan dalam Islam bermakna melakukan kebaikan yang melampaui kewajiban formal, dilakukan secara ikhlas karena Allah, dan dilakukan seakan-akan melihat Allah atau menyadari bahwa Allah senantiasa mengawasi (Zaroni, 2017). Dalam konteks bisnis, ihsan berarti memberikan manfaat kepada orang lain, bahkan ketika tidak diwajibkan secara hukum. Hal ini bisa berupa kemurahan hati, empati kepada pelanggan, atau memberikan kemudahan kepada konsumen yang kesulitan.

Berdasarkan wawancara, para pedagang di Pasar Waru memperlihatkan implementasi prinsip ihsan dalam berbagai tindakan nyata. Bu Sri menyatakan bahwa ia kerap memberikan pinjaman kepada pembeli dengan tujuan menolong, terutama jika barang dagangan tidak bisa bertahan lama (Sri, wawancara, 1 Mei 2021). Pak Mukip menyebut bahwa ia selalu mendengarkan keluhan pembeli, bersikap sabar, dan bahkan memberikan sistem hutang kepada pelanggan terpercaya sebagai bentuk pertolongan dan strategi perputaran barang (Mukip, wawancara, 1 Mei 2021). Ibu Rodiyah pun menjelaskan bahwa ia terbiasa bersabar menghadapi pembeli yang membandingkan harga, dan ia rela memberikan penjelasan tanpa paksaan pembelian (Rodiyah, wawancara, 1 Mei 2021).

Bu Dini menambahkan bahwa sikap ramah terhadap pembeli akan mendatangkan lebih banyak pelanggan, karena dalam pandangannya "pembeli adalah raja" (Dini, wawancara, 1 Mei 2021). Pak Hasan juga memberikan tenggang waktu pembayaran kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian dan untuk membangun hubungan jangka panjang (Hasan, wawancara, 1 Mei 2021). Demikian pula dengan Bu Wati yang bersedia menghantarkan barang jika pembeli kesulitan membawanya (Wati, wawancara, 1 Mei 2021). Dari hasil

observasi, dapat disimpulkan bahwa praktik ihsan dalam transaksi jual beli di Pasar Waru diwujudkan melalui pelayanan yang jujur, ramah, pemberian keringanan, bantuan pengantaran, dan sikap saling menolong antara pedagang dan pembeli. Ini menunjukkan bahwa praktik muamalah para pedagang tidak hanya berdasarkan hukum formal, tetapi juga spiritualitas Islam.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian lapangan, dapat disimpulkan bahwa para pedagang di Pasar Tradisional Waru secara umum telah mengimplementasikan prinsip-prinsip utama etika bisnis Islam dalam praktik jual beli mereka. Prinsip ketauhidan tampak dari keyakinan spiritual bahwa rezeki berasal dari Allah, sehingga para pedagang menjalankan aktivitas ekonomi dengan kejujuran, kesabaran, dan semangat ibadah. Prinsip keseimbangan dan tanggung jawab juga dijalankan melalui upaya menjaga kualitas barang, mengganti produk rusak, serta memberikan pelayanan yang adil dan transparan kepada konsumen. Sementara itu, prinsip kehendak bebas terlihat dari sikap pedagang yang tidak memaksakan pembeli dan tetap menghormati pilihan mereka dalam bertransaksi. Semua ini menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan mereka tidak semata bersifat ekonomis, tetapi juga bernilai ibadah dan moralitas.

Lebih lanjut, prinsip kebajikan (ihsan) yang diterapkan oleh pedagang memperlihatkan dimensi spiritual dan sosial yang kuat. Para pedagang tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga pada nilai tolong-menolong dan keberkahan. Mereka rela memberikan keringanan harga, tenggang waktu pembayaran, bahkan bantuan fisik seperti mengantarkan barang ke rumah pembeli. Etika bisnis Islam yang diterapkan tidak hanya memperkuat kepercayaan dan loyalitas pelanggan, tetapi juga membentuk ekosistem perdagangan yang harmonis dan berkeadilan. Oleh karena itu, studi ini menegaskan bahwa pasar tradisional yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam praktik transaksinya bukan hanya mencerminkan identitas keagamaan, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi yang etis, humanis, dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Al-Maisawi, K. b. al-H. (2021). *Al-dhakā' al-iṣṭinā'ī wa ḥawsabat al-lughah al-'arabiyyah: al-wāqī' wa al-āfāq* [Artificial Intelligence and Arabic Language Computing: Reality and Prospects]. *Majallat Madārāt fī al-Lughah wa al-Adab*, (5), 1–20.
- Al-Qur'an. (n.d.). Surah An-Nisa (4): 29.
- Anoraga, P. (2009). *Pengantar bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Antonio, M. S. (2008). *Etika bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Badroen, F. (2006). *Etika bisnis dalam Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Dewi, T. F., & Adi, C. (2025). An analysis of Islamic business ethics among Muslim traders within the contemporary urban Muslim society of the city of thousand churches. *Akademika: Jurnal Pemikiran Islam*, 30(1).
- Dini, W., Wati, W., Mukip, M., Hasan, H., & Rodiyah, R. (2021, May 1). *Wawancara lapangan*. Pasar Tradisional Waru, Pamekasan.
- Hanafi, I. N. H., & Ma'ruf, A. (2024). Implementation of Islamic Business Ethics and Customer Loyalty: Practices in Nongkojajar Pasuruan Traditional Market. *Turath*, 1(1), 92–107.
- Hasan, R., & Lewis, M. K. (2007). *Handbook of Islamic banking*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Karim, A. (2016). *Ekonomi mikro Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kartono, K. (1980). *Pengantar metodologi research sosial*. Bandung: Alumni.
- Lukman, H. (2022). Etika bisnis dalam transaksi UMKM di pasar tradisional. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 100–115.
- Malasi, S. (2024). The application of Islamic business ethics in the behavior of traditional market vendors: A case study at Lambaro Central Market, Aceh Besar. *SINTHOP*, 3(2), 108–118.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

- Murcitaningrum, S. (2013). *Pengantar metodologi penelitian ekonomi Islam*. Yogyakarta: Prudent Media.
- Nada. (2024). Analysis of traditional market traders' behavior in perspective of Islamic business ethics: A case study of Natal Mandailing Natal District Market. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 11(1), 13–21.
- Observasi lapangan. (2021, April 30 – May 2). Pasar Tradisional Waru, Kecamatan Waru, Kabupaten Pamekasan.
- Suhendi, H. (2015). *Fiqh muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sula, M. (2014). *Etika dan akhlak bisnis Islam*. Jakarta: Kencana.
- Suryabrata, S. (2014). *Metodologi penelitian* (Cet. ke-25). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Syafei, R. (2016). *Fiqh muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Unknown Author. (2024). The Impact of Islamic Business Ethics on the Profits of Muslim Traders in the City of Sambas, Indonesia. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 153–174.
- Yunanto, M. I. (2010). *Menggagas bisnis Islami*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zaroni, A. N. (2017). *Bisnis dalam perspektif Islam: Telaah aspek keagamaan dalam kehidupan ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia.