

Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Peran Dan Tanggung Jawab Pedagang Makanan Di Swering Desa Mangon

Cinta Arsad

STAI Babusslam Sula Maluku Utara.Indonesia
cintaarsad2@gmail.com

Upi Pora

STAI Babusslam Sula Maluku Utara.Indonesia
uphypora@gmail.com

Julfa Banapon

STAI Babusslam Sula Maluku Utara.Indonesia
julfabanapon76@gmail.com

Rinto Buamona

STAI Babusslam Sula Maluku Utara.Indonesia
mnbu3987@gmail.com

Azis Los'en

STAI Babusslam Sula Maluku Utara.Indonesia
azillozen@gmail.com

Hamsia Buamona

STAI Babusslam Sula Maluku Utara.Indonesia
buamonahamsia@gmail.com

Abstrak

Jual beli merupakan aktivitas yang umum dilakukan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, termasuk kegiatan perdagangan makanan yang berlangsung di Swering Desa Mangon. Pedagang makanan merupakan salah satu bentuk usaha informal yang tumbuh akibat tingginya jumlah penduduk dan terbatasnya lapangan pekerjaan. Islam menganjurkan pelaku bisnis untuk berlaku adil, jujur, dan bertanggung jawab, serta melarang kecurangan dan kezaliman dalam bertransaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) bagaimana peran dan tanggung jawab pedagang makanan di Swering Desa Mangon, dan (2) bagaimana perspektif hukum ekonomi syariah terhadap pedagang makanan di lokasi tersebut. Penelitian ini menggunakan

Perspektif Hukum Ekonomi Syariah...

metode penelitian lapangan (field research) yang bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang makanan di Swering Desa Mangon telah bertanggung jawab atas dagangannya dan menerapkan prinsip kebajikan dalam etika bisnis Islam, meskipun masih terdapat pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam, terutama dalam hal kebersihan tempat berjualan dan kesesuaian barang dengan pesanan pembeli.

Kata Kunci: Hukum Ekonomi Syariah; Peran dan Tanggung Jawab; Pedagang Makanan.

Abstract

Trade is a common activity carried out by people to fulfill their daily needs, including the food trading activities that take place at Swering, Mangon Village. Food vendors represent one form of informal business that emerges due to high population density and limited employment opportunities. Islam encourages business actors to act fairly, honestly, and responsibly, while prohibiting fraud and injustice in transactions. This study aims to examine (1) the role and responsibility of food vendors at Swering, Mangon Village, and (2) the perspective of Islamic economic law on food vendors in that location. This research employs a qualitative field research method with a descriptive-analytical approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation, then analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing. The results show that most food vendors at Swering, Mangon Village have been responsible for their merchandise and have applied the principle of benevolence in Islamic business ethics, although some vendors have not fully applied Islamic business ethics, particularly regarding the cleanliness of selling areas and the conformity of goods with buyers' orders.

Keywords: Islamic Economic Law; Role and Responsibility; Food Vendors.

A. Pendahuluan

Agama Islam merupakan aturan yang mewujudkan kesejahteraan umat manusia baik secara lahir maupun batin dalam berbagai aspek kehidupan, sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan hadis. Islam mengajarkan kehidupan yang dinamis dan progresif, saling menghargai akal pikiran melalui ilmu pengetahuan, dengan aturan yang seimbang dalam memenuhi kebutuhan material maupun spiritual. Salah satu ajaran penting dalam Islam adalah bidang muamalah atau ekonomi Islam¹ Dalam setiap kepentingan manusia sehari-hari akan timbul peran dan tanggung jawab

¹Shihab Quraish, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat, Berbisnis Dengan Allah* (Ciputat-Tangerang: Penerbit Lentera Hati, 2011), hlm. 24.

yang diatur melalui aturan serta asas hukum, termasuk peran dan tanggung jawab pedagang, khususnya pedagang makanan, sesuai dengan hukum muamalat.

Perkembangan ekonomi yang pesat menimbulkan persaingan bisnis, sehingga hukum ekonomi syariah menjadi penting agar manusia menjalankan kegiatan perekonomian dengan baik. Sistem ekonomi Islam tidak hanya mengutamakan kebutuhan duniawi, tetapi juga menjadi salah satu bentuk ibadah kepada Allah SWT², karena prinsip-prinsipnya memegang erat norma kemanusiaan dan nilai kehidupan antara manusia dengan Tuhannya³. Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin melaksanakan syariah di segala aspek kehidupan, termasuk dalam bermuamalah dan berbisnis⁴.

Etika bisnis berfungsi sebagai pengendali perilaku persaingan bisnis agar sesuai dengan norma yang berlaku⁵. Etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan harta, namun dibatasi oleh cara memperolehnya dan pendaayagunaannya sesuai aturan halal-haram⁶, sehingga pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariah⁷. Jual beli (al-bay') secara terminologi adalah tukar-menukar harta atas dasar suka sama suka, di mana penjual berhak memiliki uang secara sah dan pembeli berhak memiliki barang yang diterimanya, dengan kepemilikan masing-masing pihak dilindungi oleh hukum⁸. Dalil

²Ibid., hlm. 25.

³Siti Mujiatun, "Jual beli dalam Perspektif Islam dan Istislma", Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, Vol. 13 No. 2 (September, 2013), hlm. 61.

⁴Ibid., hlm. 63.

⁵L. Sinour Yosephus, Etika Bisnis, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hlm. 127.

⁶Ibid., hlm. 128.

⁷Ibid., hlm. 129.

⁸Ibid., hlm. 20.

Perspektif Hukum Ekonomi Syariah...

disyariatkannya jual beli disebutkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 275, yang menegaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba⁹.

Dalam praktiknya, konsumen sering kali lebih mengutamakan kenyang, kenikmatan, dan kelezatan yang bersifat sementara, dan mengesampingkan mutu, kualitas, legalitas, serta cara mendapatkan komoditi yang dikonsumsi. Padahal pedagang makanan, khususnya pedagang muslim, wajib memastikan makanan yang dijualnya sesuai dengan ketentuan syariat, karena salah satu syarat objek jual beli adalah suci, bermanfaat, dan tidak mendatangkan mudarat. Berdasarkan hasil observasi awal di Swering Desa Mangon, sebagian pedagang makanan seperti penjual nasi goreng, ayam lalapan, dan bakso masih kurang bertanggung jawab terhadap dagangannya, misalnya ditemukan pesanan pembeli yang tidak sesuai dengan yang dipesan serta penolakan terhadap pengembalian barang yang tidak sesuai, yang tentu merugikan pihak pembeli. Kondisi inilah yang mendorong penulis untuk mengkaji persoalan tersebut dari perspektif hukum ekonomi syariah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana peran dan tanggung jawab pedagang makanan di Swering Desa Mangon? (2) Bagaimana perspektif hukum ekonomi syariah terhadap pedagang makanan di Swering Desa Mangon? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dan tanggung jawab pedagang makanan serta perspektif hukum ekonomi syariah terhadap pedagang makanan di Swering Desa Mangon, dan diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran keilmuan ekonomi Islam sekaligus bahan pertimbangan praktis bagi pedagang, konsumen, dan pemangku kebijakan terkait.

⁹Shihab Quraish, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat...*, Op.Cit., hlm. 60.

B. Kajian Teori

1. Prinsip Hukum Muamalah dan Ekonomi Syariah

Agama Islam merupakan aturan yang mewujudkan kesejahteraan umat manusia secara lahir maupun batin dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi. Dalam sistem ekonomi Islam, kegiatan muamalah tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan material dan duniawi semata, melainkan juga berfungsi sebagai salah satu bentuk ibadah kepada Allah SWT¹⁰. Kewajiban untuk menerapkan nilai-nilai syariah mengikat setiap muslim agar senantiasa berlandaskan pada norma kemanusiaan dan hubungan spiritual antara manusia dengan Tuhannya¹¹. Oleh karena itu, perkembangan pesat dalam dunia perekonomian dan persaingan bisnis menuntut adanya penerapan Hukum Ekonomi Syariah agar segala bentuk aktivitas perdagangan tetap berjalan sesuai aturan yang diridhai-Nya.

2. Etika Bisnis Islam dan Kerangka Jual Beli (*Al-Bay'*)

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, etika bisnis Islam berperan penting sebagai pengendali perilaku persaingan agar tetap berada dalam koridor syariat. Etika bisnis Islam tidak membatasi jumlah kepemilikan harta yang dapat diperoleh seseorang, melainkan membatasi tata cara perolehan dan pendayagunaannya berdasarkan batasan halal dan haram¹². Konsep jual beli (*al-bay'*) secara terminologi diartikan sebagai proses tukar-menukar harta atas dasar suka sama suka (*an-taradin*), di mana kepemilikan uang bagi penjual dan kepemilikan barang bagi pembeli terlindungi secara hukum. Kebolehan transaksi jual beli ini memiliki landasan hukum yang kuat

¹⁰ Quraish Shihab, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat, Berbisnis Dengan Allah* (Ciputat-Tangerang: Penerbit Lentera Hati, 2011), hlm. 24-25.

¹¹ Siti Mujiatun, "Jual beli dalam Perspektif Islam dan Istislma", *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 13 No. 2 (September, 2013), hlm. 61.

¹² L. Sinour Yosephus, *Etika Bisnis* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hlm. 128.

sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275, yang memperbolehkan praktek jual beli serta mengharamkan segala bentuk riba.

3. Tanggung Jawab Pedagang dan Syarat Objek Jual Beli Makanan

Peran dan tanggung jawab pedagang, khususnya pedagang makanan, menjadi krusial dalam menjaga mutu dan kehalalan produk yang dijual. Seorang pedagang muslim diwajibkan untuk memastikan bahwa objek jual beli memenuhi kriteria syariat, yaitu bersifat suci, bermanfaat, serta tidak menimbulkan mudarat bagi konsumen. Dalam praktiknya, pedagang dilarang hanya berfokus pada keuntungan semata dan mengabaikan kualitas serta keabsahan barang. Tanggung jawab pedagang mencakup kepatuhan terhadap kesesuaian pesanan serta iktikad baik dalam merespons keluhan atau pengembalian barang cacat/tidak sesuai, demi menjamin keadilan dan kepuasan kedua belah pihak sebagaimana diatur dalam Hukum Ekonomi Syariah¹³.

C. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian lapangan (field research) yang bersifat kualitatif dengan metode deskriptif analitis, yaitu penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif latar belakang, kondisi, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat¹⁴, guna memperoleh pemahaman mendalam mengenai suatu gejala atau perilaku tertentu¹⁵. Lokasi penelitian adalah kawasan pedagang makanan di Swering Desa Mangon, dengan waktu penelitian selama dua bulan, yaitu September–Desember 2024.

¹³ L. Sinour Yosephus, *Etika Bisnis* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hlm. 128.

¹⁴Cholid Norbuko, *Metodologi Penelitian*, Cet. IV, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm. 47.

¹⁵Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Cet. II, (Yogyakarta: Gajah Mada Press, 1998), hlm. 72.

Sumber data terdiri atas data primer yang diperoleh langsung melalui observasi dan wawancara dengan pedagang serta konsumen, dan data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka¹⁶. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara, yaitu observasi non-partisipan untuk mengamati langsung peran dan tanggung jawab pedagang¹⁷, wawancara mendalam dengan pedagang, karyawan, dan pelanggan¹⁸, serta dokumentasi berupa data dan catatan tertulis yang relevan¹⁹. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi²⁰.

D. Hasil

Pedagang makanan merupakan salah satu bentuk usaha informal yang terbentuk karena tingginya jumlah penduduk dan terbatasnya lapangan pekerjaan²¹. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Swering Desa Mangon merupakan kawasan ramai yang dilengkapi taman rekreasi sehingga menjadi lokasi strategis untuk berjualan. Sebagian besar pedagang berjualan pada sore hingga malam hari, yaitu pukul 16.00–23.00 WIB, dan sebagai pengguna fasilitas publik mereka dituntut memiliki tanggung jawab tinggi terhadap produk yang dijual maupun dampak yang ditimbulkan dari kegiatan berjualan tersebut²².

Dari sisi kebersihan, hasil observasi menemukan bahwa masih terdapat pedagang yang kurang memperhatikan kebersihan tempat

¹⁶Sugianto, Metodologi Penelitian Bisnis, Cet. IV, (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm. 11.

¹⁷Lexy J. Maleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 186-187.

¹⁸Hamidi, Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis, Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian, (Malang: UMM Press, 2005), hlm. 72-75.

¹⁹Gorys Keraf, Komposisi, (Ende Flores: Nusa Indah, 1989), hlm. 161.

²⁰Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D, Cet. II, (Bandung: CV Alfabeta, 2012), hlm. 127-130.

²¹Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 111.

²²Hasil Observasi Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Peran Dan Tanggung Jawab Pedagang Makanan Di Swering Desa Mangon, pada 30 November 2024.

berjualan, antara lain terlihat dari sampah makanan dan plastik yang dibuang langsung ke laut di sekitar Swering Desa Mangon, serta sikap sebagian pegawai yang kurang ramah dalam melayani pembeli. Sebaliknya, dari sisi pelayanan (attitude), hasil wawancara dengan konsumen justru menunjukkan penilaian yang positif.

Ibu Yati, salah satu pelanggan, menyatakan bahwa selama menjadi pelanggan tetap ia belum pernah menemukan pedagang yang curang atau menjual makanan yang tidak layak konsumsi²³, dan penilaian serupa juga disampaikan oleh Bapak Ari yang menilai para pedagang bersikap sopan dan tidak menjual makanan yang tidak layak dikonsumsi²⁴. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor perilaku pedagang, baik internal maupun eksternal²⁵, memiliki peran penting dalam membentuk sikap jujur dan pelayanan yang baik.

Sebagai contoh, pemilik warung makan "Pink" menuturkan bahwa kejujuran dalam berdagang, termasuk ketepatan takaran dan bahan baku, merupakan nilai yang ditanamkan orang tuanya sejak kecil dan terus dipegang teguh hingga kini dalam menjalankan usahanya. Nilai serupa juga disampaikan oleh pemilik rumah makan "Mbak Mus" serta karyawannya, yang menegaskan bahwa kejujuran dalam berdagang juga merupakan bagian dari ajaran agama yang harus diterapkan.

Meskipun demikian, dari aspek tanggung jawab terhadap fasilitas umum masih ditemukan sikap kurang bertanggung jawab. Salah satu karyawan warung menyatakan bahwa kebersihan tempat berjualan seharusnya menjadi tanggung jawab petugas kebersihan, bukan sepenuhnya

²³Yati (Pelanggan), Wawancara Langsung, Mangon, 28 Desember 2024.

²⁴Ari (Pelanggan), Wawancara Langsung, Mangon, 29 Desember 2024.

²⁵Frits, *Perilaku Manusia Pengantar Singkat Tentang Psikologi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2006), hlm. 1-3.

tanggung jawab pedagang²⁶. Sikap semacam ini menunjukkan pelanggaran terhadap ketertiban dan keindahan kawasan publik, sehingga belum sepenuhnya sejalan dengan prinsip kesatuan (tauhid) dalam etika bisnis Islam.

Secara umum dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang makanan di Swering Desa Mangon telah menerapkan prinsip kebajikan dalam kegiatan dagangnya dan bersikap adil tanpa membedakan pelanggan, sejalan dengan anjuran Islam untuk berbuat adil dan melarang kecurangan serta kezaliman dalam berbisnis. Namun demikian, masih ada pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam, terutama pada aspek tanggung jawab terhadap kebersihan lingkungan tempat berjualan.

E. PEMBAHASAN

Setiap pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas produk yang dihasilkan atau diperdagangkan. Tanggung jawab produk muncul akibat kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat produk yang cacat, ketidaksesuaian dengan yang diperjanjikan, atau kesalahan yang dilakukan pelaku usaha. Ketentuan ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 19 tentang tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang dialami konsumen. Dalam perspektif Islam, tanggung jawab sangat terkait dengan hak dan kewajiban, dan dianjurkan agar manusia mampu mengendalikan diri dari tindakan yang melampaui batas kewajaran, sebab tanggung jawab mencakup hubungan manusia dengan sesama manusia, lingkungan, dan Tuhannya.

Hasil wawancara dengan pemilik warung makan "Pink" menunjukkan bahwa penetapan harga jual didasarkan pada pertimbangan daya beli

²⁶Pak Bambang (Karyawan), Wawancara Langsung, Mangon, 29 Desember 2024.
Al-Mizan: Jurnal Kajian Hukum dan Ekonomi Vol: 11 No: 2

pelanggan, khususnya mahasiswa dan anak kos di sekitar lokasi, dengan prinsip keuntungan kecil namun volume penjualan tetap lancar²⁷. Di sisi lain, sejumlah pelanggan seperti Dinda, Fitri, dan Nuryani menyatakan tetap loyal berbelanja meskipun terkadang porsi atau potongan makanan yang diterima tidak selalu konsisten²⁸²⁹³⁰, yang menunjukkan adanya celah ketidaksesuaian antara barang yang dijanjikan dan yang diterima konsumen.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha belum sepenuhnya memberikan ganti rugi atas barang yang dijual tidak sesuai dengan yang dipesan, sehingga pembeli merasa dirugikan. Kondisi ini belum sejalan dengan prinsip muamalah dalam Islam yang menegaskan bahwa antara pelaku usaha dan konsumen tidak boleh saling mendzalimi dan merugikan salah satu pihak. Padahal kejujuran dalam dunia bisnis berkaitan erat dengan kualitas produk, sehingga konsumen berhak mendapatkan produk yang berkualitas baik sesuai dengan apa yang telah dibayarkannya.

Dengan demikian, dari perspektif hukum ekonomi syariah, praktik dagang di Swering Desa Mangon menunjukkan penerapan sebagian prinsip etika bisnis Islam, khususnya kejujuran dan keadilan dalam pelayanan, namun masih memerlukan penguatan pada aspek tanggung jawab produk (product liability) dan kesesuaian barang dengan pesanan agar sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, seperti prinsip keadilan, kejujuran (ash-shidiq), dan pertanggungjawaban (al mas'uliyah).

F. Simpulan

²⁷Pak De (Pemilik Warung), Wawancara Langsung, Mangon, 29 Desember 2024.

²⁸Dinda (Pelanggan), Wawancara Langsung, Mangon, 29 Desember 2024.

²⁹Fitri (Pelanggan), Wawancara Langsung, Mangon, 29 Desember 2024.

³⁰Nuryani (Pelanggan), Wawancara Langsung, Mangon, 2 Januari 2025.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pertama, peran dan tanggung jawab pedagang makanan di Swering Desa Mangon masih kurang sesuai dengan etika bisnis Islam, karena sebagian besar pedagang belum sepenuhnya menerapkan prinsip kebajikan dalam kegiatan dagangnya, meskipun sebagian besar telah menunjukkan sikap jujur dan pelayanan yang baik kepada konsumen. Kedua, dari perspektif hukum ekonomi syariah, Islam telah mengatur tanggung jawab terkait hak dan kewajiban serta menganjurkan pengendalian diri dari tindakan yang melampaui batas kewajaran, namun dalam praktiknya tidak semua pedagang makanan di Swering Desa Mangon memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan sistem ekonomi syariah, termasuk masih ditemukannya ketidaksesuaian antara barang yang dijual dengan menu yang ditawarkan, sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak.

Berdasarkan simpulan tersebut, disarankan agar pedagang makanan di Swering Desa Mangon senantiasa memegang teguh prinsip etika bisnis Islam dan aturan yang ditetapkan pemerintah dalam kondisi bisnis apa pun, karena bisnis yang didasari etika bisnis Islam tidak hanya mendatangkan keuntungan materi tetapi juga keberkahan rezeki. Bagi konsumen, disarankan untuk lebih teliti memeriksa barang sebelum membeli dan memastikan kejelasan transaksi, sehingga apabila terjadi ketidaksesuaian dapat dengan mudah meminta pertanggungjawaban kepada pelaku usaha.

Referensi

- Adi, Rianto. Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum. Jakarta: Granit, 2004.
- Al-Mushlih, Shalah Ash-Shawi Abdullah. Fiqih Ekonomi Keuangan Islam. Jakarta: Darul Haq, 2018.
- Bungin, Burhan. Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi. Jakarta: Kencana, 2013.
- Departemen Pendidikan Nasional. Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.

Perspektif Hukum Ekonomi Syariah...

- Fajri, Desmal. Hukum Ekonomi Syariah. Padang: LPPM Universitas Bung Hatta, 2022.
- Frits. Perilaku Manusia Pengantar Singkat Tentang Psikologi. Bandung: PT Refika Aditama, 2006.
- Ghazaly, Abdul Rahman, Ghufroon Ihsan, dan Sapiudin Shidiq. Fiqh Muamalah. Jakarta: Kencana, 2010.
- Hamidi. Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis, Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian. Malang: UMM Press, 2005.
- Haroen, Nasrun. Fiqh Muamalah. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Hasan, M. Ali. Berbagai Macam Transaksi dalam Islam. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Imaniyati, Neni Sri. Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam dalam Perkembangan. Bandung: Mandar Maju, 2002.
- Karim, Adiwarman Azwar. Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Kartika, Elsi, dan Advendi Simangunsong. Hukum Dalam Ekonomi. Jakarta: PT. Grasindo, 2005.
- Keraf, Gorys. Komposisi. Ende Flores: Nusa Indah, 1989.
- Khalid, Muhammad. "Prinsip-Prinsip Hukum Syariah Dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah." *As Syariah* 20, no. 2 (2018).
- Khujah, Izzudin Muhammad. Nazhariyatu Al-Fiqih Al-Islami. Jeddah: Dallah Al-Barakah, 1993.
- Koentjaraningrat, dkk. Penerapan Teori Hukum. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.
- Maleong, Lexy J. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Miru, Ahmadi, dan Sutarman Yodo. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004/2008.
- Muhith, Nur Faizin, M. Pufjihardjo. Fikih Muamalah Ekonomi Syariah. Malang: UB Pres, 2019.
- Nasution, Az. Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar. Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Nasution, Mustafa Edwin, dkk. Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Nawawi, Hadari. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gajah Mada Press, 1998.

- Norbuko, Cholid. Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Pujiyati, Ferra. Rahasia Cepat Menguasai Laporan Keuangan Khusus Untuk Perusahaan & UKM. Indonesia: Lembar Pustaka Indonesia, 2015.
- Sampurno, Wahyu Mijil. Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga, 2016.
- Sarwat, Ahmat. Fiqih Jual Beli. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018.
- Shihab, Quraish. Bisnis Sukses Dunia Akhirat, Berbisnis Dengan Allah. Ciputat-Tangerang: Penerbit Lentera Hati, 2011.
- Mujiatun, Siti. "Jual beli dalam Perspektif Islam dan Istislma." Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, Vol. 13 No. 2 (September 2013).
- Sugianto. Metodologi Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: CV Alfabeta, 2012.
- Torang, Syamsiar. Organisasi & Manajemen (Perilaku, Struktur, Budaya & Perubahan Organisasi). Bandung: Alfabeta, 2017.
- Zulham. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013