Niqosiya: Journal of Economics and Business Research
P-ISSN: 2798-6373, E-ISSN: 2807-7660
Vol. 4 No. 2, Januari-Juni 2024
https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/niqosiya

Pergeseran Perilaku Pedagang Pasar Legi Kabupaten Ponorogo Pasca Revitalisasi Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam

Bilkys Cantika Kavarera[1]*, Aji Damanuri[2]
[1]Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, bilkyscantika293@gmail.com
[2]Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, ajidamanuri@iainponorogo.ac.id

Article Info

Article history:
Received June 5, 2024
Revised December 2, 2024
Accepted December 28, 2024
Available online December 28, 2024

*Corresponding author email: bilkyscantika293@gmail.com

Keywords:
Sociology of Islamic Economy, Merchant Behavior, Market

DOI: 10.21154/niqosiya.v4i2.3373
Page: 355-362

Abstract

Ponorogo Legi Market, the largest traditional market and main trading hub in Ponorogo Regency, which faces challenges due to its poor physical condition and inadequate management. The research aims to identify factors influencing trader behavior shifts and the impact of market revitalization on these behaviors, using an Islamic economic sociology framework. Employing a qualitative approach, data were collected through observation, interviews, and documentation. Findings reveal that trader behavior is shaped by internal factors (motivation, experience, personality) and external factors (competitor threats, government regulations, socio-economics). The revitalization has yielded mixed outcomes: it fosters a sense of community among traders (Shilat al-Rahim) but also leads to economic and management challenges, such as reduced income and rule violations.

Niqosiya with CC BY license. Copyright © 2024, the author(s)

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan aktivitas manusia dalam mengelola sumber daya barang dan jasa untuk didistribusikan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memperoleh keuntungan (Erni, 2007). Dalam konteks ini, perdagangan berlangsung melalui kesepakatan bersama tanpa paksaan. Bagi seorang Muslim, berdagang memiliki nilai spiritual yang tinggi karena dianggap sebagai ibadah kepada Allah SWT dan sarana untuk berbuat kebaikan kepada sesama (Alma, 2009). Selain itu, perdagangan juga merupakan salah satu bentuk usaha yang Rasulullah jalani. Pada usia tujuh` tahun, Nabi Muhammad SAW mulai terlibat dalam perdagangan ketika pamannya, Abu Thalib, mengajaknya ke negeri Syam. seiring berjalannya waktu, ketika beliau dewasa, Nabi Muhammad SAW semakin aktif dalam berdagang, baik dengan modalnya sendiri maupun bersama mitra bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa dalam

ajaran agama Islam, berdagang sangat dianjurkan, karena melalui aktivitas ini, pintu-pintu rezeki dapat terbuka dan karunia Allah SWT dapat mengalir ke dalam kehidupan kita. Sedangkan tempat di mana dilakukannya perdagangan disebut pasar.

Pasar adalah tempat di mana terjadi pertukaran barang dan jasa antara penjual dan pembeli dalam waktu-waktu tertentu (Fauzi, 2023). Teori Polanyi menggambarkan pasar sebagai regulasi pemerintah yang mengatur praktik transaksi ekonomi dan telah ada sejak awal peradaban manusia dalam melakukan pertukaran untuk memenuhi kebutuhan hidup (Suddana, 2019). Jenis pasar dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional memiliki banyak kelebihan, yaitu harga barang yang cenderung lebih murah dibandingkan pasar modern. Dengan harga yang murah tersebut, para pembeli masih dapat menawar harga barang yang ditawarkan. Pada saat ini, pasar tradisional masih menjadi salah satu penopang perekonomian masyarakat Indonesia.

Revitalisasi merupakan proses untuk menghidupkan kembali suatu entitas yang sebelumnya kurang produktif (Linda, 2022). Revitalisasi tersebut juga dilakukan oleh pemerintah pada Pasar Legi pasca kebakaran, di mana hal tersebut dilakukan untuk memberdayakan para pedagang pasar. Pemerintah melakukan revitalisasi bangunan pasar dengan tujuan agar pedagang dapat berdagang dengan nyaman dan mencukupi kebutuhan hidup mereka dari hasil berdagang. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa kondisi pedagang pasca revitalisasi pasar tidak sesuai dengan harapan.

Terjadi perubahan pada ukuran kios pedagang menjadi lebih kecil, yang mengakibatkan pedagang mengalami kesulitan dalam menata barang jualannya sehingga mereka meletakkan dan memajang barang dagangannya di koridor pejalan kaki. Para pedagang pun juga tidak bisa menyetok barang lebih banyak karena keterbatasan tempat. Selain itu juga, jumlah kios yang semakin banyak mengakibatkan bertambahnya pedagang baru di Pasar Legi. Pasca revitalisasi, pengelola Pasar Legi Kabupaten Ponorogo menerapkan sistem zonasi sesuai dengan komoditi atau jenis barang dagangan. Namun, terdapat beberapa pedagang yang berjualan tidak di zona yang telah ditetapkan pengelola. Hal inilah yang secara tidak langsung dapat menyebabkan pergeseran perilaku pada pedagang di Pasar Legi Kabupaten Ponorogo.

Berdasarkan perspektif sosiologi ekonomi Islam, peneliti berkeinginan untuk mengkaji pengaruh revitalisasi Pasar Legi Kabupaten Ponorogo terhadap perilaku pedagang dalam *Shilat al-Rahim*. Hubungan *Shilat al-Rahim* adalah ikatan yang didasarkan pada persaudaraan dan kasih sayang, menekankan pentingnya interaksi sosial yang berakar pada nilai-nilai ilahi dan kemanusiaan (Ridwan, 2017). Revitalisasi pasar seharusnya meningkatkan kondisi ekonomi pedagang pasar dibandingkan sebelumnya. Akan tetapi, kenyataannya, revitalisasi ini justru memperburuk keadaan pedagang daripada sebelumnya. Hal ini bertentangan dengan konsep revitalisasi pasar dalam Islam yang menitikberatkan pada kemaslahatan umum dan menghindari *kemudharatan* bagi umat. Hal ini menjadi fokus penelitian untuk memahami dampak sebenarnya dari revitalisasi Pasar Legi Kabupaten Ponorogo terhadap perilaku pedagang.

Peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan analisis dan penelitian terkait dampak revitalisasi Pasar Legi Kabupaten Ponorogo terhadap perilaku pedagang, terutama jika ditinjau dari perspektif sosiologi ekonomi Islam. Selanjutnya dirumuskan menjadi "Pergeseran Perilaku Pedagang Pasca Revitalisasi Pasar Legi Kabupaten Ponorogo Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam."

METODE PENELITIAN

Guna memperoleh dan memahami Langkah-langkah yang sistematis dan valid dalam penelitian ilmiah, diperlukan penerapan metode penelitian yang tepat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melibatkan kepala bidang pasar Disperdagkum Kabupaten Ponorogo, kepala pasar, dan 5 orang pedagang sebagai informan. Informan diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna dalam penyusunan penelitian ini.

Lokasi penelitian dilaksanakan di Pasar Legi Kabupaten Ponorogo, dengan data dan sumber data yang digunakan berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel, dan penelitian sebelumnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah metode berpikir deduktif, yaitu dengan mengamati perilaku pedagang Pasar Legi Kabupaten Ponorogo menurut perspektif sosiologi ekonomi Islam dan kemudian menarik kesimpulan. Ketiga tahap analisis data tersebut akan dilakukan setelah semua data, baik dari lapangan maupun wawancara catatan lapangan telah diperoleh. Sehingga nantinya dapat memudahkan peneliti dalam mengetahui dan menarik kesimpulan dari Pergeseran Perilaku Pedagang Pasca Revitalisasi Pasar Legi Kabupaten Ponorogo Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Revitalisasi di Pasar Legi Kabupaten Ponorogo dalam Perspektif Ekonomi

Ekonomi Islam memandang individu, pasar, dan negara dianggap berada dalam keseimbangan yang tidak boleh satu pihak menjadi dominan atas yang lainnya. Kebebasan pasar dijamin dalam Islam, yang memungkinkan pasar untuk menentukan cara produksi dan harga tanpa gangguan yang mengganggu keseimbangan. Namun, meskipun pasar yang bebas dan adil diinginkan, distorsi pasar sering terjadi dan dapat mengakibatkan ruginya banyak pihak (Wibowo,2013). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, "adil" diartikan sebagai kesetaraan dalam perlakuan, tanpa keberpihakan atau kecenderungan (Salim, 2002). Dalam Islam, keadilan dianggap sebagai kewajiban yang harus dipatuhi dan sebagai elemen penting dalam kehidupan sosial dan kemanusiaan. Allah SWT mewajibkan keadilan bagi semua manusia di dunia tanpa pengecualian (Imarah, 1998).

Menurut teori keadilan yang dikemukakan oleh Veithzal Rivai (2009), menyatakan bahwa keberadaan perusahaan atau lembaga ditujukan untuk menghasilkan tingkat kesejahteraan dari para anggota masyarakat atau para pedagang. Dari data di atas dapat

dianalisis dengan teori dan disimpulkan. Dengan adanya revitalisasi seharusnya mampu meningkatkan taraf ekonomi para pedagang serta terciptanya suasana yang nyaman, aman, dan kondusif. Namun faktanya, adanya program revitalisasi pasar ini menimbulkan kesenjangan antar pedagang dan mengakibatkan pergeseran perilaku.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Pergeseran Perilaku Pedagang Pasca Revitalisasi di Pasar Legi Kabupaten Ponorogo

Temuan dari penelitian mengindikasikan bahwa perilaku pedagang di Pasar Legi Kabupaten Ponorogo dipengaruhi oleh beragam faktor, yang terbagi menjadi dua kategori, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor Internal
   a. Motivasi

      Motivasi adalah proses keterkaitan antara usaha dan salah satu pendorong pertumbuhan dan perkembangan jiwa wirausaha. Motivasi terkait dengan keinginan dan minat yang berasal dari dalam diri untuk melakukan sesuatu, dan individu yang termotivasi dapat mengembangkan kreativitas dan inovasi (Dahmiri, 2021). Berdasarkan wawancara dengan beberapa pedagang di Pasar Legi Kabupaten Ponorogo, mereka melakukan kegiatan perdagangan dilandasi dengan motivasi untuk memenuhi kebutuhan hidup dan meningkatkan kesejahteraan hidup.

      Fakta di atas relevan dengan pendapat Rusyidi (2011) yang menyatakan bahwa kebutuhan untuk mempertahankan hidup mendorong seseorang untuk bekerja, karena melalui pekerjaan tersebut akan diperoleh imbalan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pengusaha yang telah memiliki motivasi dalam menjalankan usaha akan mampu berpikir inovatif dan memiliki semangat dalam mengembangkan usaha yang diinisiasinya. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa para pedagang pasar Legi mampu mengidentifikasi kebutuhan mereka, yang selanjutnya kebutuhan tersebut akan memotivasi dan mendorong mereka untuk berperilaku.

   b. Pengalaman

      Pengalaman adalah kejadian yang pernah dialami, baik itu dalam bentuk peristiwa yang sudah lama terjadi maupun yang baru saja dirasakan. Pengalaman tersebut dapat menjadi panduan dan pembelajaran bagi individu yang mengalami maupun bagi orang lain. Berdasarkan hasil wawancara, pedagang memiliki pengalaman lebih dari sepuluh tahun dalam dunia perdagangan di Pasar Legi Kapten Ponorogo bahkan ada yang generasi kedua. Berbekal dengan pengalaman yang mereka miliki dijadikan sebagai tameng agar tidak melakukan kesalahan atau kegagalan yang sama.

      Ini sesuai dengan teori Chalpin, di mana pengalaman merupakan pengetahuan atau keterampilan yang dikuasai seseorang karena perbuatan atau pekerjaan yang telah dilakukannya dalam jangka waktu tertentu (Sulis,2021). Seseorang dianggap memiliki pengalaman jika telah menguasai tingkat keterampilan atau pengetahuan yang relevan dan memadai dalam bidang keahlian atau usahanya. Hal tersebut dibuktikan dengan respon para penjual berpengalaman yang lebih santai namun penuh

strategi dalam menghadapi perubahan situasi dan kondisi dalam kegiatan perdagangan.

c. Kepribadian

Kepribadian adalah suatu pola yang khas bagi seseorang dalam cara berpikir, merasakan, dan berperilaku yang cenderung stabil dan dapat diprediksi (Nasution, 2018). Berdasarkan hasil penelitian, beberapa pedagang Pasar Legi Kabupaten Ponorogo memiliki kepribadian antara lain jujur, bertanggungjawab, berpikir kreatif dan inovatif, dan terbuka terhadap kritik dan saran dari orang lain.

Hal ini telah sesuai dengan pendapat Kartajaya dan Sula (2006) dalam buku "Syariah Marketing" yaitu terdapat empat sifat dari Rasulullah yang menjadi kunci kesuksesan dalam mengelola bisnis perdagangannya, yaitu Shiddiq (jujur), Amanah (dapat dipercaya), Fathanah (cerdas), dan Tabligh (kemampuan untuk menyampaikan ajaran). Keempat sifat tersebut merupakan sifat-sifat yang terkenal dari nabi Muhammad SAW di kalangan pembeli pada masa tersebut. Diharapkan para pedagang senantiasa menjaga kepribadian baik ini agar kegiatan perdagangan tidak hanya mendatangkan keuntungan dunia namun juga keberkahan dari Allah SWT.

2. Faktor Eksternal

a. Ancaman Pesaing

Kegiatan perdagangan tidak akan pernah terlepas dari unsur persaingan. Pasca revitalisasi Pasar Legi Kabupaten Ponorogo jumlah kios dan los bertambah lebih banyak dari sebelumnya, hal ini tentu akan membawa perubahan di mana akan banyak pula jumlah pedagang baru yang berjualan di pasar ini. Dengan bertambahnya pedagang baru maka akan semakin tinggi pula persaingan di dalamnya.

Adanya perubahan perilaku pedagang yang menganggap kehadiran pedagang baru ini sebagai hambatan dalam aktivitas perdagangan. Hal ini sesuai dengan pendapat Muhammad Husni (2009) bahwa pendatang baru dalam suatu industri dapat menjadi ancaman bagi pelaku yang telah ada jika membawa kapasitas baru, keinginan untuk merebut pangsa pasar, dan memiliki sumber daya yang besar dan persaingan terjadi karena para pelaku merasakan adanya tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisi mereka. Oleh karena itu, dalam menghadapi persaingan para pedagang ini memiliki strategi tersendiri dalam menjalankan usahanya. Strategi tersebut antara lain meningkatkan pelayanan, memberikan diskon atau bonus kepada pelanggan, dan menjaga kualitas dagangan.

b. Regulasi Pemerintah

Dalam hal ini regulasi pemerintah ialah kebijakan pengelolaan yang diterapkan pengelola Pasar Legi Kabupaten Ponorogo. Berdasarkan penelitian yang dilakukan kebijakan pengelola pasar menurut para pedagang sudah sangat baik namun ada beberapa kebijakan yang di keluhan beberapa pedagang.

Menurut Ndraha (2007), pemerintah memiliki fungsi primer dan fungsi pelayan dalam penyelenggara pembangunan dan melakukan program pemberdayaan. Namun pada kenyataan di lapangan kebijakan yang ditetapkan pengelola belum bisa ditaati

oleh seluruh pedagang di Pasar Legi Kabupaten Ponorogo dan dapat dilihat masih banyaknya pedagang yang tidak sesuai zonasi dan memakai koridor pejalan kaki sebagai tempat menaruh stok barang dagangannya. Hal ini menjadi bukti adanya pergeseran perilaku pedagang dalam perilaku persaingan dan penataan barang.

c. Sosial Ekonomi

Manusia merupakan makhluk sosial yang memerlukan keberadaan individu lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik itu kebutuhan materiil maupun spiritual, termasuk kebutuhan sosial dan rohani. Begitu juga dalam konteks ekonomi, kebutuhan ekonomi seseorang hanya dapat terpenuhi melalui interaksi dengan individu lainnya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang mengalami penurunan pendapatan dibandingkan sebelum revitalisasi. Hal tersebut diakibatkan menurunnya daya beli masyarakat Ponorogo.

Selain itu terdapat pengaruh sosial yakni kurangnya interaksi antar pedagang karena jarak yang berjauhan dan lapak teman yang dulu sudah tidak bersebelahan. Tindakan mereka dihasilkan secara sosial dan mempertimbangkan keberadaan individu lain yang secara langsung maupun tidak langsung mempunyai keterlekatan pada perilaku pedagang.

Berdasarkan pemaparan tersebut, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang, baik secara positif maupun negatif. Beberapa hal tersebut dapat memberikan pengaruh positif, misalnya motivasi pedagang untuk meningkatkan perekonomiannya. Pengalaman positif juga dapat memengaruhi cara pedagang merespons situasi di pasar. Di sisi lain, kepribadian individu juga dapat memberikan pengaruh yang beragam terhadap perilaku mereka. Selain itu, kehadiran pesaing juga dapat mendorong pedagang untuk meningkatkan pelayanan kepada pembeli, namun sebaliknya, bisa juga menimbulkan dampak negatif tergantung pada cara pedagang menanggapinya.

Dampak Revitalisasi Pasar Pada Perilaku Pedagang di Pasar Legi Kabupaten Ponorogo Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam

Dari penelitian yang mencakup pedagang pasar sebagai objeknya, dapat dinyatakan bahwa dampak revitalisasi (secara fisik, ekonomi, sosial-budaya, dan manajemen pengelolaan) saling terkait dengan perilaku pedagang. Ini dapat dilihat dari keselarasan nilai-nilai dengan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pedagang, yang mencakup faktor internal seperti motivasi, pengalaman, dan kepribadian, serta faktor eksternal seperti ancaman dari pesaing, regulasi pemerintah, dan kondisi sosial ekonomi.

1. Secara Fisik

Penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi Pasar Legi Kabupaten Ponorogo membawa perubahan positif dengan bangunan modern, bersih, nyaman, dan fasilitas lengkap, yang memotivasi pedagang untuk memberikan pelayanan terbaik. Jumlah kios dan los yang lebih banyak memungkinkan pasar menampung 2.488 lapak, menarik lebih banyak pedagang dan pengunjung setiap tahun, karena Pasar Legi adalah satu-satunya pasar tradisional di Keresidenan Madiun yang mengusung tema modern. Dengan demikian, revitalisasi Pasar

Legi Kabupaten Ponorogo berdampak positif terhadap perilaku pedagang dan aspek fisik pasar.

2. Secara Ekonomi

   Menurut Permendag Nomor 02 Tahun 2019, revitalisasi pasar rakyat harus meningkatkan pendapatan pedagang, efisiensi operasional, dan persaingan. Namun, wawancara menunjukkan bahwa revitalisasi Pasar Legi Kabupaten Ponorogo menurunkan pendapatan pedagang meskipun jumlah pengunjung meningkat. Persaingan di pasar semakin ketat, tetapi tetap sehat dengan pedagang meningkatkan kualitas layanan dan barang. Namun, ada pedagang yang mencemarkan reputasi dan iri terhadap pendapatan pesaing, menunjukkan perilaku tidak etis dan tidak rasional yang mengabaikan prinsip moral. Dalam konteks sosiologi ekonomi Islam, perilaku tersebut tidak berdasarkan nilai ilahiyyat dan insaniyyat. Kesimpulannya, revitalisasi Pasar Legi Kabupaten Ponorogo berdampak negatif terhadap perilaku ekonomi pedagang.

3. Secara Sosial

   Interaksi antara pedagang Pasar Legi Kabupaten Ponorogo setelah revitalisasi menciptakan lingkungan yang nyaman dan menarik, meningkatkan kerjasama dan tolong-menolong dalam menjual barang dagangan. Pedagang saling mempromosikan barang dagangan temannya karena adanya ikatan persaudaraan yang erat, sesuai dengan konsep sosiologi ekonomi Islam, Shilat al-Rahim, yang menekankan persaudaraan dan kasih sayang. Berdasarkan pemikiran Granovetter, jaringan sosial yang kuat ini bertujuan untuk kepentingan bersama. Oleh karena itu, revitalisasi Pasar Legi Kabupaten Ponorogo berdampak positif terhadap perilaku sosial pedagang.

4. Secara Manajemen Pengelolaan

   Revitalisasi pasar bertujuan memenuhi hak pedagang, memastikan penataan yang jelas, dan menyediakan fasilitas memadai. Penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi membawa perubahan dalam pengelolaan pasar, termasuk penerapan sistem zonasi berdasarkan jenis dagangan. Pedagang merasa puas dengan fasilitas yang lengkap, tetapi mengeluhkan penyusutan lapak yang menyulitkan penyimpanan dan penataan barang, mendorong mereka menggunakan koridor pejalan kaki dan berjualan di luar zona yang ditentukan. Perilaku ini mungkin hasil peniruan atau informasi yang diperoleh dari interaksi dengan pedagang lain, tidak sesuai dengan konsep sosiologi ekonomi Islam yang mengutamakan amar ma'ruf nahi munkar. Interaksi pedagang tidak memberikan contoh baik, sehingga tidak berdampak positif sebagaimana diharapkan.

   Dalam konteks sosiologi ekonomi Islam, amal yang sesuai dengan nilai-nilai Islam harus didasari oleh keimanan dan kemanusiaan. Oleh karena itu, perilaku pedagang yang melanggar aturan pengelola pasar tanpa mempertimbangkan dampaknya tidak berakar pada prinsip-prinsip tersebut, sehingga tidak dilandasi oleh kesadaran moral. Kebijakan revitalisasi Pasar Legi Kabupaten Ponorogo telah menyebabkan perubahan perilaku pedagang yang cenderung negatif, merugikan pengelola dan pedagang lain, menunjukkan dampak negatif revitalisasi terhadap manajemen pengelolaan pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, disimpulkan bahwa Program Revitalisasi Pasar Legi Kabupaten Ponorogo berdampak negatif bagi pedagang karena kurangnya pengawasan terhadap peraturan zonasi, bertentangan dengan prinsip Islam yang menekankan peran pemerintah dalam mengatur pasar. Perilaku pedagang dipengaruhi oleh faktor internal, seperti moral dan keagamaan, serta faktor eksternal, seperti persaingan dan regulasi pemerintah. Regulasi seperti sistem zonasi dan perubahan ukuran lapak serta persaingan antar pedagang menyebabkan ketidaktertiban dan penurunan pendapatan. Meskipun revitalisasi meningkatkan kebersihan dan kenyamanan pasar, dampak negatif terlihat dalam manajemen dan ekonomi. Pelanggaran aturan penempatan lokasi dengan sistem zonasi menunjukkan penyimpangan dari nilai-nilai Islam yang mengajarkan ketaatan terhadap aturan pemerintah sebagai bagian dari ketaatan kepada Allah SWT.

REFERENCES

Afrizal, M A. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakatra: PT Raja Grafindo Persada, 2014.

Agustin Sukses Dakhi, S.S.M.P. *Pengantar Sosiologi*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.

Alma, Buchari, and Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah: Penuntun Perkuliahan Bagi Para Mahasiswa, Pencerahan Bagi Para Pedagang, Pengembangan Marketing Syariah/Spiritual Marketing Bagi Para Pengusaha*. Bandung: Alfabeta, 2009.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Cet. Ke-12.* Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Muamalah.* Ponorogo: STAIN Po Press, 2010.

Erni, R Emawan. *Business Ethics: Etika Bisnis.* Bandung: CV. Alfabeta, 2007.

Gerungan, W A. *Psikologi Sosial, Cetakan Ketiga. Bandung: PT Refika Aditama*, 2010.

Lubis, H M Ridwan. *Sosiologi Agama: Memahami Perkembangan Agama Dalam Interaksi Islam*. Jakarta: Kencana, 2017.

Rozi, Muhammad Fachrur. *Sosiologi Ekonomi Islam*. 1st ed. Pati: StIEF-IPMAFA, 2016.

Salim, Peter, and Yenny Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer.* 2002.

Ambarsari, Novita, and Luhur Prasetiyo. “Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 1 (2022): 121–38.

Fauzi, Muhammad Ibnu Faruk. “Jual Beli Online Bentuk Muamalah di Masa Modern di Tinjau dalam Hukum Islam.” *Al-Bayan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam 3,* no. 1 (2023): 18–

Ningsih, Putri Apria. “Pemikiran Ekonomi Ibnu Qayyim.” *Syariah* 1, no. 2 (2013).