
ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
(Studi Kasus Praktik Penjualan Sapi Peternakan Yayasan Ma'had Utsmani
Kayuagung, Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan)

Nurhamidah¹, Hidayatur Rahman², Ahmad Masykur³ & Imam Fadhilah Utama⁴

1,2,3,4 Sekolah Tinggi Agama Islam Al Qudwah Depok

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika Islam dalam transaksi jual beli. Penelitian ini dilaksanakan di peternakan sapi Yayasan Ma'had Utsmani dengan menggunakan metode kualitatif dengan mewawancarai 7 orang informan dan observasi langsung. Hasil penelitian menunjukkan adanya penerapan etika islami pada transaksi jual beli sapi. Dalam 4 aspek yaitu etika terkait niat dan tujuan bisnis, etika terkait produk bisnis, etika terkait penentuan harga, dan etika terkait asas saling kerelaan. Penerapan etika Islam menghasilkan dukungan yang baik dari para konsumen yang secara langsung berperan dalam pengembangan usaha Ma'had Utsmani.

Keywords: Etika Islam, Jual Beli

PENDAHULUAN

Dalam Islam, etika merupakan salah satu unsur dari rukun agama. selain bernilai ibadah, menerapkan etika yang baik juga ditengarai mendatangkan kemanfaatan dalam dunia bisnis. Sebagaimana diungkapkan oleh Sahata dalam Badrun, bahwa dunia usaha di barat mulai memberikan perhatian yang lebih terhadap konsep etika bisnis, karena alasan bahwa; a. Tumbuh suburnya immoralitas yang terjadi di antara para esekutif perusahaan dan para pegawainya sehingga membuat perusahaan harus merugi dan gagal, b. Studi lapangan yang dilakukan membuktikan bahwa perusahaan yang menerapkan kode etik yang superior punya nama dan reputasi yang baik sehingga mendatangkan keuntungan.¹

Prinsip etika Islam dalam jual beli, juga diatur dalam al-Qur'an. Misalkan dalam surat al-Baqarah ayat 188. Ayat ini berisi prinsip umum bagi orang-orang beriman untuk melakukan transaksi jual beli secara saling rela dan tidak berbuat kebatilan. Larangan melakukan riba dalam jual beli, larangan mengurangi timbangan dan sebagainya.

Di dalam kenegaraan pun kode etik dalam berbisnis pun juga diatur. diIndonesia sendiri ada beberapa contoh UU yang berisikan etika dalam berbisnis yaitu: 1) Undang-undang No 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, 2) Undang Undang Perlindungan hak konsumen dan 3) PP Nomor 80 Tahun 2019. Beberapa undang-undang ini menunjukkan bahwa Negara juga menaruh perhatian pada etika dalam bisnis. Sebagaimana yang tertera pada pembukaan UU No 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, Bahwasanya peraturan perundang-undangan di bidang

¹ Faisal Badrun dkk, Etika Bisnis Dalam Islam, (Jakarta:Prenamedia grup,2006), hlm, 3.

perdagangan mengharuskan adanya harmonisasi ketentuan di bidang Perdagangan dalam kerangka kesatuan ekonomi nasional guna menyikapi perkembangan situasi perdagangan era globalisasi.²

Penelitian etika bisnis Islam ini dilakukan di yayasan Ma'had Utsmani. Yayasan yang bergerak di bidang pendidikan dan dakwah islam yang berdomisili di Kecamatan Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan. Yayasan ini membawahi sejumlah pesantren tahfiz dan Taman Pendidikan Al Qur'an. Yayasan Ma'had Utsmani membuka Usaha Ternak sapi sebagai salah satu sumber dana. Bisnis tersebut jalankan oleh santri dan para ustadz. Peternakan menjalankan usaha berupa penggemukan sapi dalam jangka waktu tertentu, untuk kemudian dijual kembali.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menangkap arti yang terdapat Atas suatu peristiwa, gejala, fakta kejadian, realita, atau masalah tertentu dan bukan untuk mempelajari atau membuktikan adanya hubungan sebab akibat atau korelasi dari suatu masalah atau peristiwa.³ Penelitian kualitatif ini dipergunakan, karena berkaitan dengan pola dan tingkah laku manusia dan apa yang dibalik tingkah laku tersebut yang biasanya sulit untuk diukur dengan angka-angka. Karena apa yang kelihatan menggejala tidak selalu sama dengan apa yang ada di dalam fikiran dan keinginan sebenarnya. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berpangkal dari pola fikir induktif, yang didasarkan atas pengamatan obyektif partisipatif teradap suatu gejala (fenomena) sosial. Penelitian bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang etika bisnis Islam yang dilakukan, faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penerapan etika bisnis Islam serta upaya mengatasi hambatan penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli.

KAJIAN LITERATUR

Pengertian Etika

Pengertian etika tak lepas dari arti kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (custom) atau karakter. Dalam kata lain seperti dalam pemaknaan dan kamus Webster berarti "*the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a person, group or institution*" (karakter istimewa, sentimen, tabiat, moral, atau keyakinan suatu kelompok atau institusi).⁴

Sementara *ethic* yang menjadi padanan dari etika, secara etimologis berarti "*The discipline dealing with what is good and bad and with moral duty and obligation, a set of moral principles or values*". Menurut Laila, etika adalah suatu bidang ilmu yang mempelajari tentang standar moral yang kita anut. Bidang ilmu etika bertujuan untuk mengembangkan standar agar dapat dipahami dan dijustifikasi. standar moral adalah standar yang melibatkan penilaian kebaikan dan keburukan, preferensi orang banyak dibandingkan untuk kepentingan diri sendiri, tidak dikembangkan oleh pemerintah atau orang yang berkuasa (figurotoritas), dirasakan bersifat universal, berbasiskan pertimbangan yang tidak

² UU No 7 Tahun 2014 tentang perdagangan

³ Samsu, Metode Penelitian, (Jambi:Pusaka), hlm. 2.

⁴ Faisal Badrun, op.cit, hlm 4.

memihak, diasosiasikan dengan emosi khusus (seperti rasa bersalah) dan perbendaharaan kata (seperti obligasi, hak, keadilan).⁵

Dalam Islam, etika diistilahkan dengan akhlak yang berasal dari bahasa Arab al-akhlak (al-khuluq) yang berarti budi pekerti, tabiat atau watak. Oleh karena itu, etika dalam Islam identik dengan ilmu akhlak, yakni ilmu tentang keutamaan-keutamaan dan bagaimana cara mendapatkannya agar manusia berhias dengannya; dan ilmu tentang hal yang hina dan bagaimana cara menjauhinya agar manusia terbebas dari padanya. Etika, di lain pihak, seringkali dianggap sama dengan akhlak. Persamaannya memang ada, karena keduanya membahas masalah baik buruknya Tingkah laku manusia.⁶ Etika dalam Islam tentu memiliki nilai lebih apabila dilandasi dengan niat untuk beribadah kepada Allah.

Bisnis Islam

Dalam persepektif islam, Bisnis memiliki definisi yang berbeda dengan definisi dalam pandangan konvesional, perbedaan definisi disebabkan karena dalam pandangan islam, seluruh aktivitas hidup setiap manusia (termasuk didalamnya urusan bisnis) harus dituntun oleh syariat islam secara keseluruhan sebagai wujud dari peran eksistensi manusia sebagai khilafah fil ardh. Berangkat dari definisi dasar ini maka bisnis dalam Islam adalah kegiatan melayani orang lain melalui pembuatan dan atau penyediaan produk baik berupa barang atau jasa, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan (pendapatan) yang halal dalam rangka mengabdikan kepada Allah.⁷

Bisnis Islam adalah bisnis yang dijalankan dengan memperhatikan segala betuk larangan-larangan yang diharamkan syariah islam dan menjalankan sesuai dengan mengharapkan keberkahan dan keridhoan kepada Allah sebagai pencipta alam semesta.⁸ Bisnis Islam adalah aktivitas bisnis bertujuan sejalan dengan tujuan bisnis secara umum, tetapi didasarkan kepada landasan tauhid yang mempengaruhi pada tujuan bisnis dan karakteristiknya yaitu tujuan yang tidak hanya bersifat horizontal tetapi juga tujuan bisnis yang bersifat vertical yaitu dalam rangka mendapatkan keridhoan Allah.⁹

Dalam Islam kegiatan bisnis memiliki berbagai tujuan, yaitu: 1). Untuk beribadah kepada Allah, 2). Memperoleh keuntungan material dan spiritual, 3). Mendorong terjadinya pertumbuhan ekonomi, 4). Menjaga keberlangsungan bisnis, 5). Dan memperoleh berkah dari Allah.¹⁰

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip-prinsip etika berdasarkan Islam yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan apa saja dalam dunia

⁵ Laila, Etika Bisnis (klaten: Lakeisha,2020), hlm. 3

⁶ Sri Widyaastuti, Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis (Malang: CV IRDH, 2019) ,hlm 115

⁷ Usman, Pengantar Bisnis Islam (Sukoharjo: CHU Media, 2021), hlm .2

⁸ Eny Lathifa, Pengantar Bisnis Islam (Purwodadi:CV sarnu untung,2020), hlm. 2

⁹ Usman, op.cit, hlm 21.

¹⁰ Fauzi Muhammad dan Baharuddin Ahmad, Fikih Bisnis Syariah Kontemporer (Jakarta: Kencana, 2021), hlm. 24.

bisnis. Menurut Zamzam ada beberapa etika bisnis dalam Islam, yaitu: 1). Jangan suka berspekulasi, 2). Jangan memuji barang berlebihan, 3). Menjelaskan kekurangan produk, 4). Jujur dalam timbangan, dan 5). Menjelaskan harga pasar.¹¹

Selain pendapat di atas, Abdullah menjelaskan tentang etika bisnis Islam yang dipraktikkan Nabi Muhammad saw, adalah: 1). Kepercayaan, 2). Kualitas pelayanan, 3). Amanah, 4). Adil, 5). Berkehendak bebas selama tidak bersinggungan dengan lingkup syar'i, dan 6). Silaturahmi.¹²

Etika bisnis dalam Islam memiliki, struktur analitik yang tidak hanya terkait dengan tuntunan perilaku kepada sesama manusia, melainkan juga perilaku kepada Tuhan. Susminingsih mengemukakan sebagai berikut: 1). Menjadikan tauhid sebagai landasan utama, 2). Keadilan 3). Tunduk kepada asas halal dan haram, 4). Memberikan rasa aman dan nyaman, 5). Menjunjung kejujuran, 6). Tanggung jawab, dan 7). Tidak memaksakan kehendak.¹³

Adapun menurut Astuti, bisnis dalam Islam memiliki kode etik sebagai berikut: 1) Berbisnis bukan hanya mencari keuntungan, tetapi itu harus diniatkan sebagai ibadah kita kepada Allah Swt, 2). Sikap jujur dan objektif, 3). Saling bertoleransi antar penjual dan pembeli, 4). Tekun dalam menjalankan usaha, dan 5). Berlaku adil dan bersaing secara sehat dengan sesama pebisnis.¹⁴

Selain pembahasan tentang etika di atas, dalam Islam ada juga beberapa jenis perilaku bisnis yang dilarang karena keharamannya: 1) riba, 2). Judi atau maysir, 3). Gharar, 4). Dharar, 5). Maksiat, 6). Suht, dan 7). Risywah.¹⁵

PEMBAHASAN

1. Etika Terkait Niat atau Tujuan Bisnis

Dalam ajaran islam semua amalan itu bergantung niat dan tujuannya. Jika niatnya bagus maka perbuatan itu bagus. Begitu pula sebaliknya, jika niatnya jelek maka perbuatan itu pula jelek. Dari temuan peneliti di atas kita tahu ada dua alasan ma'had Utsmani berbisnis. Yaitu, untuk menunjang operasional pesantren dan untuk Pendidikan santri.

a. Menunjang Operasional Pesantren

Keuntungan dari bisnis penjualan sapi, dalam praktiknya digunakan untuk menunjang proses belajar mengajar. Seperti pembangunan dan perbaikan fasilitas mengajar seperti kelas, perpustakaan dan lain-lain. Demikian pula pembayaran guru dan karyawan.

b. Pendidikan Santri

¹¹ Fakhri zamzam dan havis aravik, Etika Bisnis islam seni berbisnis keberkahan, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2020), hlm 2

¹² Junaid Abdullah, Ilmu Fiqih Pemasaran: Sisi Lain Nabi Muhammad sebagai pemasar, (Semarang: eLSA Press, 2019), hlm.124.

¹³ Susminingsih, Etika Bisnis Islam (Perkalongan: PT Nasya Expanding Management, 2020), hlm. 1

¹⁴ Sri Widya Astuti, op.cit, hlm 166.

¹⁵ Aselina endang trihastuti, ETIKA BISNIS ISLAM (Yogyakarta:DEEPUBLISHING,2020),hlm 6

Usata Peternakan dan penjualan sapi, juga difungsikan sebagai sarana pembelajaran santri. Pembelajaran yang diperoleh santri dalam hal ini adalah tentang mengelola peternakan dan mengelola penjualan. Hal-hal seperti membangun kemandirian, menghadapi klien dan berbagai perilaku yang mendukung keberhasilan bisnis menjadi tujuan yang penting bagi santri.

2. Etika terkait Produk Bisnis

Dalam hukum Islam, masyarakat Muslim dilarang menjual produk yang diharamkan oleh Allah seperti khomar, babi, anjing, berhala dan lain sebagainya. Dalam hal ini hewan sapi merupakan hewan yang halal dikonsumsi dan diperjual belikan.

Dalam Islam, sebuah produk atau komoditas itu ada yang haram karena memang zatnya sejak awal sudah haram. Seperti Babi dan Anjing. Ada juga benda yang hukum asalnya halal tapi ada faktor eksternal yang membuatnya haram. Seperti contoh, air itu hukumnya asalnya halal tapi jika airnya didapat dari mencuri maka airnya jadi haram. Demikian pula dengan sapi. Sapi itu adalah hewan yang halal untuk dimakan dan termasuk hewan yang tidak najis. Sebaliknya sapi itu hewan yang banyak gunanya. Masyarakat tradisional biasa menggunakan api untuk pembersihan rumput dan dapat pula dipakai untuk membajak sawah, daging dan susunya bisa dikonsumsi serta kotorannya bisa dijadikan pupuk.

Akan tetapi jika sapi itu didapat dari cara yang haram. Maka sapi itu pula jadi haram. Menjual dan memakanya juga haram. Islam melarang hambanya untuk mencuri. Selain mencuri Islam juga melarang kita menjual barang milik orang lain tanpa seizin pemiliknya atau bai Fudhuli.

Sapi yang dijual Ma'had Utsmani sendiri adalah bukanlah produk haram. Sapi itu didapatkan melalui proses pembelian yang sah. Demikian pula dalam proses penggemukan, sapi tidak diberikan makanan yang haram maupun yang mengandung najasah. Dalam Fatwa MUI No 52 Tahun 2012 dijelaskan tentang Hukum Hewan Ternak yang diberi Pakan dari Najis. Hewan ternak pemakan barang najis atau pakan dari barang najis baik sedikit maupun banyak. Ada tiga hal yang difatwakan pertama jika hewan tersebut diberi pakan najis lebih sedikit dari pakan yang suci maka halal di makan. Kedua jika pakan dari unsur produk haram jika tidak berbahaya maka halal, tetapi jika berbahaya jika dikonsumsi maka hukmnya haram. Ketiga jika pakan ternak tersebut dari unsur babi atau hewan najis lainnya dan turunannya maka hukmnya haram.

Pakan sapi yang dternak Ma'had Utsmani, dalam hal ini terutama sekali berupa tanaman rumput di dapat dari rumput di tanah sendiri. Demikian pula bahan pakan campuran maupun suplemen bagi pakan sapi didapatkan melalui transaksi yang sah dan tidak terdapat najasah. Pakan tambahan bagi sapi diantaranya adalah: a). Ampas tebu dan tetes tebu yang dibeli di pabrik gula b). Limbah sawit, di beli di pabrik pengolahan sawit, c). ampas singkong, d). ampas tahu dan kulit kacang, e). garam dan f). pengawet pakan ternak organik yang berupa bakteri EM 4. Sapi juga diurus dengan baik, pemberian pakan, vitamin maupun obat cacing dilakukan secara teratur.

3. Etika Terkait Penentuan Harga

Dalam fikih Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu al-si'ir dan al-tsaman. Tsaman, adalah harga berdasarkan nilai instrinsik sesuatu barang. Sementara al-sir adalah harga yang ditentukan publik untuk suatu barang dagang. Kata al-si'ru jamaknya as'ar artinya harga (sesuatu). Kata alsi'ru ini digunakan dipasar untuk menyebut harga (di pasar). Fluktuasi harga suatu komoditis berkaitan erat dengan al-si'ir bukan al-tsaman. Karena al-si'ir merupakan harga actual yang terbentuk dalam proses jual beli.¹⁶

Dalam konsep Islam, penentuan Harga ditentukan oleh Mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam pertemuan antara permintaan dan penawaran itu harus berlangsung secara sukarela. Ini bermakna tidak ada yang menganiaya dan dizalimi. Sebelum terjadi transaksi, idealnya penjual dan pembeli berada pada posisi yang sama, baik menyangkut pengetahuan tentang barang tersebut maupun tentang harga yang berlaku dipasar. Sehingga ketika terjadi deal penjual maupun pembeli betul-betul rela dan tidak ada yang teraniaya.¹⁷

Dalam ajaran Islam setiap pedagang tentu bebas menarik keuntungan dengan tidak menyembunyikan kekecabatan barang. Dalam praktiknya Ma'had Utsmani menggunakan harga pasar sebagai acuan. Selain itu penjualan sapi juga mengikuti berat timbangan yang dtimbang ketika sapi masih hidup dan juga mengikuti harga pasar sapi. Dengan begitu tidak terjadi penipuan dan ketidak sesuaian harga. Apa lagi para pembeli sudah diberitahu berapa harga pasar yang sedang berlaku. Ma'had Ustmani, selaku peternak dan pedagang sapi tentu. berhak memperoleh keuntungan melalui cara-cara yang dapat diterima secara umum (al-ribh al-ma'ruf) tanpa merusak kepentingan dirinya sendiri dan kepentingan para pelanggannya.

4. Etika terkait Kerelaan dalam Jual Beli

Salah satu dasar mutlak untuk sahnya akad perjanjian adalah suka sama suka atau saling rela, oleh karena itu rusaknya kualifikasi ini akan menyebabkan batalnya suatu akad. Para ulama fiqh juga sudah membahas secara detail tentang sebab-sebab yang dapat merusak keadaan rela sama rela. Secara umum dalam masalah pentingnya rasa rela dan saling memuaskan antara kedua belah pihak yang sedang berakad.

Persetujuan kedua belah pihak yang merupakan suatu kesepakatan haruslah diberikan secara bebas atau adanya kerelaan dari masing-masing pihak. Dalam hukum perjanjian ada tiga sebab yang membuat persetujuan tadi menjadi tidak bebas yaitu tiga hal: paksaan, kekhilafan dan penipuan. Sedangkan dalam ilmu fiqh Islam terdapat empat hal yang merusak keadaan saling rela, yaitu: 1. Paksaan 2. Kekhilafan 3. Penipuan, dan 4. Adanya ketidaksetaraan nilai tukar yang timpang antara dua barang yang dipertukarkan karena adanya tipuan. Jual beli itu harus dilandasi dengan keikhlasan dan keridhaan, artinya tidak boleh ada kedhaliman, penipuan, pemaksaan dan hal-hal lain yang merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, pembeli berhak melakukan pengembalian barang yang telah dibeli

¹⁶ Rozalinda, Fiqh Ekonomi Syari'ah, (Jakarta: Rajawali Press, 2016), hlm 379.

¹⁷ M. Nur Arianto Al-Arif dan Euis Amalia, Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional (Jakarta: Kencana ,2010),157

ketika mendapati barang yang telah dibeli tidak sesuai dengan yang diinginkan. Walaupun tolak ukur untuk sebuah keridhaan itu tersembunyi di lubuk hati, tetapi secara tidak langsung tanda-tanda seseorang yang ridha itu terlihat. Ijab qobul atau yang biasa disebut dengan serah terima adalah bentuk yang digunakan dalam suatu jual beli atau pemindahan suatu hak kepemilikan sebagai suatu tolak ukur keridhaan.

Peternakan Ma'had Utsmani, menggunakan konsep khiyar Majelis dalam jual beli. Hal ini untuk menjamin terjadinya jual beli yang saling rela. Yaitu jual beli yang dilakukan di lokasi, ada pembeli ada penjual dan ada barang ada uang dan proses akad berakhir sampai keduanya berpisah. Khiyar atau hak opsional untuk melanjutkan atau membatalkan pembelian sapi dilakukan dengan khiyar ru'yah, yaitu melihat sapi secara langsung di majelis akad. Peternakan sapi Ma'had Utsmani juga menerapkan praktik khiar ru'yah atau khiyar melihat. Dalam praktiknya para pembeli dipersilahkan melihat keadaan sapi yang hendak dibeli dan diberi kesempatan untuk memilih untuk melanjutkan transaksi atau tidak.

Para konsumen, ketika membeli sapi di Ma'had Utsmani, diperkenankan untuk datang melihat dan memilih sapi yang hendak dibeli, berat badan dan kondisi sapi dijelaskan secara terbuka dan dengan kejujuran. Pihak penjual menjelaskan secara umum kekurangan dan kelebihan sapi. Dan harga ditentukan berdasarkan harga pasar. Peternakan Ma'had Utsmani menerapkan kejujuran dan amanah serta meninggalkan penipuan dan manipulasi timbangan.

KESIMPULAN

Etika merupakan salah satu aspek penting dalam ajaran Islam. Termasuk di dalamnya dalam hal hubungan mu'amalah antar sesama manusia. Dalam praktik bisnis yang dilakukan oleh Ma'had Utsmani, disimpulkan ada 4 aspek terkait etika yang dipraktikkan. Pertama, etika terkait niat dan tujuan bisnis. Bahwa niat dan tujuan bisnis Ma'had Utsmani adalah untuk mendukung operasional pesantren dan sarana mendidik para santri. Kedua, etika terkait produk bisnis. Ma'had Utsmani menjamin pemeliharaan produk atau komoditas berupa sapi, memenuhi syarat barang halal dikonsumsi dan diperjual belikan dengan menjaga kehalalan pakan ternak. Ketiga, etika terkait penentuan harga. Ma'had Utsmani tidak menentukan harga sendiri, melainkan mengikuti mekanisme harga pasar. Dan Keempat, etika terkait asas saling kerelaan. Ma'had Utsmani menerapkan khiyar majelis atau hak opsional dalam majelis akad. Bahwa pembeli diberikan kebebasan pilihan untuk melanjutkan maupun membatalkan jual beli setelah melihat produk yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Junaid, Ilmu Fiqih Pemasaran: Sisi Lain Nabi Muhammad sebagai pemasar, (Semarang: eLSA Press, 2019)
- Al-Arif, M. Nur Arianto dan Euis Amalia, Teori Mikro Ekonomi Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional (Jakarta: Kencana, 2010)
- Badrun, Faisal, Etika Bisnis Dalam Islam, (Jakarta: Prenadamedia grup, 2006)
- Laila, Etika Bisnis (klaten: Lakeisha, 2020)

- Lathifa, Eny, Pengantar Bisnis Islam (Purwodadi: CV sarnu untung, 2020)
Muhammad, Fauzi, dan Baharuddin Ahmad, Fikih Bisnis Syariah Kontemporer
(Jakarta: Kencana, 2021)
Rozalinda, Fiqh Ekonomi Syari'ah, (Jakarta: Rajawali Press, 2016).
Samsu, Metode Penelitian, (Jambi:Pusaka).
Susminingsih, Etika Bisnis Islam (Perkalongan: PT Nasya Expanding
Management, 2020)
Trihastuti, Aselina Endang, Etika Bisnis Islam, (Yogyakarta: DEEPUBLISHING,
2020)
Usman, Pengantar Bisnis Islam (Sukoharjo: CHU Media, 2021)
Widyaastuti, Sri, Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis (Malang: CV
IRDH, 2019)
Zamzam, Fakhri dan havis aravik, Etika Bisnis islam seni berbisnis keberkahan,
(Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2020)