

Analisis Pemikiran Al-Ghazali Tentang Etika Bisnis Islam dengan Relevansinya Transaksi Bisnis Pasar Modern di Mall Plaza Jember

Alwiatul Wardah¹, Muhammad Nizar², Muhammad Fahmul Iltiham³

*^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Yudharta Pasuruan

alwiatulwarda01@gmail.com, muhammadnizar@yudharta.ac.id,
muhammadfahmuliltiham@gmail.com

ABSTRACT

In Islamic economics, business and ethics are not two conflicting concepts, but rather complementary. Business in Islam is not only a worldly affair but also part of the investment of the afterlife. Therefore, every business activity must be in accordance with moral and ethical principles based on Islamic values. Business ethics in Islam have a major influence on consumer trust and loyalty, as well as the sustainability of the business itself. Imam Al-Ghazali's thoughts on Islamic business ethics emphasize the importance of the principles of justice, honesty, and trust in economic transactions. This study aims to analyze Al-Ghazali's thoughts on Islamic business ethics and their relevance in business transactions in the modern market, especially in Plaza Jember. In the context of modern business, the ethical principles taught by Al-Ghazali are still very relevant, including the prohibition of usury, the distribution of wealth through zakat, and transparency in trade. Although his thoughts originated in the 11th century, the concepts he put forward can still be adapted in the contemporary economic system. The results of this study indicate that Islamic business ethics play an important role in building a fair and sustainable trading system. In modern markets such as Plaza Jember, the application of Islamic business ethics can increase customer trust and create a healthy business environment. By understanding and implementing the concept of Islamic business ethics, business actors can achieve profits not only in the world but also in the hereafter.

Keywords: Al Ghazali's Islamic business ethics, modern market, Jember plaza, Islamic economy.

ABSTRAK

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika bukanlah dua konsep yang bertentangan, melainkan saling melengkapi. Bisnis dalam Islam tidak hanya sekadar urusan duniawi tetapi juga bagian dari investasi akhirat. Oleh karena itu, setiap aktivitas bisnis harus sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan etika yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Etika bisnis dalam Islam memiliki pengaruh besar terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen, serta keberlanjutan bisnis itu sendiri. Pemikiran Imam Al-Ghazali mengenai etika bisnis Islam menekankan pentingnya prinsip keadilan, kejujuran, dan kepercayaan dalam transaksi ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemikiran Al-Ghazali tentang etika bisnis Islam dan relevansinya dalam transaksi bisnis di pasar modern, khususnya di Plaza Jember. Dalam konteks bisnis modern, prinsip-prinsip etika yang diajarkan oleh Al-Ghazali masih sangat relevan, termasuk larangan riba, distribusi kekayaan melalui zakat, serta transparansi dalam perdagangan. Meskipun pemikirannya berasal dari abad ke-11, konsep-konsep yang dikemukakannya tetap dapat diadaptasi dalam sistem ekonomi kontemporer. Hasil penelitian

ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berperan penting dalam membangun sistem perdagangan yang adil dan berkelanjutan. Di pasar modern seperti Plaza Jember, penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan menciptakan lingkungan bisnis yang sehat. Dengan memahami dan menerapkan konsep etika bisnis Islam, pelaku usaha dapat mencapai keuntungan tidak hanya di dunia tetapi juga di akhirat.

Kata Kunci: Etika bisnis Islam Al Ghazali, pasar modern, plaza Jember, ekonomi Islam.

PENDAHULUAN

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak seharusnya mempunyai pandangan yang bertentangan, sebab dalam bisnis mempunyai simbol dari urusan duniawi juga di anggap sebagai integral dari suatu yang bersifat investasi akhirat. Artinya di sini, jika orientasinya bisnis dan upaya investasi akhirat maka (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas ketaatan kepada tuhan), maka bisnis itu sendiri harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral dan etika yang berlandaskan kepada akhirat. dalam Islam, pengertian bisnis sendiri tidak dibatasi dengan urusan dunia, tetapi mencakup seluruh kegiatan di dunia yang di aplikasikan dengan bisnis itu sendiri (tak lupa diniatkan sebagai ibadah) untuk memperoleh keuntungan atau pahala akhirat (Syarifuddin & Saputra, 2020).

Dalam konteks bisnis modern, etika bisnis menjadi salah satu aspek yang sangat penting untuk diperhatikan. Hal ini karena etika bisnis dapat mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas konsumen, serta mempengaruhi reputasi dan keberlanjutan bisnis. Dalam Islam, etika bisnis telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW dan para ulama, termasuk Al-Ghazali.

Korelasi antara ajaran Islam dengan etika bisnis, berdasarkan pola berfikir logika seorang pebisnis Islam adalah "*hablum minallah wa hablumminas*" artinya adalah hubungan antara pencipta dengan manusia yang diciptakannya dan hubungan lingkungan dari manusia dengan manusia lainnya, kehadiran Allah SWT dalam semua lingkup kehidupan dan aktivitasnya menjadi sebuah keharusan mutlak agar seluruh kegiatan dan perilakunya bisa selalu dalam aturan ajaran Islam. Kepercayaan tersebut, perlu menjadi bagian yang tidak terpisahkan oleh semua penganut agama Islam dalam melakukan kegiatan bisnis dan disebabkan usaha dalam ajaran agama Islam bukan sepenuhnya berorientasi duniawi melainkan perlu mempunyai visi akhirat yang jelas (Suherli et al., 2023)

Etika berkaitan dengan norma-norma atau tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang di anut dengan turun menurun dari generasi ke generasi selanjutnya. jadi etik atau *ethics* berasal dari bahasa yunani: "etos" yang berarti adat, kebiasaan, perilaku atau karakter yang berhubungan dengan aktifitas manusia (Lutfi, 2020). Dalam dunia bisnis, begitu banyak teori imam Al-Ghazali yang begitu banyak untuk kita ketahui misalnya, teori tentang fungsi uang, pasar, pajak dan lain sebagainya yang tidak melepaskan unsur unsur etika didalamnya. Beliau imam Al-Ghazali senantiasa membahas itu semua dengan prinsip

etika yang diwarnai dengan corak pemikiran tasawufnya. Pandangan keuangan Al-Ghazali menunjukkan karakter yang khas, mengingat kentalnya nuansa filosofis sebagai akibat pengaruh dasar keilmuan tasawufnya. Namun yang menarik, pandangan-pandangannya tidak terbatas pada dataran filosofis, melainkan menunjukkan perpaduan yang serasi antara kondisi riil yang terjadi dalam masyarakat dengan nilai-nilai filosofis tersebut, dengan disertai argumen yang logis (Fitriani et al., 2022).

Menurut Al-Ghazali, etika bisnis Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan kepercayaan. Dalam kitabnya "Ihya' Ulumuddin", Al-Ghazali menulis: "Keadilan adalah fondasi dari semua kebaikan, dan kejujuran adalah cahaya yang menerangi jalan kebenaran" (Al-Ghazali, 2015: 123).

Pemikiran dalam ekonomi Islam yang diusung oleh Al-Ghazali pada abad ke-11 masih keadilan, dan transparansi, yang ditekankan oleh al-Ghazali, masih diakui dalam literatur ekonomi kontemporer sebagai faktor kunci dalam pembentukan lingkungan bisnis yang berkelanjutan. Larangan riba yang dijelaskan oleh Al-Ghazali juga sejalan dengan pendekatan keuangan syariah modern yang berusaha menghindari bunga. Selain itu, prinsip distribusi kekayaan melalui zakat dan sadaqah masih relevan sebagai upaya untuk mengatasi ketidaksetaraan ekonomi. Meskipun demikian, pemikiran ini perlu disesuaikan dengan dinamika ekonomi modern, dan para pemikir ekonomi Islam kontemporer berusaha mengadaptasi konsep-konsep tersebut agar tetap relevan dan dapat diimplementasikan secara efektif dalam kerangka kerja ekonomi global yang kompleks (Nuzulia, 1967).

Dalam konteks transaksi bisnis pasar modern, etika bisnis Islam menjadi sangat relevan. Pasar modern seperti Plaza Jember, yang merupakan salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Jember, harus menerapkan etika bisnis Islam dalam transaksi bisnisnya. Hal ini karena konsumen yang berbelanja di Plaza Jember memiliki harapan bahwa transaksi bisnis yang dilakukan akan berjalan dengan adil, jujur, dan transparan.

Dari latar belakang dan permasalahan tersebut maka rumusan masalah berkaitan dengan Analisis Pemikiran Al-Ghazali Tentang Etika Bisnis Islam Dengan Relevansinya dalam Transaksi Bisnis Pasar Moderen di Mall Plaza Jember di antaranya adalah:

1. Bagaimana Penelitian ini akan berfokus pada eksplorasi konsep pemikiran ekonomi Al-Ghazali tentang etika bisnis Islam?
2. Bagaimana pemikiran imam Al-Ghazali tentang etika bisnis Islam serta relevansinya dengan transaksi bisnis pasar modern di mall plaza jember.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemikiran Al-Ghazali tentang etika bisnis Islam dan relevansinya dengan transaksi bisnis pasar modern di mall Plaza Jember. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan etika bisnis Islam dalam konteks transaksi bisnis pasar modern. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan pandangan yang lebih jelas

tentang pentingnya etika bisnis Islam dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan antara pelaku bisnis dan pemangku kepentingan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi pijakan tentang perilaku berbisnis yang berdasarkan pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada transaksi bisnis di era pasar modern, khususnya di Mall Plaza Jember.

TINJAUAN LITERATUR

Biografi Imam Al-Ghozali

Imam Ghazali nama lengkapnya adalah Abu Hamid Muhammad bin Muhammad al Ghazali, ia lahir di Ghazale suatu kota kecil yang terletak di Tus wilayah Khurasan pada tahun 450 H/1059 M dan meninggal pada tahun 505 H/1111 M. Ayahnya seorang pemintal wol, yang selalu memintal dan menjualnya sendiri di kota itu (Sulaiman & Hasan, 1993). Imam Al-Ghazali dua bersaudara, ayahnya ketika akan meninggal berpesan kepada shahabatnya agar kedua putranyadiasuh dan disempurnakan pendidikannya setuntas-tuntasnya. Shahabatnya segera melaksanakan wasiat tersebut, kedua anak tersebut di didik dan disekolahkan, dan setelah harta pusaka peninggalan ayahnya habis, mereka dinasihati agar meneruskan mencari ilmu semampu-mampunya .

Semasa hidupnya dari sejak kanak-kanak hingga dewasa, ia pernah belajar kepada beberapa guru antara lain kepada: Ahmad bin Muhammad Ar-Radzikani di Tus, Abi Nashr al-Ismaili di Jurjani, dan al-Juwaini, dan Imam al-Haramain. Imam Al-Ghazali memang orang yang cerdas dan sanggup mendapat segala sesuatu yang tidak sesuai dengan nalar yang jernih, hingga al Juwaini memberi predikat sebagai orang yang memiliki ilmu yang sangat luas bagaikan “Laut yang dalam nan menenggelamkan” (Bahrūn Mughriq) .

Pada tahun 465 H Radzakani menasehati dua kakak-adik Al Ghazali itu untuk keluar dari desanya pergi menuntut ilmu, disamping untuk mencari penghasilan di kota. Maka pergilah dua adik beradik itu ke kota Jurjan, dan inilah awal rihlah ilmiah yang dilakukan Al-Ghazali. Sementara kakaknya, Ahmad Al-Ghazali, menetap di Jurjan dan tumbuh menjadi seorang sufi-zahid (zuhud), Imam Al-Ghazali melanjutkan rihlah-nya untuk menuntut berbagai disiplin ilmu yang berkembang pada masanya. Dalam satu perjalanannya, Imam Al-Ghazali pernah berjumpa dengan kawanan penyamun. Ketika itu Imam Al-Ghazali memohon agar catatan pelajarannya yang dibungkus dalam satu bungkusan besar tidak dirampok. Ia berkata: “Ambillah semua yang engkau mau, tetapi jangan engkau ambil bungkusan ini, karena itulah hasil peluhku mendengarkan berbagai ilmu dari berbagai ulama di berbagai daerah.” Saat itulah, tanpa sengaja Al- Ghazali memetik satu pelajaran sangat berharga dari salah satu anggota penyamun yang mengatakan: “Bagaimanakah mungkin hasil peluhmu menuntut ilmu dapat berguna, jika ilmu itu kau simpan dalam catatan kertas? Andaikata kami rampas catatan itu, engkau akan kehilangan ilmunya? Ketahuilah, ilmu yang tersimpan di dalam beberapa helai kertas bukanlah ilmu yang sebenarnya.”

Imam Al-Ghazali pernah mengatakan: “sebaik- baik nasihat dan teguran telah datang dari seorang penyamun jalanan”.

Sejak saat itu, Imam Al-Ghazali merekam seluruh pelajaran yang diperolehnya di dalam kepalanya, hingga ia terkenal sebagai seorang pelajar yang sangat jenius. Ia berkata: “Kata-kata dari kawanannya itu sebenarnya adalah kata-kata yang telah diilhamkan. Allah telah menggerakkannya untuk berkata dengan kata-kata itu, agar aku dapat menerima petunjuk. Selama tiga tahun setelah peristiwa itu, aku berhasil menghafal dan memahami segala yang pernah aku tulis.

Pada tahun 484, di usia 34 tahun, Imam Al-Ghazali mendapat panggilan dari Nizhamul Mulk untuk mengepalai Madrasah Nizhamiyah di Baghdad, dan dilantik sebagai Syaikh al-Islam untuk mengetuai para Syaikh (*Masyaikh*=Tim Guru Besar/Profesor) pada madrasah yang terdiri dari jenjang dasar hingga perguruan tinggi tersebut.

Selama di Baghdad, banyak ulama ternama dari berbagai negeri bertandang kepadanya, baik untuk berdiskusi maupun untuk berdebat, hingga akhirnya ia diakui sebagai otoritas ilmu yang tak tertandingi. *Journal on Education*, Volume 05, No. 04, Mei-Agustus 2023, hal. 13045-13056 tertandingi. Keutamaannya adalah bahwa ia menguasai berbagai disiplin ilmu mulai dari ilmu bahasa (Arab), ilmu fiqh dan ushul fiqh, ilmu kalam, ilmu tasawuf. Ia juga menguasai berbagai mazhab pemikiran, baik dari kalangan Sunni maupun Syi’ah. Setelah empat tahun mengajar murid- muridnya di Madrasah Nizhamiyah dan menerima perbedaan dengan berbagai tokoh ulama, Imam Al-Ghazali merasakan adanya kekosongan dalam dirinya, yang tak ia ketahui pasti letak kekosongan tersebut. (Ghazali, 2013)

Karya-karya Pemikiran Imam Al Ghazali

Dalam ranah keilmuan Islam, Imam Al-Ghazali mendapatkan gelar hujjatul Islam, sebuah bukti pengakuan atas kapasitas keilmuan dan tingkat penerimaan para ulama terhadapnya. Abdurrahman Badawi dalam bukunya *Muallafah Imam Al-Ghazali* menyebutkan karya Imam AlGhazali mencapai 457 judul. Al-Washiti dalam *al-Thabaqat al-‘Aliyah fi Manaqib al- Syafi’iyah* menyebut 98 judul buku. Musthafa Ghallab menyebut angka 228 judul buku. Al-Subki dalam *alThabaqat al-Syafi’iyah* menyebut 58 judul buku. Thasy Kubra Zadah dalam *Miftah al-Sa’adah wa Misbah al-Siyadah* menyebut angka 80 judul. Micheal Allard, seorang orientalis Barat, menyebutkan jumlah 404 judul buku. Sedangkan Fakhruddin al- Zirikli dalam *al-A’lam* menyebut kurang lebih 200 judul. Kitab tersebut terdiri dari berbagai disiplin ilmu.

Imam Al-Ghazali wafat pada tahun 505 H/1111 M setelah beberapa waktu kembali ke kampung halamannya di Tus, dengan sejumlah karya tulis. (Mariyo, 2023)

Etika Bisnis

Etika dalam pemikiran Islam dimasukkan dalam filsafat praktis (*al-hikmah al-amaliyah*) bersama politik dan ekonomi. Berbicara tentang bagaimana seharusnya etika vs moral. Moral adalah nilai baik dan buruk dari setiap perbuatan manusia (praktiknya akhlak), sedangkan etika adalah ilmu yang mempelajari tentang baik dan

buruk (ilmunya ilmu al-akhlak). Dalam disiplin filsafat, etika sering disamakan dengan Filsafat Moral. Etika Islam memiliki aksioma-aksioma, yaitu:

- a. *Unity* (persatuan): konsep tauhid, aspek sosepol dan alam, semuanya milik Allah, dimensi vertikal, hindari diskriminasi di segala aspek, hindari kegiatan yang tidak etis.
- b. *Equilibrium* (keseimbangan): konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan tidak dirugikan.
- c. *Free Will* (kehendak bebas): kebebasan melakukan kontrak namun menolak *laizez fire* (*invisible hand*), karena nafsu amarah cenderung mendorong pelanggaran sistem *responsibility* (tanggung jawab), manusia harus bertanggung atas perbuatannya. Bila orang lain melakukan hal yang tidak etis tidak berarti boleh ikutikutan.
- d. *Benevolence* (manfaat/kebaikan hati): ihsan atau perbuatan harus yang bermanfaat

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dikatakan bahwa etika dalam pandangan Islam adalah ilmu yang mempelajari tentang norma dan kaidah yang dipegang seseorang berdasarkan aksioma-aksioma yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

Menurut sumber-sumber literatur mengatakan bahwa, etika bisnis didasari oleh ajaran-ajaran agama. Adapun dalam agama Islam banyak sumber literatur dan kode hukum yang mengatur masalah harta dan kekayaan yang merujuk pada kitab suci Al-Quran dan diterjemahkan dalam bentuk hadist-hadist Rasulullah SAW.

Etika bisnis dapat didefinisikan sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berprilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan bisnis dengan selamat.

Berdasarkan pengertian diatas etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, benar atau salah, wajar atau tidak wajar, pantas atau tidak pantas dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas yang mempelajari halal atau haram serta sesuai dengan tuntunan ajaran agama Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist. (Liantoni, 2021)

Bisnis merupakan suatu istilah untuk menjelaskan segala aktivitas berbagai institusi dari yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Adapun sektor-sektor ekonomi bisnis tersebut meliputi sektor pertanian, sektor industri, jasa, dan perdagangan. Lebih khusus Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.

Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna dasar sebagai “*the buying and selling of goods and services*”. (Asiva Noor Rachmayani, 2015) Adapun dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit .

Pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggung jawab untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah Swt melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rizki. Sebagaimana dikatakan dalam firman Allah QS. Al Mulk ayat 15:

Artinya: Dialah yang menjadikan bumi ini mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rizki Nya. (Nizar, 2017)

Begitu juga Allah katakan dalam QS Al-Araf ayat 10:

Artinya: Sesungguhnya kami telah menempatkan kamu sekalian di bumi dan kami adakan bagimu di muka bumi itu (sumber-sumber) penghidupan

Di samping anjuran untuk mencari rizki, Islam sangat menekankan (mewajibkan) aspek kehalalannya, baik dari sisi perolehan maupun pendayagunaannya (pengelolaan dan pembelanjaan). Nabi Muhammad Saw bersabda “Kedua telapak kaki seorang anak Adam di hari kiamat masih belum beranjak sebelum ditanya kepadanya mengenai empat perkara; tentang umurnya, apa yang dilakukannya; tentang masa mudanya, apa yang dilakukannya; tentang hartanya, dari mana dia peroleh dan untuk apa dia belanjakan; dan tentang ilmunya, apa yang dia kerjakan dengan ilmunya itu” (HR. Ahmad). Di samping hadits di atas, Allah menyatakan dengan tegas menganjurkan mengenai kehalalan rizki dan bagaimana membelanjakannya sebagaimana dalam QS Al-An’am ayat 141:

Artinya: *Dan janganlah kalian berbuat israf (menafkahkan harta di jalan kemaksiatan), sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat israf* (Zakiah, 2022).

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. (Astuti, 2022) Selain itu etika bisnis Islam juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja Jadi dapat difahami bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip atau norma yang diterapkan oleh para pelaku bisnis dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuantujuan bisnisnya dengan selamat.

Etika bisnis Islam adalah normanorma etika yang berbasiskan Alquran dan Hadis yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Etika

terhadap Allah didasari oleh petunjuk agama. Sedangkan etika terhadap sesama makhluk Allah bias dilandasi dengan agama bisa pula oleh akal sehat. Penelitian ini membahas tentang etika bisnis Islam yang lebih difokuskan kepada sesama manusia atau hablum minannas pada transaksi pasar moderen.(Astuti, 2022)

Etika bisnis dan etika bisnis Islam juga memiliki perbedaan, pertama adalah dari landasan tauhid, etik bisnis itu didasarkan pada norma yang berlaku secara umum sedangkan dalam etika bisnis Islam sumbernya selain dari norma dan aturan yang berlaku, namun didasarkan pada Qur'an, sunnah, ijma', qiyas, yang dijadikan pedoman dalam melaksanakan etika bisnis. Perbedaan kedua adalah dari segi orientasi jangka panjangnya, orientasi etika bisnis secara umum adalah untuk mencapai kinerja perusahaan yang baik saat ini dan keberhasilan perusahaan dimasa yang akan datang, namun dalam etika bisnis selain bororientasi pada saat ini dan keberlanjutan perusahaan dimasa depan, te tapi senantiasa mencapai keberhasilan di kehidupan selanjutnya (akhirat).(Nurjannah et al., 2023)

Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli. Pasar juga merupakan kegiatan ekonomi yang menjadi salah satu wujud adaptasi manusia terhadap lingkungannya. Pasar selama ini telah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya penjual dan pembeli tetapi juga sebagai sarana untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi mendiskripsikan sebuah pasar sebagai kumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu.(Sukanto, 2012)

Dalam islam telah diatur mengenai hal yang berkaitan dengan aturan jual beli pada Al-Qur'an Surah An-nisa ayat 29, Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan atas suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah maha penyayang kepadamu" (QS An-Nisa: 29).

Maksud ayat di atas adalah Allah SWT melarang hamba-hambanya yang beriman memakan harta di antara kita dengan bathil dan janganlah kalian menjalankan (melakukan) sebab-sebab yang diharamkan dalam mencari harta yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak syar'i seperti riba, judi dan berbagai hal serupa penuh tipu daya yang akan membinasakan diri sendiri. Akan tetapi dengan perniagaan yang disyari'atkan, yang terjadi dengan saling meridhai antara penjual dan pembeli, maka lakukanlah hal itu dan jadikanlah hal itu sebagai sebab dalam memperoleh harta benda (Nizar, 2018).

Pasar Modern

Pasar Modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas).(Djoko, 2020)

Berdasarkan uraian di atas, pasar modern merupakan tempat berbelanja yang nyaman dengan kualitas pelayanan yang prima dan juga produk yang berkualitas.

Kehadiran pasar modern memang membuat belanja menjadi suatu wisata keluarga yang memberi pengalaman tersendiri. Pasar modern kini juga dikemas dalam tata ruang yang apik, terang, lapang, sejuk dan tidak lagi disuguhi dengan suasana yang kotor, panas, sumpek, dan becek. Dengan kelebihan yang ditawarkan, tentu saja dengan mudah pasar modern akan menarik perhatian masyarakat. Disatu sisi terdapat perbedaan yang mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern, perbedaan itu adalah di pasar tradisional masih terdapat proses tawar menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga.

Dampak adanya pasar modern menyebabkan hal seperti, perubahan tata lingkungan masyarakat dan perekonomian. Selain itu dampak yang ditimbulkan dengan adanya pasar modern menyebabkan persepsi yang berbeda bagi masyarakat, ada yang beranggapan positif, terutama masyarakat menengah keatas mendapatkan keuntungan karena dapat mengubah kebiasaan berbelanja mereka ke tempat yang bersih, nyaman dan higienis.(Sari, 2021)

Ancaman yang muncul dari keberadaan pasar modern antara lain; pertama, mematikan penjual di tradisional karena adanya pergeseran kebiasaan konsumen. Posisi yang berdekatan antar pasar modern melalui keunggulan yang dimiliki dibandingkan dengan pasar tradisional telah menyebabkan berpindahannya para pembeli pasar tradisional ke pasar modern. Kedua, terkait permasalahan perekonomian lokal. Perputaran uang di daerah, awalnya sebagian besar perputaran uang tersebut merupakan kontribusi dari UKM namun seiring dengan berkurangnya UKM dan pasar tradisional akibat kalah bersaing dengan pasar modern maka secara otomatis mengecilkan kontribusi mereka. Sementara di sisi lain, keberadaan pasar modern di suatu daerah tidak memberikan sumbangan yang signifikan pada perekonomian lokal karena pendapatan yang diperoleh dari pasar modern biasanya hanya berasal dari pajak IMB dan pajak reklame.(Sarwoko, 2008)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (library research) dengan pendekatan analisis isi (content analysis). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, menganalisis, dan menafsirkan data yang diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan dengan objek penelitian. (Sari, 2020)

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Sumber data primer merupakan rujukan utama dalam membahas etika bisnis, yaitu Kitab Ihya' Ulumuddin Jilid II karya Imam Al-Ghazali yang diterjemahkan oleh Prof. Tk. H. Ismail Yakub, S.H., M.A. Sementara itu, sumber data sekunder meliputi buku, jurnal, artikel, majalah, serta referensi lain yang mendukung pembahasan dalam penelitian ini.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara memilih, menelaah, dan mengelompokkan informasi yang relevan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan guna memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap permasalahan yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Lippo Plaza Jember

Lippo Plaza Jember merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern yang berdiri di atas lahan bekas markas Brigade Infanteri 9. Awalnya, lahan ini dikelola oleh Komando Cadangan Strategis Angkatan Darat, namun kepemilikannya berada di tangan Pemerintah Kabupaten Jember. Lahan tersebut dibeli dari Perkebunan Nusantara X pada tahun 1986, kemudian pada tahun 2008 dijual kepada PT Teguh Surya Milenia dengan harga Rp11 miliar.

Pengembangan Lippo Plaza Jember dilakukan oleh PT Wahana Citra Gemilang, anak perusahaan dari Lippo Group. Total investasi yang dikeluarkan untuk proyek pembangunan mall ini mencapai Rp1,2 triliun. Mall ini berada di kompleks Jember Icon yang terdiri dari dua menara setinggi 15 lantai, yang menaungi Lippo Plaza Jember, Rumah Sakit Siloam Jember, dan Sekolah Dian Harapan Jember.

Awalnya, Lippo Plaza Jember direncanakan selesai pada tahun 2016, namun baru mulai beroperasi secara terbatas pada 31 Mei 2017 dengan pembukaan Hypermart di lantai LG dan Matahari Department Store yang menempati lantai G, UG, dan 1. Peresmian resmi dilakukan pada 26 April 2018, bertepatan dengan pembukaan Rumah Sakit Siloam Jember.

Seiring dengan perkembangannya, beberapa gerai besar mulai beroperasi di mall ini. Pada 14 Juli 2017, toko perkakas Azko dan Informa dari Kawan Lama Group resmi dibuka di lantai 2. Selanjutnya, pada 1 Maret 2018, jaringan bioskop Cinépolis (dahulu Cinemaxx) mulai melayani pengunjung di lantai 3 dengan enam auditorium berkapasitas total 826 kursi. MR.DIY juga membuka cabangnya yang ke-74 di Indonesia pada 18 Januari 2019, yang berlokasi di lantai UG Lippo Plaza Jember.

Relevansi Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Bisnis di Lippo Plaza Jember

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam memiliki relevansi yang kuat dalam menciptakan persaingan bisnis yang sehat di Lippo Plaza Jember. Prinsip utama dalam etika bisnis Islam, seperti kejujuran (ṣīdq), keadilan (ʿadl), serta

larangan terhadap praktik gharar (ketidakjelasan) dan riba, (Akademik et al., 2024) dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas interaksi bisnis di mall ini.

Dalam lingkungan bisnis Lippo Plaza Jember, ditemukan berbagai praktik yang bertentangan dengan etika bisnis Islam, seperti perang harga yang tidak sehat, informasi produk yang menyesatkan, serta dominasi pasar oleh perusahaan besar yang mengurangi kesempatan usaha bagi pelaku UMKM. Keberadaan etika bisnis Islam dapat menjadi solusi untuk memastikan bahwa persaingan tetap berjalan dengan adil dan tidak merugikan pihak tertentu.

Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam dalam Sistem Transaksi di Lippo Plaza Jember

Sistem transaksi di Lippo Plaza Jember mencakup berbagai metode pembayaran, mulai dari tunai hingga non-tunai seperti kartu debit, kartu kredit, dan dompet digital. Namun, dalam praktiknya, masih ditemukan beberapa masalah yang bertentangan dengan prinsip etika bisnis Islam, seperti biaya tambahan yang tidak transparan, sistem refund yang sulit, serta skema cicilan dengan bunga tinggi yang mengandung unsur riba.

Selain itu, beberapa promo diskon yang ditawarkan oleh gerai di mall ini masih memiliki unsur gharar, di mana informasi mengenai syarat dan ketentuannya tidak dijelaskan secara rinci. Hal ini berpotensi menimbulkan ketidakadilan bagi konsumen yang merasa tertipu setelah melakukan transaksi.

Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan penerapan etika bisnis Islam dalam sistem transaksi, seperti transparansi harga, penyediaan opsi pembayaran syariah, serta penghapusan unsur gharar dan riba dalam skema pembayaran cicilan. (Katangdiga, 2025) Jika sistem transaksi di Lippo Plaza Jember dapat disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam, maka kepercayaan pelanggan akan meningkat, sehingga menciptakan ekosistem bisnis yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Pembahasan

Relevansi Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Bisnis di Lippo Plaza Jember

1. Prinsip Kejujuran dalam Bisnis

Etika bisnis Islam menekankan pentingnya *ṣidq* (kejujuran) dalam setiap transaksi. Kejujuran merupakan nilai fundamental dalam membangun kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen. (Studi et al., n.d.) Dalam lingkungan bisnis modern seperti Lippo Plaza Jember, praktik kejujuran menjadi krusial untuk memastikan hubungan yang sehat antara pedagang dan pelanggan.

Namun, dalam praktiknya, masih ditemukan berbagai strategi pemasaran yang menyesatkan. Beberapa toko menerapkan diskon dengan cara menaikkan harga terlebih dahulu sebelum memberikan potongan, sehingga pelanggan merasa mendapatkan keuntungan yang sebenarnya tidak nyata. Selain itu, terdapat praktik *misleading marketing*, seperti penawaran

“buy one get one” yang ternyata memiliki syarat tersembunyi yang tidak dijelaskan dengan baik.

Untuk menerapkan prinsip kejujuran, pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas dan transparan terkait produk, harga, dan layanan yang ditawarkan. Konsumen juga harus diberikan hak untuk mengetahui detail transaksi tanpa adanya unsur manipulasi. Dengan adanya transparansi ini, kepercayaan pelanggan terhadap bisnis di mall akan meningkat, sehingga menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih kuat.

2. Keadilan dalam Persaingan

Prinsip ‘adl (keadilan) dalam etika bisnis Islam menekankan bahwa setiap pelaku usaha harus bersaing dengan cara yang adil dan tidak merugikan pihak lain. (Rosmaya et al., 2022) Dalam konteks persaingan bisnis di Lippo Plaza Jember, sering kali ditemukan praktik monopoli oleh perusahaan besar yang menekan usaha kecil dan menengah.

Banyak gerai ritel besar yang memiliki kekuatan modal lebih besar dibandingkan UMKM, sehingga mereka dapat menawarkan harga lebih murah dengan sistem grosir, yang pada akhirnya membuat usaha kecil kesulitan bersaing. Selain itu, adanya biaya sewa yang tinggi di mall ini juga menjadi kendala bagi pelaku usaha kecil untuk bertahan di lingkungan bisnis yang kompetitif.

Keadilan dalam persaingan dapat diwujudkan dengan memberikan kesempatan yang sama bagi semua pelaku usaha untuk berkembang. Salah satu caranya adalah dengan menciptakan regulasi yang mencegah dominasi usaha besar yang dapat merugikan UMKM. Selain itu, pelaku bisnis juga harus menghindari strategi persaingan yang tidak sehat, seperti menjelekkkan kompetitor atau menyebarkan informasi yang tidak benar.

3. Larangan Gharar dan Praktik Kecurangan

Dalam Islam, gharar atau ketidakpastian dalam transaksi dilarang karena dapat merugikan salah satu pihak. (Azzahra et al., 2024) Sayangnya, di Lippo Plaza Jember, masih banyak transaksi yang mengandung unsur gharar, seperti ketidakjelasan harga, garansi yang tidak dijelaskan dengan baik, dan promo yang ambigu.

Beberapa toko di mall ini menerapkan kebijakan harga yang tidak stabil, di mana harga suatu produk bisa berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan yang jelas. Selain itu, ada juga gerai yang memberikan informasi produk yang tidak lengkap, seperti bahan yang digunakan, masa berlaku garansi, atau ketentuan pengembalian barang. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpastian bagi konsumen dan berpotensi merugikan mereka.

Untuk menghindari gharar, setiap bisnis di mall harus menerapkan sistem informasi yang jelas dan transparan. Konsumen harus diberi pemahaman yang baik mengenai hak dan kewajibannya dalam transaksi. Dengan demikian, mereka dapat mengambil keputusan pembelian yang lebih bijak dan tidak merasa dirugikan setelah melakukan transaksi.

Implikasi Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Sistem Transaksi

1. Transparansi dalam Transaksi

Salah satu tantangan terbesar dalam sistem transaksi di Lippo Plaza Jember adalah kurangnya transparansi dalam harga dan layanan. Banyak gerai yang tidak mencantumkan harga pada produk, sehingga pelanggan harus bertanya terlebih dahulu kepada kasir. Hal ini dapat menimbulkan kesan bahwa harga produk bisa berubah tergantung dari siapa yang bertanya.

Etika bisnis Islam mengajarkan bahwa setiap transaksi harus dilakukan dengan jelas dan transparan. Oleh karena itu, pelaku usaha di Lippo Plaza Jember perlu menyediakan informasi harga yang terbuka untuk semua konsumen. Selain itu, toko-toko juga harus menghindari praktik “harga tersembunyi” dalam pembayaran non-tunai, di mana terdapat biaya tambahan yang tidak diinformasikan sebelumnya kepada pelanggan.

2. Skema Pembayaran Syariah

Sistem transaksi berbasis syariah perlu diterapkan di pusat perbelanjaan seperti Lippo Plaza Jember untuk menghindari praktik riba yang dilarang dalam Islam. Salah satu contoh praktik riba yang masih sering ditemukan adalah sistem cicilan berbunga tinggi yang ditawarkan oleh beberapa gerai.

Sebagai solusi, sistem pembiayaan berbasis akad murabahah atau ijarah dapat diterapkan. Akad murabahah memungkinkan konsumen membeli barang dengan harga yang telah disepakati di awal tanpa tambahan bunga, sehingga transaksi tetap berlangsung secara adil dan halal. Dengan demikian, pelanggan memiliki pilihan pembayaran yang lebih sesuai dengan prinsip Islam.

3. Menghindari Unsur Gharar dalam Transaksi Digital

Seiring dengan perkembangan teknologi, sistem pembayaran digital semakin populer di Lippo Plaza Jember. Namun, sistem ini juga membawa tantangan tersendiri dalam hal kejelasan biaya dan keamanan transaksi. Beberapa metode pembayaran digital masih memiliki unsur gharar, seperti biaya administrasi yang tidak jelas, sistem refund yang sulit, serta ketidakpastian dalam proses transaksi.

Untuk mengatasi hal ini, pengelola mall dan pelaku usaha harus memastikan bahwa setiap transaksi digital dilakukan secara transparan. Konsumen harus mendapatkan informasi yang jelas mengenai biaya

tambahan dan syarat penggunaan layanan digital sebelum mereka melakukan pembayaran. Dengan cara ini, risiko gharar dalam transaksi digital dapat diminimalkan.

Tantangan dan Solusi dalam Penerapan Etika Bisnis Islam

1. Kurangnya Kesadaran Pelaku Usaha

Salah satu kendala utama dalam penerapan etika bisnis Islam di Lippo Plaza Jember adalah kurangnya kesadaran para pelaku usaha mengenai pentingnya nilai-nilai Islam dalam menjalankan bisnis. Banyak pedagang yang lebih fokus pada keuntungan jangka pendek tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang dari praktik bisnis yang tidak etis.

Untuk mengatasi masalah ini, perlu dilakukan edukasi bagi para pelaku usaha mengenai prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Seminar dan pelatihan mengenai bisnis syariah dapat diselenggarakan secara berkala agar para pedagang memahami bagaimana menerapkan nilai-nilai Islam dalam kegiatan ekonomi mereka.

2. Regulasi untuk Mendukung Persaingan Sehat

Dominasi bisnis besar di Lippo Plaza Jember sering kali menyulitkan UMKM untuk bersaing. Oleh karena itu, perlu adanya regulasi yang mendukung persaingan sehat di pusat perbelanjaan ini. Salah satu solusinya adalah dengan memberikan insentif bagi pelaku usaha kecil agar mereka dapat bertahan dan berkembang di lingkungan bisnis yang kompetitif.

Pengelola mall juga dapat menerapkan kebijakan harga sewa yang lebih fleksibel bagi UMKM, sehingga mereka memiliki kesempatan yang lebih besar untuk bersaing dengan bisnis ritel besar. Dengan adanya regulasi yang mendukung keadilan ekonomi, ekosistem bisnis di Lippo Plaza Jember dapat menjadi lebih inklusif dan berkelanjutan.

3. Peningkatan Kesadaran Konsumen

Selain pelaku usaha, konsumen juga perlu memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai hak-hak mereka dalam transaksi berbasis Islam. Banyak pelanggan yang belum menyadari pentingnya memilih produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Untuk meningkatkan kesadaran konsumen, pengelola mall dapat menyediakan informasi mengenai bisnis halal dan transaksi syariah melalui media promosi di dalam pusat perbelanjaan. Dengan edukasi yang tepat, konsumen dapat menjadi lebih selektif dalam memilih produk dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

KESIMPULAN

Pemikiran Al-Ghazali tentang etika bisnis Islam menekankan pada nilai-nilai kejujuran, keadilan, transparansi, serta kepatuhan terhadap prinsip halal dan thayyib

dalam transaksi bisnis. Dalam konteks pasar modern seperti di Mall Plaza Jember, prinsip-prinsip ini tetap relevan dan menjadi dasar dalam menjaga keseimbangan antara keuntungan bisnis dan keberkahan dalam perdagangan.

Kejujuran dalam penetapan harga, transparansi dalam informasi produk, serta kepatuhan terhadap aturan halal menjadi aspek penting dalam transaksi bisnis di mall. Manajemen mall dan para pelaku usaha di dalamnya berusaha menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam, meskipun dihadapkan dengan tantangan seperti persaingan harga dan strategi pemasaran yang agresif.

Secara keseluruhan, konsep etika bisnis Islam yang dikembangkan oleh Al-Ghazali masih sangat relevan dalam transaksi bisnis modern. Implementasi nilai-nilai ini tidak hanya menciptakan perdagangan yang adil dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memberikan jaminan keberlanjutan bisnis yang berkah dan berintegritas di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Akademik, J., Dan, E., Tafana, A., Andika, B., Rizka, F., Mahyu, O., & Siregar, F. N. (2024). *Etika bisnis islam*. 1(4), 63–70.
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *No BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif) Norvadewi*. 6.
- Astuti, A. R. T. (2022). Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer). In *IAIN Parepare Nusantara Press*.
- Azzahra, M., Alma, L. D., & Azzahra, I. N. (2024). *Gharar Konsep Memahami dalam Fiqih : Definisi dan Implikasinya dalam Transaksi*. 4.
- Djoko, S. (2020). Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Empiris Pasar Higienis dan Jatiland Mall Kota Ternate). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 6(2).
- Fitriani, Sri Deti, & Sri Sunantri. (2022). Etika Bisnis Islam Menurut Imam Al-Ghazali Dan Yusuf Al-Qaradhawi. *CBJIS : Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 4(1), 50–68. <https://doi.org/10.37567/cbjis.v4i1.1269>
- Ghazali, I. (2013). *Ihya' Ulimiddin atau mengembangkan ilmu-ilmu agama*.
- Katangdiga, N. R. (2025). *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Penerapan Etika Bisnis Syariah 'ah Terhadap Perdagangan Pasar Tradisional Ciruas Serang Banten*. 3, 619–630.
- Liantoni, J. (2021). *ANALISIS PEMIKIRAN IMAM AL-GHAZALI MENGENAI KONSEP ETIKA DALAM BISNIS (Studi Pada Kitab Ihya' Ulumuddin)*. 22.
- Lutfi, M. (2020). Penyelesaian Sengketa Hukum Di Perbankan Syariah. *Madani Syariah*, 3, 61–71. <https://stai-binamadani.e-journal.id/Madanisyariah/article/view/156>

- Mariyo, M. (2023). Konsep Pemikiran Imam Al Ghazali dalam Relevansi Pola Pendidikan Islam Indonesia dalam Era Globalisasi. *Journal on Education*, 5(4), 13045–13056. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2304>
- Nizar, M. (2017). Prinsip Jujur Dalam perdagangan Versi Al-Qur'an. *Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 2(November), 309–320.
- Nizar, M. (2018). Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Alqur'an. *Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 4, No. 1(2), 309–320.
- Nurjannah, Sofyan, I. F., Wahyudin, Parmitasari, R. D. A., & Sudirman. (2023). Integrasi Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), 1–23.
- Nuzulia, A. (1967). KONSEP PEMIKIRAN EKONOMI AL-GHOZALI RELEVANSINYA DENGAN PEREKONOMIAN DI ERA MODERNISASI. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5, 5–24.
- Rosmaya, R., Bedong, M. A. R., Zubair, M. K., & Wahidin, W. (2022). Analisis Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha Pabbagang di Desa Pallemang Kabupaten Pinrang. *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 20(1), 01–18. <https://doi.org/10.35905/diktum.v20i1.2711>
- Sari, M. (2020). *NATURAL SCIENCE : Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA*, ISSN : 2715-470X (Online), 2477 – 6181 (Cetak) Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA. 41–53.
- Sari, M. (2021). ANALISIS DAMPAK PASAR MODERN TERHADAP PARA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Pedagang Pasar Tradisional Tugu Kota Bandar Lampung). *Skripsi*, 1–66.
- Sarwoko, E. (2008). Dampak Modernisasi Keberadaan Pasar Modern terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4(2), 97–115. <https://doi.org/10.21067/jem.v4i2.880>
- Suherli, I. R., Ridwan, A. H., Kusuma, N. R., Qorni, M. Al, Azzahro, N. F., & Sutira, A. (2023). Relevansi dan Kontribusi Pemikiran Al Ghazali Dalam Etika Bisnis Islam: Sebuah Tinjauan Umum. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 1–11. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Sukanto. (2012). Kata Kunci: Pasar, Harga, Ekonomi Islam. *Memahami Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi Islam*, 5(1), 19–33.
- Syarifuddin, S., & Saputra, M. I. (2020). Al-Ghazali dan Perilaku Pasar: Perpesktif Etika Bisnis dalam Kitab Ihya Ulum ad-Din. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 501. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1312>
- Zakiah, S. (2022). Masuk: Juli 2022 Penerimaan: Juli 2022 Publikasi: Juli 2022. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 02(02), 154–164. <https://jurnal.unsur.ac.id/elecosy/index>