

ETIKA BISNIS ISLAM: PELAJARAN DARI QS. AL-MUTHAFFIFIN AYAT 1-3 TENTANG KECURANGAN DALAM JUAL BELI

Muhammad Farid Khoiruddin

Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta, Indonesia
muhammadfaridkhir@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini membahas kecurangan dalam praktik jual beli berdasarkan kajian terhadap Surah al-Muthaffifin ayat 1-3 dalam perspektif etika bisnis ekonomi Islam. Ayat-ayat tersebut mengandung peringatan keras dari Allah terhadap para pelaku curang dalam timbangan dan takaran. Artikel ini menggunakan metode dengan pendekatan kualitatif dan analisis tafsir. Sumber informasi diambil dari al-Quran, al-Hadits, artikel-artikel ilmiah, dan buku-buku ekonomi Islam. Artikel ini menegaskan bahwa kejujuran dan tanggung jawab sosial dalam bisnis merupakan fondasi utama dalam menciptakan sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Islam mengajarkan etika bermuamalah dengan menekankan pada kejujuran, keadilan, dan amanah sebagai prinsip utama dalam transaksi ekonomi. Kecurangan yang dimaksud QS. Al-Muthaffifin ayat 1-3 tersebut tidak hanya terbatas pada pengurangan takaran, tetapi juga mencakup bentuk-bentuk penipuan modern seperti manipulasi kualitas, label palsu, serta promosi yang menyesatkan. Artikel ini juga mengaitkan nilai-nilai Qur'ani tersebut dengan realitas ekonomi saat ini serta solusi Islam terhadap maraknya kecurangan dalam perdagangan.

Kata Kunci: kecurangan, jual beli, al-Mutaffifin, etika ekonomi Islam, muamalah

تجريدي

يناقش هذا المقال الاحتيال في ممارسة البيع والشراء بناء على دراسة سورة المطففين الآيات 1-3 من منظور أخلاقيات الأعمال الاقتصادية الإسلامية. تحتوي هذه الآيات على تحذير صارم من الله ضد الغشاشين في المقاييس. تستخدم هذه المقالة طرقاً ذات نهج نوعي وتحليل تفسيري. مصدر المعلومات مأخوذ من القرآن الكريم والحديث والمقالات العلمية وكتب الاقتصاد الإسلامي. تؤكد هذه المقالة أن الصدق والمسؤولية الاجتماعية في الأعمال التجارية هي الأسس الرئيسية في إنشاء نظام اقتصادي عادل ومستدام. يعلم الإسلام أخلاقيات في المعاملة من خلال التأكيد على الصدق والعدالة والثقة كمبادئ رئيسية في المعاملات الاقتصادية. الاحتيال الذي أشارت إليه الآيات 1-3 لا تقتصر من المثاففين على تقليل الجرعة فحسب، بل تشمل أيضاً أشكالاً حديثة من الاحتيال مثل التلاعب بالجودة والتسميات المزيفة والترقيات المضللة. يربط هذا المقال أيضاً القيم القرآنية بالواقع الاقتصادي الحالي وكذلك الحلول الإسلامية للاحتيال المتفشى في التجارة.

الكلمات المفتاحية: الاحتيال، البيع والشراء، المطففين، الأخلاق الاقتصادية الإسلامية، المعاملة

PENDAHULUAN

Islam memiliki ajaran yang menyeluruh dan sempurna. Ajaran Islam mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk bidang ekonomi dan muamalah. Ajaran Islam tidak hanya menuntun umatnya dalam aspek ibadah ritual saja, namun juga memberikan pedoman dalam hubungan sosial termasuk transaksi dalam ekonomi. Salah satu bentuk muamalah yang paling umum dilakukan dalam kehidupan sehari-hari umat adalah aktivitas jual beli. Islam membolehkan bahkan menganjurkan jual beli selama dilakukan dengan cara yang halal, jujur, saling ridho, dan tidak merugikan salah satu pihak (Albar et al., 2023; Dzuhayatin, 2020; Fataron, 2022; Ibrahim, 2021; Rokan, 2015).

Ajaran Islam dalam etika jual beli menekankan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan amanah. Nilai-nilai ini merupakan prinsip fundamental yang wajib dijunjung tinggi dalam setiap transaksi ekonomi (Aditya & Utomo, 2024; Akhtyamova et al., 2015; Amin et al., 2014; Aviva et al., 2024; Dinhi et al., 2025; Fataron, 2022; Ihwanudin et al., 2024; Mansour et al., 2015; Rokan, 2015). Namun, seiring berkembangnya zaman dan meningkatnya tekanan ekonomi, banyak pelaku usaha yang tergoda untuk melakukan kecurangan demi meraih keuntungan lebih besar. Bentuk-bentuk kecurangan ini sangat beragam, mulai dari pengurangan takaran dan timbangan, menyembunyikan cacat barang, manipulasi harga, hingga penipuan informasi dalam perdagangan konvensional maupun digital (Dzikri & Utomo, 2024; Nasyiah, 2014).

Artikel ini mempelajari kecurangan yang disebutkan dalam al-Qur'an surah al-Mutaffifin ayat 1-3 yang secara eksplisit menyoroti perilaku curang dalam menakar dan menimbang. Ayat ini tidak hanya menekankan larangan teknis, tetapi juga memperkuat dimensi moral dan spiritual dari transaksi ekonomi. Islam memandang bahwa proses dan cara dalam jual beli sama pentingnya dengan barang yang diperjualbelikan. Artikel ini juga menganalisis bentuk-bentuk kecurangan kontemporer dan menelaah bagaimana etika Islam memberikan solusi atas fenomena tersebut.

METODE

Penulis artikel menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengungkap informasi-informasi dari studi pustaka (*library research*). Sumber informasi diambil dari al-Quran, al-Hadits, artikel-artikel dalam jurnal ilmiah, dan buku-buku ekonomi Islam yang membahas etika muamalah (jual-beli) juga perilaku curang dengan bantuan mesin kecerdasan (Utomo, 2023). Sumber utama dalam penelitian ini adalah al-Qur'an, khususnya Surah al-Muthaffifin ayat 1–3. Penafsiran ayat dilakukan dengan merujuk pada beberapa kitab tafsir klasik dan kontemporer. Selain itu, referensi dari ulama dan pemikir ekonomi Islam juga digunakan untuk mengkaji prinsip-prinsip etika ekonomi Islam yang relevan dengan tema penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*), yaitu dengan mengkaji kandungan makna ayat secara mendalam dan mengaitkannya dengan realitas sosial ekonomi saat ini. Analisis dilakukan secara induktif dan normatif, dengan tujuan menggali nilai-nilai etis dalam ayat al-Qur'an serta relevansinya dalam praktik jual beli modern. Melalui metode ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana Islam memandang perilaku kecurangan dalam transaksi ekonomi serta solusi yang ditawarkan untuk mewujudkan sistem perdagangan yang adil, jujur, dan berkah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Surah al-Muthaffifin ayat 1–3 merupakan kecaman terhadap perilaku curang dalam transaksi ekonomi, terutama dalam hal timbangan dan takaran. Bunyi ayatnya sebagai berikut:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ

"Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi" (TQS. Al-Muthaffifin 83: Ayat 1-3).

Allah SWT membuka surah ini dengan kata "*wailun*," yang artinya: kecelakaan, azab, atau nama lembah di neraka yang disediakan khusus bagi pelaku kecurangan. Ayat ini mengandung peringatan serius tentang konsekuensi tindakan curang dalam jual beli. Perilaku yang dikritik ayat ini tidak terbatas aspek fisik timbangan dan takaran, tapi juga menyangkut mental tidak adil, egois, tidak peduli pada hak orang lain.

Kandungan Ayat: Relevansinya dengan Bisnis Modern

Perdagangan di kapitalisme global merambah hampir seluruh wilayah hingga ke pelosok dunia. Perdagangan semacam ini meniscayakan penggunaan sarana modern berupa teknologi digital untuk memudahkan transaksi. Pada akhirnya peluang terjadinya berbagai bentuk kecurangan dalam jual beli di era modern ini pun semakin berkembang luas. Praktik curang tidak lagi terbatas pada pengurangan timbangan, tetapi juga berupa fraud online, manipulasi ulasan pelanggan, hoax marketing, hingga praktik bait and switch. Semua ini merupakan bentuk modern dari *tathfif*, yaitu mengurangi hak konsumen melalui cara-cara yang tidak transparan dan menipu (Alim, 2021; Dakhoir, 2018; Pramudyo, 2014; Rokan, 2015; Runtu et al., 2018; R. Syahputra, 2019).

Transformasi bisnis dari pasar tradisional menjadi pasar modern riskan terjadi berbagai kecurangan. Pergeseran moral dan etika bisnis juga niscaya terjadi seiring dengan mengalirnya aset kekayaan atau kumpulan modal kepada pihak yang kuat. Utomo (2022) dalam studinya menjelaskan perubahan perilaku etis perdagangan ini juga terjadi di Pasar Beringharjo Yogyakarta. Pasar Beringharjo sebagai representasi pasar rakyat, pada masa awal berdirinya adalah pasar Kasultanan Yogyakarta yang kemudian terpengaruh oleh kapitalisme sejak masuk penjajah Belanda. Pasar ini adalah pasar syariah yang ada di ekosistem kapitalisme (Herliana, 2015b, 2015a; Leonarde & Dwi, 2021; Octavia & Herliana, 2017; Pramana, 2019; Rais, 2016; Rifai & Utomo, 2023; Saraswati & Suadi, 2020; Sari & Rinofah, 2019; Syihab et al., 2022).

Penerapan prinsip ekonomi Islam dalam perilaku bisnis dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, loyalitas, serta mencegah terjadinya konflik antara produsen dan konsumen. Muhammad (2015) menunjukkan bahwa penerapan prinsip ekonomi Islam dalam bisnis mengundang kemaslahatan, tidak ada unsur curiga akibat khawatir dicurangi. Prinsip *ishlah*, *maslahah*, dan adanya *hisbah* (pengawasan moral) merupakan mekanisme internal dalam ekonomi Islam yang berfungsi menjaga transparansi, tanggung jawab, dan keadilan dalam perdagangan (Fathoni, A, 2020; Hakim, 2015; Oran, 2010; Subhan, 2017; Suwandi et al., 2018). Kecurangan juga dapat menurunkan indeks integritas bisnis dalam skala nasional. Menurut laporan Transparency International, negara dengan praktik dagang yang tidak jujur cenderung mengalami stagnasi ekonomi akibat rendahnya kepercayaan publik terhadap sektor usaha. Ini sejalan dengan ajaran Islam yang menegaskan bahwa keberkahan rezeki sangat ditentukan oleh kejujuran dan niat baik dalam muamalah.

Relevansi Surah al-Mutaffifin dalam kehidupan ekonomi kontemporer sangat jelas. Meskipun konteksnya telah berubah, prinsip dasar yang terkandung dalam ayat ini tetap relevan, karena kecurangan dalam jual beli tidak akan pernah membawa kebaikan, baik untuk individu maupun untuk masyarakat. Bahkan dalam sistem ekonomi modern, dengan adanya globalisasi dan teknologi, kecurangan dalam transaksi bisa menyebar dengan cepat dan sulit dikendalikan. Oleh karena itu, kesadaran untuk menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam setiap aspek ekonomi menjadi semakin penting untuk menjaga integritas pasar dan menciptakan ekonomi yang adil.

Etika Bisnis Ekonomi Islam sebagai Solusi

Praktik-praktik kecurangan dalam perdagangan dewasa ini, seperti manipulasi kualitas produk, pengemasan menyesatkan, serta penyalahgunaan promosi dan iklan, memiliki esensi yang sama dengan yang disebutkan dalam Surah al-Mutaffifin. Perilaku semacam ini dapat merusak kepercayaan konsumen, menciptakan ketidakadilan, serta menyebabkan kerugian ekonomi yang berkelanjutan. Islam, melalui ayat-ayat al-Qur'an dan hadis, dengan jelas menegaskan bahwa keuntungan yang diraih melalui cara-cara curang tidak akan memberikan kebahagiaan dan keberkahan, baik di dunia maupun di akhirat.

Penting untuk dipahami bahwa ajaran Islam tidak hanya mencakup aspek hukum dan ekonomi, tetapi juga nilai-nilai moral dan etika yang harus diterapkan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam dunia usaha. Etika ekonomi Islam menekankan pentingnya kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adālah*), amanah (kepercayaan), dan *ihsān* (berbuat baik) dalam setiap transaksi. Nilai-nilai ini harus dijunjung tinggi oleh setiap pelaku ekonomi agar tercipta sistem perdagangan yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga memberikan keberkahan dan manfaat sosial bagi masyarakat luas.

Penerapan etika ekonomi Islam yang berdasarkan pada nilai-nilai al-Qur'an dan hadis akan memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat. Ini akan mengarah pada terciptanya pasar yang lebih transparan, di mana para pelaku usaha bersaing secara sehat dan jujur, serta memastikan bahwa hak setiap individu dijaga dengan adil. Selain itu, dengan mempraktikkan prinsip-prinsip kejujuran dan keadilan dalam transaksi, pelaku usaha juga akan memperoleh keberkahan dalam usaha mereka, yang pada gilirannya akan membawa keuntungan yang lebih stabil dan berkelanjutan, baik dalam konteks dunia maupun akhirat.

Etika ekonomi Islam menekankan bahwa aktivitas ekonomi bukan sekadar pertukaran barang dan jasa, tetapi juga merupakan ibadah dan pertanggungjawaban moral di hadapan Allah SWT (Hamid & Zubair, 2019; Ningsih, 2017; Putritama, 2018; Roziq, 2010; Syariffudin & Syahputri, 2017). Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk menyeimbangkan antara pencapaian keuntungan dan integritas spiritual. Islam tidak melarang keuntungan, tetapi menentang cara-cara yang merugikan pihak lain. Menurut Syamsuddin (2020), etika bisnis Islam menawarkan pendekatan holistik yang mencakup tiga elemen utama: kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Implementasi prinsip-prinsip ini dapat dilakukan melalui edukasi ekonomi Islam sejak dini, penerapan regulasi berbasis nilai syariah, serta penguatan fungsi pengawasan internal seperti lembaga hisbah atau audit syariah dalam bisnis. Muttaqin (2016) menegaskan bahwa Islam menyediakan perangkat hukum dan etika yang lengkap untuk menghindari kecurangan, seperti larangan *gharar* (ketidakjelasan), *najasy* (penipuan dalam tawar-menawar), dan *taghrir* (membuat kesan palsu). Oleh karena itu, pelaku bisnis yang menjadikan nilai-nilai Islam sebagai dasar tidak hanya akan terhindar dari praktik curang, tetapi juga akan memperoleh keberkahan dalam usahanya (Kalimullina & Orlov, 2020; Marzuki et al., 2018; Muhsinat, 2016; Waharini & Purwantini, 2018; Widyastuti et al., 2020)

Dampak Sosial dan Spiritual Kecurangan

Selain kerugian material, kecurangan juga memiliki dampak sosial dan spiritual yang merusak. Dalam jangka panjang, praktik kecurangan akan melemahkan kepercayaan sosial (social trust), memperbesar kesenjangan ekonomi, dan mempercepat degradasi moral. Secara spiritual, pelaku kecurangan akan kehilangan keberkahan rezeki dan terancam azab sebagaimana disebutkan dalam Surah al-Muthaffifin. Sebuah hadis Nabi SAW menyebutkan : *"Barang siapa menipu kami, maka ia bukan golongan kami"* (HR. Muslim). Hadis ini mempertegas bahwa Islam memisahkan identitas keumatan dari perilaku menipu. Artinya, pelaku kecurangan telah mencederai prinsip fundamental ukhuwah dan kejujuran yang menjadi dasar masyarakat Islam (An-Nabhani, 2010; Fathoni, A, 2020; Ibrahim, 2021; Iswanto, 2022; Suwandi et al., 2018).

KESIMPULAN

Surah al-Mutaffifin ayat 1–3 menyampaikan kecaman yang sangat keras terhadap praktik kecurangan dalam jual beli, khususnya terkait dengan pengurangan takaran dan timbangan. Allah SWT dengan tegas mengingatkan bahwa perbuatan curang seperti ini tidak hanya merugikan pihak yang menjadi korban, tetapi juga dapat mendatangkan akibat buruk bagi pelaku di dunia dan akhirat. Dalam konteks zaman Nabi Muhammad SAW, kecurangan sering terjadi dalam bentuk penipuan ukuran timbangan untuk mengambil keuntungan lebih, namun prinsip yang terkandung dalam ayat tersebut tetap relevan hingga saat ini, bahkan dalam transaksi modern yang lebih kompleks. Secara keseluruhan, Surah al-Mutaffifin memberikan pedoman yang sangat jelas bagi umat Islam untuk tidak terjebak dalam praktik-praktik curang yang hanya menguntungkan sesaat. Sebaliknya, Islam mengajarkan bahwa keberhasilan dalam jual beli harus dicapai dengan cara yang jujur, adil, dan berdasarkan pada prinsip amanah. Melalui penerapan prinsip-prinsip ini, kita dapat mewujudkan sistem ekonomi yang tidak hanya efisien dan produktif, tetapi juga membawa manfaat bagi seluruh umat manusia, sesuai dengan tujuan syariat Islam yang lebih besar, yaitu mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, F. A., & Utomo, Y. T. (2024). EKONOMI ISLAM : PONDASI KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 2(November 2023), 119–127.
- Akhtyamova, N., Panasyuk, M., & Azitov, R. (2015). The Distinctive Features of Teaching of Islamic Economics: Philosophy, Principles and Practice. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 191, 2334–2338. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.707>
- Albar, K., Abubakar, A., & Arsyad, A. (2023). Islamic Business Ethics in Online Commerce: A Perspective from Maqashid Shariah by Imam Haramain. *Jurnal Islam Nusantara*, 7(2), 273–289. <https://doi.org/10.33852/jurnalnu.v7i2.501>
- Alim, S. (2021). DIMENSI RELIGIUSITAS DALAM BISNIS (Studi Pada Pedagang Kuliner di Pasar Beringharjo Yogyakarta). *EL-HIKAM: Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman*, XIV, 1–16.
- Amin, H., Abdul-Rahman, A. R., & Razak, D. A. (2014). Theory of Islamic consumer behaviour: An empirical study of consumer behaviour of Islamic mortgage in Malaysia. *Journal of*

Islamic Marketing, 5(2), 273–301. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2013-0042>

- An-Nabhani, T. (2010). *Sistem Ekonomi Islam*.
- Aviva, I. Y., Utomo, Y. T., Yusup, M., Mardhiyaturrositaningsih, Kafabih, A., Pribadi, R. M., & Sholahuddin, M. (2024). *Contemporary Issues & Developments in Islamic Economics* (G. U. Saefurrohman (ed.)). Az-Zahra Media Society.
- Dakhoir, A. (2018). Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 14(1), 31. <https://doi.org/10.23971/jsam.v14i1.783>
- Dinhi, Z. D., Assidiq, M. Z. A., & Utomo, Y. T. (2025). IMPLEMENTASI KONSEP EKONOMI ISLAM PADA TRANSAKSI BISNIS Abstrak : Abstract : *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 3(6), 91–100. <https://www.jurnalhamfara.ac.id/index.php/jb/article/view/548/429>
- Dzikri, M. P., & Utomo, Y. T. (2024). AYAT-AYAT AL- QUR ' AN : PURIFIKASI AJARAN EKONOMI ISLAM. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 2(5), 36–43.
- Dzuhayatin, S. R. (2020). Islamism and nationalism among niqabis women in Egypt and Indonesia. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 10(1), 49–77. <https://doi.org/10.18326/ijjims.v10i1.49-77>
- Fataron, Z. A. (2022). Elaborasi Green Marketing dan Islamic Marketing Ethics (Studi Kasus UMKM di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 80. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4250>
- Fathoni, A. F. (2020). Pilar dan Karakteristik Pasar Dalam Ekonomi Islam | Ashal | Jurnal Ekonomi Islam. *Islamic Economics Journal*, Vol 6, No(2), 139–158. https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/JEI/article/view/4707/pdf_33
- Hakim, M. A. (2015). Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Iqtishadia*, 8(1). <https://doi.org/10.32678/alqalam.v28i3.889>
- Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 16–34. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1037>
- Herliana, E. T. (2015a). *Mental Images Sebagai Dasar Pelestarian Pasar Tradisional Beringharjo Di Yogyakarta*. 188–198.
- Herliana, E. T. (2015b). Preserving Javanese Culture through Retail Activities in Pasar Beringharjo, Yogyakarta. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 184(August 2014), 206–213. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.05.081>
- Ibrahim, A. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam* (R. I. A. M. S. N. L. T. Sakti (ed.)). Departemen

Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.

- Ihwanudin, N., Alfinuri, N., Vientiany, D., Utomo, Y. T., Fauzi, U., Wicaksono, A. T. S., Muyassarah, Pambekti, G. T., Syakur, R. R. F., & Herviani, S. (2024). *BUKU AJAR SISTEM EKONOMI ISLAM* (A. Syahputra (ed.)). Az-Zahra Media Society.
- Iswanto, B. (2022). *Pengantar Ekonomi Islam*. Raja Grafindo Persada.
- Kalimullina, M., & Orlov, M. (Shamil). (2020). Islamic finance and food commodity trading: is there a chance to hedge against price volatility and enhance food security? *Heliyon*, 6(11), e05355. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05355>
- Leonarde, F., & Dwi, H. (2021). *THE IMPACT OF PANDEMIC COVID-19 TO THE WOMEN PORTER IN BERINGHARJO MARKET*. 1(October), 502–505.
- Mansour, W., Ben Jedidia, K., & Majdoub, J. (2015). How ethical is islamic banking in the light of the objectives of islamic law? *Journal of Religious Ethics*, 43(1), 51–77. <https://doi.org/10.1111/jore.12086>
- Marzuki, S. N., Muljan, & Hasanah, U. (2018). Akurasi Timbangan Pedagang Buah Muslim Pada Pasar Tradisional Di Kota Watampone. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 141–170.
- Muhsinat, D. (2016). *Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi*.
- Nasyiah, I. (2014). Prinsip Keadilan Dan Keseimbangan Dalam Penentuan Nilai Tukar Barang (Harga) Perspektif Islam Dan Hukum Perlindungan Konsumen. *Journal de Jure*, 6(2), 117–127. <https://doi.org/10.18860/j-fsh.v6i2.3205>
- Ningsih, E. (2017). Studi Eksplorasi Penerapan Etika Bisnis Pada Perbankan Syariaâh Di Indonesia. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam STAIN Kudus*, 10(1), 1–22.
- Octavia, A. M., & Herliana, E. T. (2017). Identifikasi Unsur-Unsur Struktur Ruang Kota Yogyakarta Yang Mendukung Fungsi Pasar Tradisional Beringharjo. *Jurnal Arsitektur KOMPOSISI*, 10(5), 327. <https://doi.org/10.24002/jars.v10i5.1093>
- Oran, A. F. (2010). An Islamic Socio-Economic Public Interest theory of Market Regulation. *Review of Islamic Economics*, 14(1), 125–146.
- Pramana, R. A. (2019). Dampak Modal Usaha, Inovasi, Lama Usaha Dan Modal Sosial Terhadap Pendapatan Pedagang Batik Di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah*, 7(2).
- Pramudyo, A. (2014). Menjaga eksistensi pasar tradisional di yogyakarta. *JBMA: Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 78–93.
- Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19356>

- Rais, M. (2016). *Perilaku Pedagang Baju Batik Merek Ulfa Di Pasar Beringharjo Yogyakarta Dalam Menentukan Harga Jual Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam*. 18(2), 23. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jplph.2009.07.006><http://dx.doi.org/10.1016/j.neps.2015.06.001><https://www.abebooks.com/Trease-Evans-Pharmacognosy-13th-Edition-William/14174467122/bd>
- Rifai, R. N., & Utomo, Y. T. (2023). BISNIS KULINER DI MASA PANDEMI COVID 19. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 1(April), 24–31.
- Rokan, M. K. (2015). MARKET FAIRNESS IN ISLAMIC ECONOMICS LAW AND ETHICS: A Study on Modern and Traditional Market Regulations in Indonesia. *MIQOT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 39(1), 128–147. <https://doi.org/10.30821/miqot.v39i1.43>
- Roziq, A. (2010). Pengaruh Etika Bisnis Islami Terhadap Kinerja Pembiayaan Mudharabah Melalui Informasi Asimetri Pada Bank Syariah di Jawa Timur. *Jeam*, 19(1), 56–69.
- Runtu, M. E., Pangemanan, S. S., & Program, M. (2018). Analysis of Impact the Modern Market Toward Retailers in Pasar Beriman Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1288–1297. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20210>
- Saraswati, E., & Suadi, S. (2020). Fish Supply Chain Model in Traditional Market: Case Study of Beringharjo Market Yogyakarta. *E3S Web of Conferences*, 147. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202014702007>
- Sari, P. P., & Rinofah, R. (2019). Pengaruh Financial Technology Terhadap Kepuasan Keuangan Dengan Capaian Keuangan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Beringharjo Yogyakarta). *Jurnal Kajian Bisnis*, 27(2), 134–146. <https://books.google.co.id/books?id=X8xwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Subhan, M. (2017). Relevansi Pemikiran Ekonomi Yahya Bin Umar Dalam Perspektif Ekonomi Modern. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 84–97. <https://doi.org/10.30736/jesa.v2i1.15>
- Suwandi, S., Shafiai, M. H. M., & Wan Abdullah, W. N. N. (2018). Pasar islam (Kajian Al-quran dan sunnah rasulullah saw). *Al-Risalah*, 16(01), 131. <https://doi.org/10.30631/al-risalah.v16i01.341>
- Syahputra, R. (2019). STUDI PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM MODERN PROF. MUHAMMAD ABDUL MANNAN, M.A., Ph.D Telaah Terhadap Buku “Islamic Economics; Theory and Practice.” *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 2(2), 93–111. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v2i2.712>

- Syariffudin, & Syahputri, E. F. (2017). Kesesuaian Timbangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Penjual Beras Di Pasar Sungguminasa Kabupaten Gowa. *Kesesuaian Timbangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Penjual Beras Di Pasar Sungguminasa Kabupaten Gowa*, 07, 1–22.
- Syihab, M. B., Utomo, Y. T., & Yusanto, I. (2022). Mengatasi Ancaman Pasar Bebas Pada Ketahanan Pangan Nasional Dengan Ekonomi Islam. *Youth Islamic Economic Journal*, 03(01), 36–45.
- Utomo, Y. T. (2022). *Konsep Pasar Dalam Sistem Ekonomi Islam (Sebuah Praktik di Pasar Beringharjo Yogyakarta)* [UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta]. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/56163/>
- Utomo, Y. T. (2023). ChatGPT Untuk Membantu Mahasiswa Ekonomi. In S. Haryanti (Ed.), *CHAT GPT UNTUK PENDIDIKAN: LITERASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE UNTUK GURU DAN DOSEN* (pp. 253–268). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Waharini, F. M., & Purwantini, A. H. (2018). Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.1-13>
- Widyastuti, U., Febrian, E., Sutisna, S., & Fitrijanti, T. (2020). Sharia compliance in sharia mutual funds: A qualitative approach. *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(3), 19–27. <https://doi.org/10.35808/ijeba/483>