Jurnal Pustaka Cendekia Hukum dan Ilmu Sosial
Volume 4, No. 2, Juni 2026 – September 2026, pp. 3840-3848
E-ISSN: 2987-4475
https://pchukumsosial.org/index.php/pchs

Dekonstruksi Praktik Tawar-Menawar Pasar Tradisional: Perspektif Normatif dan Aksiologis Etika Bisnis Islam

Riska Ayu Putri[1*], Daud[2], Siti Fatimah[3]
[1,2,3] Institut Islam Al Mujaddid Sabak, Jl. Pematang Pasir, Parit Culum II, Kec. Muara Sabak Barat, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, Jambi
riskaap43@gmail.com

Abstract

Common narratives surrounding traditional markets often romanticize bargaining (bai' musawamah) as an embodiment of mutual consent (an-tarāḍin) and justice. However, a literature gap reveals a lack of critical studies deconstructing bargaining as an arena of power relations. This study aims to deconstruct bargaining practices in the Muara Sabak Barat Traditional Market through the dual lenses of normative and axiological Islamic Business Ethics. Employing a qualitative socio-religious critical approach with a deconstructive perspective, data were gathered via passive participant observation and in-depth interviews with traders, buyers, market managers, and religious figures. Data analysis utilized the Miles, Huberman, and Saldana interactive model integrated with a normative-axiological ethical deconstruction framework. Findings reveal that agreed prices often represent pseudo-consent driven by anchoring prices, information asymmetry, and negotiation fatigue. Normatively and axiologically, the application of Islamic business ethics remains pragmatic-formal; while fulfilling transaction freedom (option to exit), it is distorted by micro-yamin ghamus (false cost claims), covert tadlis (concealing defects), and price discrimination based on social proximity. The novelty of this research redefines an-tarāḍin from mere absence of physical coercion to genuine informed consent. Theoretical and practical implications highlight the necessity of ethical leadership and information transparency to achieve a just price (thaman al-'adl).

Keywords: Axiology of Islam, An-Tarāḍin, Bai' Musawamah, Deconstruction, Islamic Business Ethics

Abstrak

Narasi umum mengenai pasar tradisional sering kali meromantisasi tawar-menawar (bai' musawamah) sebagai wujud keadilan dan kerelaan bersama (an-tarāḍin). Research gap menunjukkan belum ada kajian kritis yang mendekonstruksi tawar-menawar sebagai arena pertarungan relasi kuasa. Penelitian ini bertujuan untuk mendekonstruksi praktik tawar-menawar di Pasar Tradisional Muara Sabak Barat melalui dualitas perspektif normatif dan aksiologis Etika Bisnis Islam. Menggunakan pendekatan kualitatif sosio-religius kritis berperspektif dekonstruktif, data dikumpulkan melalui observasi partisipatif pasif dan wawancara mendalam terhadap pedagang, pembeli, pengelola pasar, serta tokoh agama. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang diintegrasikan dengan kerangka dekonstruksi etika normatif-aksiologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesepakatan harga yang terbentuk cenderung bersifat kerelaan semu (pseudo-consent) akibat anchoring price, asimetri informasi, dan titik lelah bernegosiasi. Secara normatif dan aksiologis, penerapan etika bisnis Islam masih berada pada taraf pragmatis-formal—memenuhi kebebasan bertransaksi (option to exit), namun terdistorsi oleh yamin ghamus mikro (klaim modal palsu), tadlis terselubung (penyembunyian cacat), dan diskriminasi harga berbasis kedekatan sosial (social proximity). Novelty penelitian ini meredefinisi an-tarāḍin dari sekadar ketiadaan paksaan fisik menjadi kerelaan terinformasi (informed consent). Implikasi teoritis dan praktis mendesak perlunya kepemimpinan etis dan transparansi informasi guna mewujudkan harga yang adil (thaman al-'adl).

Kata Kunci: Aksiologi Islam, An-Tarāḍin, Bai' Musawamah, Dekonstruksi, Etika Bisnis Islam.

Copyright (c) 2026 Riska Ayu Putri, Daud, Siti Fatimah

✉Corresponding author: Riska Ayu Putri
Email Address: riskaap43@gmail.com (Jl. Pematang Pasir, Parit Culum II, Kec. Muara Sabak Barat, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, Jambi)
Received 12 September 2026, Accepted 18 September 2026, Published 24 September 2026

PENDAHULUAN

Pasar tradisional secara historis dipandang sebagai ruang ekonomi-sosial inklusif yang memfasilitasi interaksi harga secara dinamis melalui mekanisme tawar-menawar (bai' musawamah). Dalam diskursus ekonomi Islam, transaksi ini pada dasarnya diperbolehkan selama berlandaskan pada

prinsip an-tarāḍin (suka sama suka) sebagaimana dimandatkan dalam QS. An-Nisa [4]: 29, serta terbebas dari distorsi moral seperti gharar (ketidakpastian), tadlis (penipuan), dan najsy (manipulasi penawaran) (Fazerin et al., 2025; Kemenag, 2022). Namun, pembacaan terhadap praktik tawar-menawar selama ini cenderung terjebak pada narasi romantisasi yang mengasumsikan bahwa kesepakatan harga secara otomatis merepresentasikan kerelaan dan keadilan substantif bagi kedua belah pihak. Narasi ini mengabaikan kemungkinan hadirnya ketimpangan posisi tawar dan eksploitasi terselubung di dalam proses negosiasi harga tersebut.

Berbagai studi empiris terdahulu umumnya mengonfirmasi penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional dengan pendekatan deskriptif-konfirmatif. Saputra (2025) serta Lathifah dan Rahman (2024) menemukan bahwa mayoritas pedagang memahami nilai tauhid, kejujuran (ṣidq), dan kebajikan (iḥsān), meskipun keterbukaan informasi kualitas barang dan transparansi marjin keuntungan masih diimplementasikan secara tidak konsisten. Temuan senada diperkuat oleh Putri et al. (2023) yang mengidentifikasi adanya hambatan struktural berupa tekanan kompetisi dan kebiasaan lokal yang memicu terjadinya asimetri informasi dalam penetapan harga. Meskipun studi-studi tersebut berhasil memotret tingkat kepatuhan etis pedagang, penelitian terdahulu masih melihat tawar-menawar sebagai entitas tunggal yang given dan sebatas menilai kesesuaian tindakan pelaku pasar dengan indikator Etika Bisnis Islam secara praktis-permukaan.

Kelemahan mendasar dalam literatur yang ada terletak pada tiadanya kritik konseptual terhadap mekanisme tawar-menawar itu sendiri sebagai sebuah arena relasi kuasa. Penulis mengidentifikasi adanya literatur gap, di mana belum ada kajian yang secara khusus melakukan dekonstruksi terhadap asumsi-asumsi dasar bai’ musawamah untuk mengurai bagaimana taktik negosiasi, tekanan psikologis, dan penguasaan informasi mendistorsi makna kerelaan yang sejati. Asimetri informasi yang dialami pembeli sering kali dimanfaatkan penjual untuk menetapkan bargaining range yang tidak adil, sehingga kesepakatan akhir (an-tarāḍin) yang terbentuk hanyalah kerelaan semu (pseudo-consent) akibat ketiadaan opsi lain (Siddiqi & Umaroh, 2025). Oleh karena itu, diperlukan pisau analisis krisis yang tidak hanya menguji kesesuaian empiris, tetapi juga membongkar struktur relasi dalam transaksi pasar tradisional.

Secara normatif dan aksiologis, Etika Bisnis Islam menuntut bahwa transaksi jual beli harus memberikan kemaslahatan (maslaḥah) dan keadilan distributif ('adl), bukan sekadar memenuhi legalitas formal akad. Dari kacamata normatif, bai' musawamah mewajibkan adanya iktikad baik dan transparansi dari penjual maupun pembeli tanpa memanfaatkan kerentanan lawan transaksinya (Permana, 2025). Sementara dalam dimensi aksiologis, keberkahan dan keadilan suatu transaksi diukur dari dampak nilai moral yang ditimbulkannya—apakah interaksi tawar-menawar tersebut melahirkan kepuasan yang adil atau justru meninggalkan rasa tereksploitasi bagi salah satu pihak. Melalui lensa dekonstruksi, penelitian ini membedah norma dan aksiologi Etika Bisnis Islam untuk memetakan secara presisi batasan antara kebebasan bernegosiasi yang sah dengan bentuk-bentuk manipulasi harga yang terselubung.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan dekonstruksi atas praktik tawar-menawar di Pasar Tradisional Muara Sabak Barat melalui dualitas perspektif normatif dan aksiologis Etika Bisnis Islam. Kebaruan (novelty) dari penelitian ini terletak pada redesain analitis yang menempatkan tawar-menawar bukan sekadar sebagai tradisi lokal atau alat penentu harga, melainkan sebagai objek kritik yang diurai batas-batas Etika Bisnis Islam-nya untuk menemukan bentuk keadilan harga (just price) yang substantif. Implikasi teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat merekonstruksi pemahaman akademis mengenai batasan an-tarāḍin dalam bai' musawamah, sekaligus memberikan kontribusi praktis dalam merumuskan panduan etis transaksi yang lebih transparan dan berkeadilan bagi pelaku pasar tradisional di tingkat lokal maupun nasional.

METODE

Penelitian kualitatif ini mengadopsi pendekatan sosio-religius kritis berperspektif dekonstruktif untuk membedah batas-batas etis dan relasi kuasa dalam praktik tawar-menawar (bai’ musawamah) di Pasar Tradisional Muara Sabak Barat. Pendekatan ini tidak sekadar merekam realitas secara deskriptif, melainkan membongkar (deconstructs) struktur wacana dan motif tersembunyi di balik kesepakatan harga yang selama ini diasumsikan berlandaskan an-tarāḍin (suka sama suka) (Mufid et al., 2024). Peneliti bertindak sebagai instrumen utama (key instrument) yang terlibat langsung dalam konteks alamiah interaksi pasar, memungkinkan penggalian data mikro terkait taktik negosiasi, asimetri informasi, dan tekanan psikologis yang memengaruhi penetapan harga. Peneliti menerapkan prinsip pengamatan terbuka (overt observation) serta mengedepankan etika penelitian sosial Islam guna menjamin objektivitas tanpa mengganggu dinamika transaksi riil di lapangan (Anwar et al., 2023).

Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling yang dikombinasikan dengan kriteria variasi maksimal (maximum variation sampling) untuk menangkap spektrum perilaku transaksi secara komprehensif. Informan kunci mencakup pedagang komoditas utama (bahan pokok dan barang tahan lama) berstatus lama dan baru, pembeli dari beragam latar belakang sosial-ekonomi, pengelola pasar, serta tokoh agama setempat yang memahami prinsip Fiqh Muamalah (Basyir et al., 2024). Penetapan sampel dihentikan ketika data telah mencapai titik jenuh (data saturation), di mana tidak ada pola tindakan atau wacana tawar-menawar baru yang ditemukan. Diversifikasi informan ini krusial untuk memetakan bagaimana relasi kuasa dan keterbukaan informasi terbentuk secara subjektif antara penjual dan pembeli selama proses tawar-menawar berlangsung (Ahmad & Fauzi, 2025).

Data primer dikumpulkan melalui triangulasi teknik yang meliputi observasi partisipatif pasif terhadap interaksi verbal-nonverbal tawar-menawar dan wawancara mendalam (in-depth interview) berpanduan semi-terstruktur. Observasi difokuskan pada penentuan bargaining range, pengungkapan cacat/kualitas barang, serta respons emosional saat negosiasi mencapai titik temu. Sementara itu, wawancara mendalam menggali motif etis, pemahaman nilai-nilai ṣidq (kejujuran) dan 'adl (keadilan), serta rasionalisasi pedagang ketika menggunakan taktik penawaran tertentu. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumen terkait regulasi harga pasar lokal, profil demografi pedagang, dan literatur Fiqh

Muamalah klasik maupun kontemporer yang relevan (Habibi et al., 2023). Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan metode, serta member checking guna memastikan keakuratan interpretasi peneliti atas narasi para informan.

Analisis data dilaksanakan mengacu pada model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang diintegrasikan dengan kerangka dekonstruksi etika normatif-aksiologis. Tahapan analisis diawali dengan kondensasi data (data condensation), di mana transkrip wawancara dan catatan lapangan dikategorikan berdasarkan konstruk normatif (seperti tadlis, gharar, dan najsy) serta indikator aksiologis (maslaḥah dan keberkahan). Selanjutnya, data disajikan (data display) dalam bentuk matriks komparatif antara klaim etis pelaku pasar dengan praktik tawar-menawar aktual di lapangan. Pada tahap akhir, penarikan kesimpulan (conclusion drawing/verification) dilakukan dengan mendekontruksi asumsi-asumsi kesepakatan harga untuk memetakan batas artikulasi antara kebebasan bernegosiasi yang sah dan manipulasi harga yang terselubung menurut etika bisnis Islam (Rahmat & Hasanah, 2025).

HASIL DAN DISKUSI

Pasar Tradisional Muara Sabak Barat di Kabupaten Tanjung Jabung Timur secara historis dan sosiologis memegang peranan krusial sebagai episentrum distribusi komoditas serta ruang interaksi sosio-ekonomi masyarakat lokal. Aktivitas perdagangan yang berlangsung secara konvensional di kawasan ini menjadikan mekanisme tawar-menawar (bai' musawamah) sebagai sarana utama pembentukan harga antara penjual dan pembeli. Namun, gambaran umum ini menyembunyikan dinamika relasi yang kompleks di mana penetapan harga tidak sekadar didasarkan pada perjumpaan permintaan dan penawaran rasional, melainkan dipengaruhi oleh asimetri informasi, variabel emosional, dan preferensi personal (Kurniati et al., 2024). Fenomena perbedaan harga untuk komoditas homogen antar-pedagang mengindikasikan bahwa struktur pasar belum mencapai efisiensi informasi, sehingga proses tawar-menawar menjadi arena pertarungan bargaining power yang rentan menimbulkan distorsi harga.

Melalui pisau analisis dekonstruksi, temuan empiris menunjukkan bahwa klaim kerelaan bersama (an-tarāḍin) dalam tawar-menawar di Pasar Tradisional Muara Sabak Barat sering kali bertumpu pada kesepakatan yang bersifat semu (pseudo-consent). Proses negosiasi diawali dengan penetapan harga awal (anchoring price) oleh pedagang yang terindikasi melampaui batas kewajaran marjin guna mengantisipasi batas penawaran konsumen. Penawaran balik dari pembeli—sebagaimana diakui para informan konsumen—dilakukan bukan atas dasar kalkulasi nilai guna barang, melainkan sebagai bentuk perlindungan diri dari risiko eksploitasi harga (Suryani & Hamzah, 2025). Akibatnya, titik temu harga yang disepakati lebih banyak mencerminkan titik lelah negosiasi atau keterpaksaan pembeli karena keterbatasan waktu dan akses informasi, ketimbang perwujudan kerelaan yang dilandasi keterbukaan (transparency-based consent).

Asimetri informasi antara penjual dan pembeli mengenai kondisi modal (capital cost) dan kualitas barang riil memperkuat terjadinya bias normatif dalam transaksi bai' musawamah. Sebagian pedagang

ditemukan menyembunyikan defisit kualitas pada komoditas yang mulai mengalami penurunan kesegaran tanpa menyertakan diskon harga secara proporsional. Dalam diskursus Muamalah, tindakan ini menyenggol batas tadlis (penipuan kualitas) dan gharar (ketidakpastian kualitatif) yang secara fundamental merusak keabsahan akad (Fadhil & Zulaikha, 2023). Meskipun pedagang merasionalkan tindakan tersebut sebagai strategi mitigasi kerugian usaha, secara normatif etika Islam melarang pembentukan marjin keuntungan yang diperoleh melalui pemanfaatan ketidaktahuan konsumen.

Dimensi keadilan ('adl) dalam tawar-menawar semakin terdistorsi oleh ditemukannya praktik diferensiasi harga yang signifikan berdasarkan relasi personal (social proximity). Pedagang cenderung memberikan marjin harga yang jauh lebih murah kepada pelanggan tetap atau kerabat terdekat dibandingkan kepada pembeli baru atau pembeli dari luar daerah. Secara sosiologis, hal ini dapat dipandang sebagai bentuk modal sosial (social capital); namun, dari sudut pandang aksiologi etika Islam, diskriminasi harga yang tidak dilandasi oleh efisiensi kuantitas pembelian berpotensi menciderai prinsip fair trade dan keadilan distributif (Marthalia et al., 2024). Pembeli baru secara tidak langsung menanggung beban "subsidi silang" atas potongan harga yang diberikan pedagang kepada pelanggan setianya.

Secara normatif, Etika Bisnis Islam mewajibkan ditegakkannya prinsip ṣidq (kejujuran) tidak hanya pada harga akhir, tetapi juga pada kebenaran narasi penjualan. Di lapangan, ditemukan kecenderungan verbal dari pedagang yang mengklaim bahwa harga penawaran awal telah berada pada tingkat modal (break-even point), padahal klaim tersebut kerap digunakan sebagai taktik psikologis untuk menghentikan daya tawar pembeli. Manipulasi pernyataan harga modal ini termasuk dalam kategori sumpah atau pernyataan palsu (yamin ghamus) dalam skala mikro yang dilarang keras karena mengikis keberkahan (barakah) transaksi (Handayani & Wahyudi, 2024). Kebiasaan ini membuktikan bahwa norma-norma syariah sering kali kalah dominan dibandingkan dengan kebiasaan dagang lokal yang terstandardisasi secara intuitif.

Meskipun terdapat deviasi etis, beberapa dimensi aksiologis Etika Bisnis Islam tetap terartikulasi melalui kebebasan bertransaksi (option to exit). Pembeli di Pasar Tradisional Muara Sabak Barat memiliki ruang yang cukup fleksibel untuk membatalkan transaksi apabila kesepakatan harga tidak tercapai, tanpa mendapatkan sanksi sosial yang berarti dari pedagang. Fleksibilitas ini secara kualitatif mencegah terjadinya kecurangan yang bersifat koersif (ikrah), sehingga memenuhi aspek formal legalitas akad jual beli (Husna & Arifin, 2025). Kendati demikian, kemerdekaan untuk membatalkan akad ini belum cukup untuk mengompensasi hilangnya hak konsumen atas kepastian kualitas barang yang adil.

Tinjauan aksiologis terhadap kemaslahatan (maslaḥah) menunjukkan bahwa dampak jangka panjang dari praktik tawar-menawar yang manipulatif adalah penurunan efisiensi ekonomi dan krisis kepercayaan konsumen terhadap pasar tradisional. Ketika konsumen menyadari adanya jurang informasi dan disparitas harga yang acak, mereka cenderung dialihkan pada model transaksi berharga pasti (fixed-price) yang ditawarkan oleh pasar modern (Pratama et al., 2024). Oleh karena itu, kegagalan

mengintegrasikan etika normatif Islam ke dalam tradisi tawar-menawar tidak hanya berdampak pada dosa personal pelaku pasar, tetapi juga mengancam keberlanjutan eksistensi eksositem pasar tradisional itu sendiri.

Dalam konteks penyempurnaan konsep bai' musawamah, dekonstruksi terhadap fenomena tawar-menawar di lokasi penelitian menegaskan perlunya redefinisi atas batas-batas kerelaan. Kerelaan yang sejati (an-tarāḍin al-haqiqi) tidak cukup hanya ditandai oleh ketiadaan paksaan fisik atau verbal saat penyerahan uang dan barang, melainkan harus memenuhi syarat kerelaan terinformasi (informed consent) (Ramadhan & Nastiti, 2025). Jika pembeli sepakat pada suatu harga namun belakangan mengetahui adanya kecurangan kualitas atau manipulasi harga modal yang masif, maka asas kerelaan tersebut gugur secara moral dan melahirkan cacat keadilan dalam transaksi.

Guna menjembatani kesenjangan antara normativitas Islam dan fakta aksiologis di lapangan, kepemimpinan etis (ethical leadership) dan peran pengelola pasar menjadi variabel kunci yang selama ini terabaikan. Pengelola Pasar Tradisional Muara Sabak Barat sejauh ini baru menyentuh pembenahan fisik dan pemungutan retribusi, namun belum menyentuh edukasi etika muamalah dan standardisasi sistem timbang/takor yang jujur (Fitriani et al., 2023). Tanpa adanya intervensi kelembagaan yang menegakkan transparansi informasi, budaya tawar-menawar akan terus melanggengkan praktik asimetris yang merugikan pihak bersuara lemah (weak bargaining party).

Sintesis pembahasan mengindikasikan bahwa penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Muara Sabak Barat berada pada taraf penerapan pragmatis-formal, belum mencapai taraf substantif-transformatif. Pedagang dan pembeli meyakini bahwa tawar-menawar adalah tradisi yang sah dan berkah, namun pemahaman mereka tentang batas-batas gharar, tadlis, dan keadilan harga masih sangat terbatas pada tingkat hafalan norma, bukan internalisasi aksiologis (Zulkifli & Syarifuddin, 2026). Dekonstruksi ini membuktikan bahwa tradisi lokal yang telah berlangsung lama tidak secara otomatis terbebas dari kepasikan moral, sehingga memerlukan restrukturisasi pemahaman keagamaan secara lebih kritis.

Secara keseluruhan, praktik tawar-menawar di lokasi studi merepresentasikan dialektika yang belum selesai antara tuntutan kelangsungan hidup ekonomi (economic survival) dengan kepatuhan etis religius (ethical compliance). Pembentukan harga yang adil (just price/thaman al-'adl) hanya dapat terwujud apabila proses tawar-menawar dibersihkan dari taktik psikologis yang manipulatif, diskriminasi harga yang berlebihan, dan penyembunyian cacat barang (Kurniawan & Nurbaiti, 2025). Dengan mentransformasi tawar-menawar dari sekadar strategi bertahan hidup menjadi media kemitraan berlandaskan kejujuran dan keterbukaan, nilai-nilai etika bisnis Islam dapat terartikulasi secara paripurna dalam mendorong kesejahteraan masyarakat pasar tradisional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dekonstruksi terhadap praktik tawar-menawar (bai' musawamah) di Pasar Tradisional Muara Sabak Barat melalui perspektif normatif dan aksiologis Etika Bisnis Islam, penelitian ini menghasilkan dua kesimpulan substantif: Pertama, secara empiris dan sosiologis, praktik tawar-menawar di lokasi studi bukan sekadar mekanisme penentuan harga (price discovery mechanism) atau tradisi budaya lokal, melainkan sebuah arena pertarungan relasi kuasa yang diwarnai oleh asimetri informasi mendasar. Pembentukan harga tidak sepenuhnya berlangsung transparan, melainkan sangat dipengaruhi oleh strategi anchoring price pedagang, variabel emosional, serta kedekatan relasi sosial (social proximity). Kondisi ini melahirkan kesepakatan harga yang sering kali bersifat kerelaan semu (pseudo-consent), di mana pembeli menyetujui harga akhir bukan atas dasar kesadaran penuh terhadap nilai riil barang, melainkan karena keterbatasan akses informasi atau titik lelah dalam bernegosiasi. Kedua, secara normatif dan aksiologis, penerapan Etika Bisnis Islam dalam transaksi tawar-menawar tersebut berada pada kualifikasi penerapan pragmatis-formal, belum mencapai taraf substantif-transformatif. Transaksi telah memenuhi syarat formal syariah melalui berlakunya prinsip kebebasan bertransaksi (option to exit) dan ketiadaan paksaan fisik (ikrah). Namun, dari dimensi aksiologi keadilan ('adl) dan kemaslahatan (maslaḥah), praktik tersebut masih menyimpang akibat ditemukannya taktik manipulasi klaim harga modal (yamin ghamus mikro), penyembunyian penurunan kualitas barang (tadlis terselubung), serta diskriminasi harga yang tidak proporsional antara pelanggan tetap dan pembeli baru. Untuk mencapai kerelaan yang sejati (an-tarāḍin al-haqiqi), tawar-menawar harus ditransformasi dari sekadar alat bertahan hidup ekonomi menjadi interaksi berkeadilan yang berbasis pada keterbukaan informasi (informed consent).

REFERENSI

Ahmad, S., & Fauzi, M. (2025). Teknik sampling dan keabsahan data dalam penelitian kualitatif ekonomi Syariah. Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah, 12(1), 88–101.

Anwar, K., Nasution, A. H., & Rahmad, T. (2023). Etika peneliti sebagai instrumen utama dalam kaji empiris hukum ekonomi Islam. Jurnal Hukum dan Muamalah, 8(2), 142–155.

Basyir, A., Firmansyah, R., & Nurhayati, S. (2024). Analisis relasi kuasa pedagang dan konsumen dalam mekanisme penetapan harga pasar tradisional. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 10(1), 67–82.

Fadhil, M., & Zulaikha, S. (2023). Analisis bentuk gharar dan tadlis pada transaksi bahan pokok di pasar tradisional. Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, 7(2), 189–202.

Fazerin, M., Elmi, M., & Sauqi, M. (2025). Etika bisnis Islam pada pasar tradisional dalam persefektif hadits. Al-Maqrizi: Jurnal Ekonomi Syariah dan Studi Islam, 3(1), 50–62.

Fitriani, N., Basri, H., & Yulia, R. (2023). Peran kelembagaan pasar dalam penegakan etika muamalah pedagang kecil. Maslahah: Jurnal Hukum Islam dan Ekonomi, 14(1), 55–70.

Habibi, M., Solihin, A., & Zahra, F. (2023). Integrasi studi dokumen dan observasi lapangan pada riset pasar tradisional. Maslahah: Jurnal Hukum Islam dan Ekonomi, 14(2), 203–218.

Handayani, T., & Wahyudi, A. (2024). Impresivitas sumpah palsu dan manipulasi harga modal dalam perspektif Fiqh Muamalah. Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Syariah, 16(1), 101–114.

Husna, A., & Arifin, Z. (2025). Kebebasan bertransaksi dan batasan ikrah dalam jual beli musawamah. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 9(1), 44–59.

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). Al-Qur'an dan Terjemahannya. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.

Kurniati, L., Hartono, B., & Setiawan, D. (2024). Asimetri informasi dan pembentukan bargaining power pada pasar tradisional. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 17(3), 310–325.

Kurniawan, R., & Nurbaiti, N. (2025). Konsepsi thaman al-'adl (harga adil) dalam dinamika tawar-menawar pasar modern vs tradisional. Journal of Islamic Economics and Finance, 5(2), 215–230.

Lathifah, S. N., & Rahman, A. (2024). Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Ploso Kabupaten Jombang. Iqtisodina: Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam, 7(2), 245–258.

Marthalia, R., Rahmad, F., & Syam, S. (2024). Sosiologi harga: Analisis diskriminasi harga berbasis relasi sosial di pasar lokal. Jurnal Sosiologi dan Budaya, 12(2), 178–192.

Mufid, A., Saputra, A., & Utami, N. (2024). Pendekatan kritis dan dekonstruktif dalam studi muamalah kontemporer. Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam, 17(1), 45–60.

Permana, R. (2025). Penentuan harga jual barang pecah belah dalam satu pasar perspektif hukum ekonomi Syariah [Skripsi/Tesis, UIN Raden Intan Lampung].

Pratama, I., Wardani, K., & Nugroho, A. (2024). Disrupsi pasar modern terhadap perilaku konsumen dan preferensi tawar-menawar di pasar tradisional. Jurnal Manajemen dan Pemasaran, 18(1), 89–104.

Putri, A. E., Nuraeni, D. S., & Renfiana, L. (2023). Implementasi penerapan etika bisnis Islam dalam melakukan transaksi jual beli di pasar tradisional. Santri: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 1(6), 260–274.

Rahmat, H., & Hasanah, U. (2025). Analisis data kualitatif model interaktif pada fenomena ekonomi masyarakat lokal. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Syariah, 9(1), 115–129.

Ramadhan, M. G., & Nastiti, A. (2025). Redefinisi an-taradhin: Dari kerelaan formal menuju informed consent dalam hukum ekonomi Islam. Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam, 18(1), 12–29.

Saputra, T. A. (2025). Islamic ethical values in traditional commerce: A field study of market traders. Ta'amul: Journal of Islamic Economics, 4(1), 18–32.

Siddiqi, M. F., & Umaroh, M. (2025). Implementasi akad ba'i al-muqayyadah dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada transaksi tukar tambah HP bekas. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 11(1), 112–125.

Suryani, E., & Hamzah, M. (2025). Psikologi penetapan harga: Anchoring effect dan strategi penawaran konsumen pasar tradisional. Jurnal Perilaku Konsumen Syariah, 4(1), 77–91.

Zulkifli, M., & Syarifuddin, A. (2026). Dialektika adat dan syariah dalam praktik perdagangan tradisional masyarakat Melayu Jambi. Jurnal Kebudayaan dan Muamalah, 8(1), 1–15.