

**PENENTUAN HARGA PEDAGANG KAKI LIMA  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus Di Jl. Malioboro Yogyakarta)**



**IAIN PURWOKERTO**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Syariah IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi  
Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)**

**IAIN PURWOKERTO**

Oleh  
**NAILAL HIDAYATI  
NIM. 1617301128**

**PROGRAM HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya:

Nama : Nailal Hidayati  
NIM : 1617301128  
Jenjang : S-1  
Jurusan : Muamalah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Syari'ah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **“PENENTUAN HARGA PEDAGANG KAKI LIMA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Di Jl. Malioboro)”** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 18 Mei 2020

Saya yang menyatakan,



Nailal Hidayati  
NIM. 1617301128



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
FAKULTAS SYARI'AH

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.ainpurwokerto.ac.id

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul:

**PENENTUAN HARGA PEDAGANG KAKI LIMA PERSPEKTIF ETIKA  
BISNIS ISLAM (Studi Kasus Di Jl. Malioboro)**

Yang disusun oleh **NAILAL HIDAYATI** (NIM. 1617301128) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **9 Juni 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Hukum (S.H.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/ Penguji I

**Bani Syarif Maula, M. Ag., LL.M.**  
NIP. 19750620 200112 1 003

Sekretaris Sidang/ Penguji II

**Agus Sunaryo, S.H.I., M.S.I.**  
NIP. 19790428 200901 1 006

**IAIN PURWOKERTO**

Pembimbing/ Penguji III

**Muhammad Fuad Zain, S.H.I., M.Sy.**

**IAIN PURWOKERTO**

Purwokerto, 22/06/2020

Dekan Fakultas Syari'ah



**Dr. Supani, S. Ag., M.A.**  
NIP. 19700705 200312 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto 18 Mei 2020

Hal : Pengajuan Munaqasyah Skripsi Sdr. Nailal Hidayati  
Lampiran : 3 Eksemplar

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syariah  
IAIN Purwokerto  
di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa :

Nama : Nailal Hidayati  
NIM : 1617301128  
Jenjang : S-1  
Jurusan : Muamalah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Syari'ah  
Judul : PENENTUAN HARGA PEDAGANG PEDAGANG KAKI  
LIMA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus Di Jl. Malioboro)

sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto untuk dimunaqasyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.).

Demikian, atas perhatian Bapak, saya mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing, 18 Mei 2020



Muhammad Fuad Zain, S.H.I., M.Sy.  
NIDN. 2016088104

**PENENTUAN HARGA PEDAGANG KAKI LIMA PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus di Jl. Malioboro)**

**ABSTRAK  
Nailal Hidayati  
NIM. 1617301128**

**Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto**

Bisnis selalu memegang peranan penting di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Agar bisnis yang dikelola itu membawa manfaat dan kemaslahatan yang positif bagi manusia sebagai bekal hidup dan kehidupan dunia maupun akhirat, maka bisnis juga harus didasari dengan etika. Ketiadaan moral dan etika dalam bisnis menyebabkan pelaku bisnis melakukan bisnis dengan cara-cara yang dilarang. Etika bisnis dalam penentuan harga merupakan hal yang penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Penentuan harga harus diperlukan untuk mencegah manusia menjual makanan dan barang lainnya dengan harga yang hanya ditentukan sesuai keinginan mereka.

Tujuan dari penelitian ini adalah dua, yaitu untuk mengetahui penentuan harga pedagang kaki lima di jalan Malioboro dan untuk mengetahui pandangan etika bisnis Islam terhadap penentuan harga pedagang kaki lima di jalan Malioboro.

Penelitian yang dilakukan termasuk penelitian lapangan (*field research*). Yaitu suatu penelitian yang bertujuan mencari data langsung di lapangan mengenai penentuan harga pedagang kaki lima di jalan Malioboro. Kemudian data tersebut diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan pedagang kaki lima, pembeli, sekertaris dan petugas Malioboro. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampel purposive sampling*, sebanyak 10% dari jumlah populasi 105 pedagang kaki lima, sehingga sampelnya adalah 10 pedagang. Data-data tersebut kemudian peneliti analisis dengan metode deskriptif kualitatif dengan teknik deduktif.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penentuan harga yang dilakukan oleh pedagang makanan kaki lima di Jalan Malioboro Yogyakarta dalam penerapannya sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, namun ada sebagian kecil pedagang yang tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan kejujuran. Hal ini didasarkan pada hasil wawancara terhadap responden pedagang makanan kaki lima dengan mengambil sampel 10% dari seluruh pedagang makanan, dan hasilnya 3% di antaranya dinyatakan tidak adil serta tidak jujur dalam menentukan harga karena membedakan harga antara pembeli lokal dan pembeli non lokal tanpa sepengetahuan pembeli.

**Kata kunci :** *Etika bisnis, Penentuan harga, pedagang kaki lima, Malioboro.*

## **MOTTO**

“Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak”. (Aldus Huxley)



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur atas AnugerahMu ya Allah, skripsi ini dapat terselesaikan dan kupersembahkan untuk:

1. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto selaku almamater yang kebanggakan.
2. Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Penguji sidang skripsi I dan II.
4. Penguji sidang skripsi III Bpk. Muhammad Fuad Zain selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
5. Abah Pondok Bpk. Kyai Taufiqurrahman yang telah memberikan ilmu dan doa yang berkah.
6. Ibuku tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan serta doa yang tak pernah putus.
7. Orang tercinta Akhmad Syarifudin, S.Pd yang selalu memberikan dukungan dan semangat penulis untuk mengerjakan skripsi ini.
8. Kelas 8 Hukum Ekonomi Syariah C beserta Teman-teman Pondok Pesantren Darul Abror khususnya komplek An-Nisa dan kamar 4 Tri, Atik, Nadia, Fitri, Deol, dan Farida serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)



ظ	za'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	.....'	Koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal pendek, vokal rangkap dan vokal panjang.

### 1. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	<i>Fathah</i>	fathah	A
— /	<i>Kasrah</i>	kasrah	I

و _____	<i>Ḍammah</i>	ḍammah	U
------------	---------------	--------	---

## 2. Vokal Rangkap.

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis
<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i	بينكم	<i>Bainakum</i>
<i>Fathah dan Wawu</i>	Au	a dan u	قول	<i>Qaul</i>

## 3. Vokal Panjang.

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Fathah + alifditulis ā	Contoh جاهلية ditulis <i>jāhiliyyah</i>
Fathah+ ya' ditulis ā	Contoh تنسى ditulis <i>tansā</i>
Kasrah + ya' mati ditulis ī	Contoh كريم ditulis <i>karīm</i>
Dammah + wawu mati ditulis ū	Contoh فروض ditulis <i>furūd</i>

### C. Ta' Marbūtah

1. Bila dimatikan, ditulis h:

حكمة	Ditulis <i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis <i>jizyah</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis <i>ni 'matullāh</i>
-----------	-----------------------------

3. Bilata *marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ditransliterasikan dengan *h* (h).

Contoh:

روضة الاطفال	<i>Raudah al-aṭfāl</i>
المدينة المنورة	<i>Al-Madīnah al-Munawwarah</i>

### D. Syaddah (Tasydīd)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

متعددة	Ditulis <i>mutáaddidah</i>
عدّة	Ditulis <i>'iddah</i>

### E. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

الحكم	Ditulis <i>al-ḥukm</i>
القلم	Ditulis <i>al-qalam</i>

## 2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*

السماء	Ditulis <i>as-Samā'</i>
الطريق	Ditulis <i>aṭ-ṭāriq</i>

## F. Hamzah

Hamzah yang terletak di akhir atau di tengah kalimat ditulis apostrof.

Sedangkan hamzah yang terletak di awal kalimat ditulis alif. Contoh:

شيئ	Ditulis <i>syai'un</i>
تأخذ	Ditulis <i>ta'khuẓu</i>
أمرت	Ditulis <i>umirtu</i>

## G. Singkatan

SWT. : Subhanahuwata 'ala

SAW. : Sallallahu 'alaihiwasallam

Q. S. : Qur'an Surat

Hlm. : Halaman

S.H. : Sarjana Hukum

Jl. : Jalan

Cet . : Cetakan

No. : Nomor

Terj. : Terjemahan

Dkk : Dan kawan-kawan

PKL : Peadagang kaki lima

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penentuan Harga Pedagang Kaki Lima Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Jl. Malioboro)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) dari Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Selama penulisan skripsi ini, pastinya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib M. Ag. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Supani S. Ag. M. A. Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr H. Ahmad Sidiq, M.H.I., M.H. Wakil Dekan I Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. Hj Nita Triana, M.Si. Wakil Dekan II Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Bani Syarif Maulana, M. Ag., LL.M Wakil Dekan III Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Agus Sunaryo, S.Ag, M.S.I. Ketua Jurusan Muamalah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

7. Muhammad Fuad Zain, S.H.I.,M.Sy. Pembimbing skripsi yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap Dosen, Staff Administrasi, dan Staff Perpustakaan IAIN Purwokerto yang telah memberikan ilmu dan pelayanan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
9. Al-Mukarram K. Taufiqurrohman selaku pengasuh pondok pesantren Darul Abror Watumas Purwokerto beserta keluarga yang senantiasa penulis harapkan barakah ilmunya.
10. Kedua orangtua M. Habib dan Habibah beserta keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan baik materi maupun doa untuk kesuksesan penulis.
11. Para pihak: Ustad dan Ustadzah Pondok Pesantren Darul Abror, Informan peneliti, Teman-teman seperjuangan program studi Hukum Ekonomi Syariah 2016, dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, semua kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan. Amiin Ya Rabbal Alamin.

Purwokerto, 18 Mei 2020

Penyusun,



Nailal Hidayati  
NIM. 1617301128

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional.....	8
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
E. Kajian Pustaka.....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II: LANDASAN TEORI</b>	
A. Konsep Penentuan Harga.....	
1. Pengertian Harga .....	14
2. Dasar Hukum Penentuan Harga .....	18
3. Tujuan Penentuan Harga .....	20
4. Tahap-tahap Penentuan harga .....	24
5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga .....	27
6. Penentuan Harga Dalam Islam.....	32
7. Konsep Harga Yang Adil .....	35
B. Etika Bisnis Islam.....	
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	40

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam .....	49
3. Perilaku Bisnis yang Dianjurkan .....	53
4. Larangan Dalam Bisnis Islam.....	58
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	62
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	62
C. Objek dan Subjek Penelitian.....	63
D. Teknik Pengumpulan Data .....	54
E. Teknik Pengambilan Sampel .....	65
F. Teknik Analisis Data .....	66
<b>BAB IV: PENENTUAN HARGA PEDAGANG KALI LIMA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM</b>	
A. Gambaran Umum .....	
1. Jalan Malioboro .....	67
2. Pedagang Kaki Lima.....	69
3. Penentuan Harga Pedagang Kaki Lima di Jalan Malioboro..	72
B. Analisis Data.....	
1. Analisis Penentuan Harga Pedagang Kali Lima di Jalan Malioboro .....	81
2. Analisis Etika Bisnis Islam.....	84
<b>BAB V: PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Dokumentasi
- Lampiran 2 Surat Rekomendasi Izin Penelitian
- Lampiran 3 Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 4 Surat Pernyataan Kesiapan Menjadi Pembimbing
- Lampiran 5 Surat Keterangan Lulus Seminar
- Lampiran 6 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 7 Blanko/Kartu Bimbingan
- Lampiran 8 Surat Keterangan Wakaf Buku Perpustakaan
- Lampiran 9 Surat Rekomendasi Ujian Skripsi ( Munaqosyah)
- Lampiran 10 Sertifikat OPAK
- Lampiran 11 Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 12 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
- Lampiran 13 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
- Lampiran 14 Sertifikat Komputer
- Lampiran 15 Sertifikat Praktek Pengalaman Lapangan (PPL)
- Lampiran 16 Biodata Mahasiswa
- Lampiran 17 Daftar Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Secara kodrati manusia merupakan makhluk individu dan juga makhluk sosial. Manusia disebut makhluk individu karena mempunyai akal dan pikiran, yang membuat mereka sanggup berdiri sendiri dan senantiasa akan mengembangkan kemampuan pribadinya guna memenuhi hakikat individualitasnya. Sedangkan manusia sebagai makhluk sosial, yaitu makhluk yang tidak bisa hidup berdiri sendiri, sehingga manusia membutuhkan interaksi sosial dalam masyarakat untuk mencukupi kebutuhan hidupnya yang dalam hukum Islam disebut dengan muamalah.

Dalam bidang muamalah salah satu transaksi yang halal dilakukan adalah praktek jual beli. Jual beli ialah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan.<sup>1</sup> Praktik jual beli atau berdagang dalam hukum bisnis merupakan bentuk usaha dalam meningkatkan taraf ekonomi masyarakat. Demikian pula dalam hukum Islam, jual beli atau berdagang menjadi praktik yang sah sebagai jalan untuk mencari rezeki. Di dalam jual beli terdapat banyak sekali manfaat, baik dari produsen yang menjualnya maupun bagi konsumen yang membelinya, atau bagi semua orang yang terlibat dalam jual beli.

---

<sup>1</sup> Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fikih Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 67.

Jual beli yang baik adalah jual beli yang didalamnya tetap memegang nilai nilai dalam al-Qur'an. Untuk mencapai jual beli atau berdagang yang baik maka banyak unsur-unsur yang harus dipenuhi yaitu berupa syarat-syarat dan rukun jual beli itu sendiri. Sebagaimana telah difirmankan oleh Allah SWT dalam Q.S Hud ayat 85 dinyatakan:

وَيَقُومِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

*“Hai kaumku, cukupkan lah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan dimuka bumi ini dengan membuat kerusakan”<sup>2</sup>*

Ayat al-Qur'an di atas menjelaskan tentang prinsip jual beli atau perdagangan untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan dalam perniagaan, adil yang dimaksud dalam ayat tersebut yaitu adil dalam menentukan takaran atau timbangan. Oleh karena seseorang yang berlaku adil dalam menjalankan usahanya untuk berdagang, hal itu tentu tidak akan membuat seseorang tertipu pada kehidupan dunia. Karena dalam prinsip perdagangan sendiri Islam melarang untuk menipu bahkan sekedar membawa kondisi yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan atau ketidakjelasan (*gharar*). Oleh karena itu agar diperoleh suatu keharmonisan dalam sistem perdagangan, diperlukan suatu perdagangan yang bermoral, seperti yang diajarkan oleh Rasulullah SAW.

Konsep dagang yang diajarkan Rasulullah ialah apa yang disebut dengan *value driven*, artinya menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai

---

<sup>2</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah: Pesan kesan, dan keserasian Al Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 311.

pelanggan. Konsep ini dianggap erat hubungannya dengan *relationship marketing*, yang berusaha menjalin hubungan erat antara pedagang, produsen, dan para pelanggan. Rasulullah tidak diragukan lagi dalam ajarannya-ajarannya selalu memperhatikan bagaimana seorang pedagang menjaga hubungan dengan konsumen, beliau tidak pernah bertengkar dengan pelanggannya. Karena reputasinya yang lurus dan tepat perhitungan dalam berdagang, semua orang yang berhubungan dengan beliau selalu merasa senang, puas, yakin dan percaya akan kejujuran Rasulullah.<sup>3</sup> Dalam perdagangan, Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas, seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan.<sup>4</sup>

Dalam konsep ekonomi Islam harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi pilihan konsumen dalam membeli atau menggunakan produk atau jasa, sehingga para produsen dalam menentukan harga harus selektif guna menarik para konsumen. Harga yang dibentuk oleh pasar memiliki dua sisi, yakni permintaan dan penawaran. Harga dibentuk murni berdasarkan permintaan dan penawaran dan tidak ada batas minimal maupun maksimal dalam penentuan harga. Akan tetapi ketika pada waktu-waktu tertentu permainan harga seringkali terjadi, harga pasar menghasilkan harga yang fluktuatif atau tidak mencerminkan harga yang sesungguhnya.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 1994), hlm. 20-21.

<sup>4</sup> Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 1.

<sup>5</sup> Sunaryo, *Ekonomi Manajerial* (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. ix.

Bisnis dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap hari. Bisnis selalu memegang peranan penting di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Hal ini pun masih berlaku di era kehidupan kita. Karena kekuatan ekonomi mempunyai kesamaan makna dengan kekuatan politik, sehingga urgensi bisnis mempengaruhi semua tingkat individu, sosial, regional, nasional dan internasional. Tidaklah mengherankan apabila jutaan manusia dewasa ini terlibat dalam berbagai kegiatan bisnis.<sup>6</sup>

Kegiatan bisnis akan bernilai sebagai ibadah jika kegiatan bisnis dilakukan dengan landasan dan pedoman atau peraturan Allah di dalam al-Quran dan sunnah Nabi Muhammad SAW. Harapannya agar bisnis yang dikelola itu membawa manfaat dan kemaslahatan yang positif bagi manusia sebagai bekal hidup dan kehidupan dunia maupun akhirat. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan etika. Oleh karena itu pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat sehingga dapat mengantarkan aktivitas biosnis yang nyaman dan berkah.<sup>7</sup>

Di dalam etika bisnis jual beli, yang terpenting adalah kejujuran. Kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang beriman. Sebaliknya kebohongan adalah pangkal cabang kemunafikan. Cara bisnis yang paling banyak memperburuk citra

---

<sup>6</sup> Muhammad Farid dan Amilatul Zahroh, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian". *Iqtishoduna*. Vol. 6 No. 2, 2015, 13. [www.iainsyarifuddin.ac.id](http://www.iainsyarifuddin.ac.id), diakses 07 Januari 2020, pukul 06. 35 WIB.

<sup>7</sup> Sri Ramadhan, "Pengaruh Harga Psikologis Terhadap Etika Bisnis". *Maqdis (Jurnal Kajian Ekonomi Islam)*, Vol. 1 No. 1, 2016, <https://journal.febi.uinib.ac.id>, diakses 13 Februari 2020, pukul 6.41 WIB.

perniagaan adalah kebohongan, manipulasi dan mencampur aduk kebenaran dengan kebathilan.<sup>8</sup>

Aktivitas ekonomi dan bisnis selalu memiliki relasi dengan etika, oleh karena itu bisnis tidak bisa dilepaskan dari nilai sosial dan budaya masyarakat dimana etika itu dipraktikkan. Sebagaimana halnya aspek-aspek lain dalam kehidupan manusia yang melibatkan etika, dan bisnis pun selalu dikaitkan dengan etika sehingga muncullah apa yang disebut dengan etika dalam bisnis dan bisnis yang etis.<sup>9</sup>

Agar seorang pengusaha tidak terjebak dalam kerjasama yang tidak berkah dan dapat menimbulkan *antitrust* di antara pelaku bisnis. Maka mempelajari beberapa akad kerja sama, jual beli, sewa menyewa dan yang lainnya, adalah sesuatu yang sangat penting. Seorang pebisnis harus senantiasa meng-*update* pengetahuannya dalam bidang ekonomi bisnis Islam, agar tidak terjebak dalam transaksi yang tidak halal. Selain itu, ia haruslah selalu mengamati peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga.<sup>10</sup>

Saat ini banyak sekali dijumpai kegiatan jual beli. Terutama dikota-kota besar yang memiliki banyak tempat wisata, sehingga banyak wisatawan yang berdatangan dan pastinya tidak terlepas dari kegiatan jual beli. Salah satu kota yang menarik untuk diteliti adalah kota Yogyakarta, karena kota tersebut selalu ramai di datangi oleh wisatawan dari berbagai daerah luar yoga

---

<sup>8</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Moral dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: Robbani Press, 1997), hlm. 293.

<sup>9</sup> Muhammad, *Pradigma, metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 49-50.

<sup>10</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 39.

bahkan luar negeri. Di Yogya sendiri tempat wisata yang selalu ramai yaitu jalan Malioboro. Karena disitu terdapat berbagai macam kuliner dan jajanan serta oleh-oleh khas yogya, selain itu Malioboro juga berada di pusat kota yang dekat dengan tempat wisata lainnya.

Mengingat pentingnya suatu penentuan harga dalam kegiatan jual beli hal ini mendorong peneliti untuk meneliti tentang harga jual sebuah produk makanan yang berada di jalan Malioboro. Makanan yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah jenis makanan yang biasa diperdagangkan oleh pedagang kaki lima di Jalan Malioboro, seperti sayur pecel, pecel lele, lamongan, kupat tahu, penyetan, ayam goreng, gudeg, soto, ayam geprek dan jajanan pasar lainnya. Perbedaan dan perubahan harga bisa terjadi dalam kegiatan jual beli dikalangan pedagang kaki lima tersebut. Sebagai contoh dalam memberikan atau menentukan harga berdasarkan siapa pembeli atau konsumen yang membeli. Sebagian dari pedagang kaki lima menentukan harga yang berbeda ketika pembeli berasal dari luar daerah, namun menentukan harga seperti biasa jika pembeli berasal dari lingkungan tersebut atau pembeli lokal. Tetapi sebagian besar pedagang kaki lima juga menentukan harga asli tanpa memandang siapa pembelinya.

Dalam transaksi jual beli tersebut, pedagang kaki lima yang berada di jalan Malioboro dalam menentukan harga sebuah makanan sesuai dengan keadaan, misalnya jika banyak wisatawan maka penjual akan menaikkan harga

makanan tersebut beberapa kali lipat dari harga pasar.<sup>11</sup> Sebagai contoh salah satu wisatawan yang berasal dari luar daerah mengalami kenaikan harga yang sangat signifikan, yaitu dia membeli satu porsi pecel seharga Rp. 35.000, harga tersebut menurutnya sangat tidak wajar karena tidak sesuai dengan harga di pasar pada umumnya.<sup>12</sup>

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal, maka dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Dalam Islam ada hukum tentang jual beli, baik rukun, syarat maupun jual beli yang diperbolehkan ataupun yang tidak diperbolehkan. Islam pada dasarnya juga menganut kebebasan terkait, maksudnya yaitu kebebasan dalam melakukan transaksi dengan tetap memegang nilai-nilai keadilan, ketentuan agama dan etika bisnis Islam. Oleh karena itu, Islam melarang jual beli atau perdagangan yang di dalamnya terdapat transaksi yang mengandung unsur *gharar* yang berakibat keuntungan disatu pihak dan kesewenang-wenangan dipihak lain. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh dengan melakukan suatu penelitian ilmiah dengan judul **“PENENTUAN HARGA PEDAGANG KAKI LIMA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM” (Studi Kasus Di Jl. Malioboro Yogyakarta).**

---

<sup>11</sup> Ngadiyem, Pedagang kaki lima, “wawancara”, pada tanggal 9 September 2019, pukul 11.00 WIB.

<sup>12</sup> Eko Yulianto, Wisatawan, “wawancara”, pada tanggal 9 September 2019, pukul 11.30 WIB.



## B. Definisi Operasional

### 1. Penentuan harga

Penentuan harga merupakan suatu strategi yang menjadi kunci dalam perusahaan sebagai bentuk konsentrasi dari deregulasi dan persaingan pasar secara global yang semakin sengit.<sup>13</sup>

### 2. Pedagang kaki lima

Pedagang kaki lima adalah mereka yang melakukan kegiatan usaha dagang perorangan atau kelompok yang dalam menjalankan usahanya menggunakan tempat-tempat fasilitas umum, seperti trotoar, pinggir-pinggir jalan umum, dan lain sebagainya. Pedagang yang menjalankan kegiatan usahanya dalam waktu jangka tertentu dengan menggunakan sarana atau perlengkapan yang mudah dipindahkan, dibongkar pasang dan mempergunakan lahan atau fasilitas umum sebagai tempat untuk usaha.<sup>14</sup>

### 3. Etika Bisnis Islam

Akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> <https://sarjanaekonomi.co.id/penetapan-harga>, diakses 11 Juni 2020, pukul 08. 10 WIB.

<sup>14</sup> Moch. Hatta Kurniawan, dkk, "Analisis Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima". *Jurnal Administrasi Negara*. Vol. 3, no. 1, 2015, hlm. 5, <https://journal.stialanmakassar.ac.id>, diakses 06 September 2019, pukul 09. 45 WIB.

<sup>15</sup> Erly Juliani, "Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam". *Jurnal Ulumul Qura*. Vol. VII, No. 1, 2016, hlm. 65, [ejournal.kopertais4.or.id](http://ejournal.kopertais4.or.id), diakses pada tanggal 21 Februari 2020, pukul 09. 33 WIB.

### **C. Rumusan masalah**

1. Bagaimana penentuan harga pada pedagang kaki lima di Jalan Malioboro?
2. Bagaimana Pandangan Etika Bisnis Islam terhadap penentuan harga pedagang kaki lima di Jalan Malioboro?

### **D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui praktek pedagang kaki lima dalam penentuan harga di Jalan Malioboro.
- b. Untuk mengetahui Pandangan Etika Bisnis Islam terhadap Praktek Pedagang Kaki Lima dalam penentuan harga jual di Jalan Malioboro.

#### **2. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Teoritis**

- 1) Dari informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan, khususnya pada bidang keilmuan tentang Etika Bisnis Islam

- 2) Dari informasi yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya tentang penelitian yang berkaitan dengan pembahasan ini.

##### **b. Manfaat Praktis**

- 1) Sebagai sarana peneliti untuk dapat mengetahui informasi bagaimana praktik pedagang kaki lima dalam penentuan harga jual di Jalan Malioboro.

- 2) Sebagai informasi bagi masyarakat tentang bagaimana praktek yang dilakukan pedagang kaki lima di Jalan Malioboro.

## E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah penelusuran terhadap karya-karya terdahulu yang terkait, untuk menghindari duplikasi serta menjamin keabsahan penelitian yang dilakukan. Berdasarkan hal tersebut maka sangat diperlukan adanya suatu kajian pustaka dalam suatu penelitian, antara lain:

Skripsi Ely Nur Jaliyah (2010) yang berjudul tentang “Pandangan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Dalam Jual Beli Di Rumah Makan Prasmanan Pendowo Limo JL. Bima Sakti No. 37 Sapen Yogyakarta”, membahas tentang jual beli makanan yang bertemakan prasmanan dengan mekanisme para pembeli mengambil sendiri makanan apa yang diinginkan banyak ataupun sedikit makanan yang diambil harga pokoknya tetap sama.<sup>16</sup>

Skripsi Isnaini Widya Nur Arista (2018) yang berjudul tentang “Mekanisme Penetapan Harga Barang Atas Jual Beli Sepeda Motor Bekas Di UD Maryono Motor Colomadu Dalam Pandangan Ekonomi Islam”, membahas tentang jual beli sepeda motor dalam mengambil keuntungan ada perbedaan terhadap pembelinya yaitu jika pembeli masih ada ikatan kerabat

---

<sup>16</sup> Ely Nur Jaliyah, “Pandangan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga dalam Jual Beli di Rumah Makan Prasmanan Pendowo Limo JL Bima Sakti No. 37 Sapen Yogyakarta”, *skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010).

atau sesama penjual maka akan dikenai harga lebih murah dibanding dengan yang bukan kerabat atau sesama pedagang.<sup>17</sup>

Skripsi Muhamad Nasir (2017) yang berjudul tentang “Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin Di Pasar Tradisional Ditinjau Menurut Persepektif Hukum Islam”, membahas tentang penetapan harga ikan asin di pasar tradisional dengan dipasar rakyat berbeda. Jika dipasar tradisioanal pedagang menawarkan harga sesuai dengan yang sudah ditetapkan sebelumnya, sedangkan dipasar rakyat pedagang menawarkan harga dibawah harga yang telah ditetapkan.<sup>18</sup>

Skripsi Teguh Arfiyanto (2004) yang berjudul “Penetapan Harga Makanan di Kantin Pondok Pesantren Sunan Pandan Aran Yogyakarta dalam Persepektif Hukum Islam”, yaitu membahas mengenai penetapan harga makanan yang dilakukan dikantin putra tersebut menyimpang dari salah satu prinsip penetapan harga, yaitu adanya perubahan harga yang tidak menentu dan tidak disesuaikan dengan kualitas makanan. Makanan yang ada dikantin tersebut sebagian sudah tidak layak untuk dikonsumsi (kadaluarsa) tetapi masih tetap di pasarkan.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Isnaini Widya Nur Arista, “Mekanisme Penetapan Harga atas Jual Beli Sepeda Motor Bekas di UD Maryono Motor Colomadu dalam Pandangan Ekonomi Islam”, *skripsi* (Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2018).

<sup>18</sup> Muhammad Nasir, “Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Ditinjau Menurut Persepektif Hukum Islam: Studi Kasus pada Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Kota Fajar Kabupaten Aceh Selatan”, *skripsi* (Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Rainy Aceh, 2017).

<sup>19</sup> Teguh Arifiyanto, “Penetapan Harga Makanan di Kantin Pondok Pesantren Sunan Pandan Aran Yogyakarta dalam Persepektif Hukum Islam”, *skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2004).

<b>Penelitian Terdahulu</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
Ely Nur Jaliyah “Pandangan Hukum Islam terhadap penetapan harga dalam jual beli di rumah makan prasmanan pendowo limo”	mempunyai persamaan dengan penelitian yang saya lakukan, yaitu sama-sama membahas mengenai penentuan/penetapan harga.	Penelitian yang dilakukan Ely Nur Jaliyah mempunyai perbedaan dari objek dan persepektifnya Hukum Islam, sedangkan yang saya teliti tentang etika bisnis Islam.
Issnaini Widya Nur Arista “Mekanisme Penetapan Harga Barang Atas Jual Beli Sepeda Motor Bekas”.	Dalam penelitian sama-sama membahas tentang penentuan/penetapan Harga.	Penelitian yang dilakukan Isnaini Widya Nur Arista perspektifnya Hukum Islam, sedangkan yang saya teliti tentang etika bisnis Islam.
Muhamad Nasir “Analisi Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin”	Penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama membahas tentang penentuan/penetapan Harga Pedagang.	Penelitian yang dilakukan Muhamad Nasir persepektifnya Hukum Islam, sedangkan yang saya teliti etika bisnis Islam.
Teguh Afriyanto “Penetapan Harga Makanan di Kantin Pondok Pesantren”	Penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama membahas tentang penentuan/penetapan harga makanan.	Penelitian yang dilakukan Teguh Afriyanto persepektifnya Hukum Islam sedangkan penelitian saya persepektifnya Etika Bisnis Islam.

Dari beberapa sumber yang telah diperoleh, dapat disimpulkan bahwasanya penelitian atau karya-karya sebelumnya pembahasan mengenai penentuan harga sudah banyak di temukan, namun pembahasan secara spesifik tentang penentuan harga pedagang kaki lima khususnya di Jalan Malioboro Yogyakarta belum ditemukan. Dari pembahasan ini perlu dikaji lebih mendalam diakarenakan berbeda, dan belum pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Dalam penulisan proposal ini dibagi menjadi lima bab untuk memudahkan pemahaman dan pembahasan yang akan di bahas satu persatu, sehingga permasalahan yang ada di dalamnya menjadi lebih jelas, berikut ini adalah pembahasan bidang masalah:

Bab I memuat pendahuluan yang terdiri dari: yaitu latar belakang masalah, fokus kajian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika pembahasan.

Bab II landasan teori yang membahas tentang teori yang digunakan untuk menjadi dasar penelitian yang terdiri dari konsep penentuan harga, pengertian dan dasar hukum penentuan harga, pengertian etika bisnis islam dan prinsip-prinsip etika bisnis islam.

Bab III bab ini membahas tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian dan metode analisis data.

Bab IV analisis dan hasil penelitian dimana penulis akan melakukan analisis tentang gambaran penentuan harga pedagang kaki lima di Jalan Malioboro, mekanisme penentuan harga menurut prinsip-prinsip etika bisnis dalam islam.

Bab V yaitu penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari penulis untuk semua pembaca.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data yang peneliti lakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penentuan harga yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di jalan Malioboro didasarkan pada kesepakatan para pedagang melalui paguyuban yang diketahui oleh dinas pengelolaan UPT Malioboro. Dalam kesepakatan tersebut setiap paguyuban menentukan harga maksimal dan minimal dari tiap menu yang diperdagangkan, akan tetapi selisih harga antar pedagang tidak jauh berbeda. Penentuan harga tersebut juga disebabkan karena beberapa faktor yaitu; permintaan, persaingan, biaya, tujuan pelaku usaha dan pengawasan pemerintah. Namun selain itu juga masih ada sebagian pedagang yang menentukan harga dengan melihat darimana pembeli itu berasal.
2. Pandangan etika bisnis Islam terhadap penentuan harga yang dilakukan oleh pedagang makanan kaki lima di jalan Malioboro Yogyakarta dalam penerapannya sudah sesuai dengan etika bis Islam, namun ada sebagian kecil pedagang yang tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan kejujuran. Hal ini didasarkan pada hasil wawancara terhadap responden pedagang makanan kaki lima dengan mengambil sampel 10% dari seluruh pedagang makanan, dan hasilnya 3% di antaranya dinyatakan tidak adil serta tidak

jujur dalam menentukan harga karena membedakan harga antara pembeli lokal dan pembeli non lokal tanpa sepengetahuan pembeli.

## **B. Saran**

1. Untuk Pedagang Sebaiknya para pedagang lebih jujur lagi dalam transaksi jual beli, agar pembeli merasa lebih nyaman. Dan tidak menggunakan aji mumpung dalam menentukan harga.
2. Untuk pembeli sebaiknya tidak sungkan-sungkan untuk menanyakan harganya terlebih dahulu agar tidak merasa dirugikan.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar lebih dikembangkan lagi penelitian mengenai penentuan harga. Karena harga juga merupak salah satu faktor penting dalam jual beli dan masih banyak pedagang kaki lima yang menentukan harga tidak berdasarkan etika bisnis Islam.

**IAIN PURWOKERTO**



## DAFTAR PUSTAKA

- Afdhol Abdul Hanaf, dkk, “ Subjek Dan Objek Penelitian”, academia.edu, [https://www.academia.edu/25848592/SUBJEK\\_DAN\\_OBJEK\\_PENELITI](https://www.academia.edu/25848592/SUBJEK_DAN_OBJEK_PENELITI) AN. Diakses pada tanggal 29 Januari 2020 pukul 15:28 WIB.
- Agus Ariyanto. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Agustin, Hamdi. *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Al- Ghazali, Imam. *Ihya 'Ulumiddin*. Jakarta Selatan: Republika Press, 2004.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Anonim, “Jalan Malioboro”, Wikipedia, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Jalan\\_Malioboro](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Jalan_Malioboro). Diakses pada tanggal 26 Januari 2020 pukul 20:34 WIB
- Anonim, ”Pedagang Kaki Lima”, Wikipedia, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pedagang\\_kaki\\_lima](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pedagang_kaki_lima). Diakses pada tanggal 30 Januari 2020 Pukul 9:53 WIB.
- Anonim, “Penetapan harga”, Wikipedia, <https://sarjanaekonomi.co.id/penetapan-harga>. Diakses pada tanggal 26 Juni 2020 pukul 08:10 WIB.
- Angipora, Marius. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo, 2002.
- Arifiyanto, Teguh. “Penetapan Harga Makanan di Kantin Pondok Pesantren Sunan Pandan Aran Yogyakarta dalam Persepektif Hukum Islam”. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2004.
- Assuari, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2002.
- Astrid, Desy Anindya. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua”. *At-Tawassuth*, Vol. II, no. 2, 2017, [jurnal.uinsu.ac.id](http://jurnal.uinsu.ac.id).
- Asy'are, Musa. *Etika & Konspirasi Bisnis*. Yogyakarta : LESFI, 2015.
- Azwar, Adiwarmarman Karim. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam. Edisi Ketiga*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.

- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenada Media Group, 2006.
- Bakar, Ismail Muhammad. *al-Qawa'id al-Fiqhiyah Baina al-Ashalah wa al-Taujih*. TT: Daar al-Manar, 1997.
- Departemen Negara RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Jakarta: Lautan Lestari, 2007.
- Didik Wahyudi, "Malioboro Yogyakarta Wisata Belanja Dan Sejarah", njogja, <https://www.njogja.co.id/kota-yogyakarta/malioboro-yogyakarta/>. Diakses pada tanggal 28 Januari 2020 pukul 15:30
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Edwin, Mustafa Nasution, dkk. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Farid, Muhammad dan Amilatuz Zahroh. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian". *Iqtishoduna*. Vol. 6, No. 2, 2015. [www.iainsyarifuddin.ac.id](http://www.iainsyarifuddin.ac.id).
- Ghazaly, Abdul Rahman, dkk. *Fikih Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Hatta, Moch Kurniawan, dkk. "Analisis Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima". *Jurnal Administrasi Negara*. Vol. 3, no. 1, 2015. <https://journal.stialanmakassar.ac.id>.
- Idri, *Hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Ismail, Muhammad Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Isnani Press, 2002.
- Juliani, Erly. "Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam". *Jurnal Ulumul Qura*. Vol. VII, No. 1, 2016. [ejournal.kopertais4.or.id](http://ejournal.kopertais4.or.id).
- Karim, Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: IIIT Indonesia, 2002.
- Kasmir, *Kewirausahaan Edisi 1*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Kasmir, *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kementrian Agama Islam RI, *Al Qur'an dan Tafsirnya*. Jakarta: Lentera Abadi, 2010.
- Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: SYGMA, 2007.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi kedelapan jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajmenen Pemasaran Edisi 13*. Bandung: Penerbit Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 jilid 2*. Jakarta: Indeks, 2008.
- Muhammad, Djakfar. *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: YKPN, 2004.
- Muhammad, *Pradigma, metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Nasir, Muhammad. “Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Ditinjau Menurut Persepektif Hukum Islam: Studi Kasus pada Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Kota Fajar Kabupaten Aceh Selatan”. *Skripsi*. Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Rainy Aceh, 2017.
- Nawab, Syed Haider Naqvi. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Nawawi, Ismail Uha, *Isu-Isu Ekonomi Islam 4 Nalar Bisnis*. Jakarta: VIV Press, 2013.
- Nur Jaliyah, Ely. “Pandangan Hukum Islam Terrhadap Penentuan Harga dalam Jual Beli di Rumah Makan Prasmanan Pendowo Limo JL Bima Sakti No. 37 Sapen Yogyakarta”. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.
- O. C. Ferrell, *BUSINESS*. Mexico: media project, 2011.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Qardhawi, Yusuf. *Peran Nilai Moral dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Robbani Press, 1997.
- Rambat dan Hamdni. *Ekonomi Manajerial*, Edisi ke-1. Bandung: Remaja Rodakarya, 2008.

- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari. *Islamic Economics*. Jakarta: PT Bumi Perkasa, 2009.
- Rivai, Veithzal Zainal, dkk. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Business and Economics Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Riyono, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua”. *Jurnal STIE Semarang*. Vol. 8, no. 2, 2016. <https://www.neliti.com>.
- Quraish, Shihab M. *Tafsir al-Misbah: Pesan kesan, dan keserasian Al Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Sami, Abdul Al Mishri. *Pilar-Pilar Ekonomi Cet Ke-1*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- Sri Ramadhan, “Pengaruh Harga Psikologis Terhadap Etika Bisnis”. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*. Vol. 1, no. 1, 2016. <https://journal.febi.uinib.ac.id>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sumar'in, *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Sunaryo, *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Swastha, Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty yogyakarta, 2008.
- Syafei, Rahmat. *Fikih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2000.
- Tanjung, Hendri & Abrista Devi. *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing, 2013.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 1997.
- Triyanta. Agus. *Hukum Ekonomi Islam*. Yogyakarta: FH UII Press, 2012.
- Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business And Economics Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Velasquez, Manuel G. *Etika Bisnis*. Yogyakarta : Andi, 2002..

Widya Nur Arista, Isnaini. “Mekanisme Penetapan Harga atas Jual Beli Sepeda Motor Bekas di UD Maryono Motor Colomadu dalam Pandangan Ekonomi Islam”. *Skripsi*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2018.

Yafie, Ali, dkk. *Fiqih Perdagangan Bebas*. Bandung: TERAJU, 2003.

Yunia, Ika. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2013.

