MUSYTARI

Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi

Vol 25 No 12 Tahun 2026

ISSN : 3025-9495

PERAN KEJUJURAN DAN AMANAH DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PADA AKTIVITAS EKONOMI SEHARI-HARI DI PASAR TEMPEL SUKARAME, BANDAR LAMPUNG

Riski Aksay Kusuma, Revi Erika, Nurfadila, Nurma Melisa, Intan Suri Mahardika

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
Email : Riskyaksaykusuma@gmail.com, revierika7@gmail.com, nrfadhia@gmail.com, nurmamelisa4@gmail.com, intansuri@gmail.com

Abstrak

Pasar tradisional merupakan ruang ekonomi yang transaksinya bertumpu pada interaksi tatap muka, tawar-menawar lisan, dan hubungan berulang antara pedagang dan pembeli. Di tengah pengawasan formal yang terbatas, kepercayaan (*trust*) berfungsi sebagai mekanisme utama yang menjaga keberlangsungan pertukaran. Artikel ini bertujuan menganalisis peran kejujuran (*shidq*) dan amanah dalam membangun kepercayaan pada aktivitas ekonomi sehari-hari di Pasar Tempel Sukarame, Bandar Lampung. Kajian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis telaah pustaka, dengan kerangka analisis yang memadukan nash Al-Qur'an dan hadis, teori kepercayaan, teori modal sosial, dan teori asimetri informasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa kejujuran dan amanah beroperasi pada enam titik transaksi, yaitu takaran dan timbangan, kondisi barang, penetapan harga, pencatatan kasbon, hubungan langganan, serta keterbukaan atas cacat dan kekeliruan. Kejujuran berperan menurunkan asimetri informasi dan biaya verifikasi, sedangkan amanah menjaga konsistensi perilaku sehingga kepercayaan dapat bertahan dalam hubungan jangka panjang. Kajian ini diharapkan memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan etika bisnis Islam pada ekonomi mikro lokal serta menyediakan kerangka bagi pengujian empiris di lapangan.

Kata kunci: kejujuran, amanah, kepercayaan, pasar tempel, etika bisnis Islam, modal sosial

Abstract

Traditional markets are economic spaces in which exchange relies on face-to-face interaction, oral bargaining, and repeated relationships between sellers and buyers. Where formal oversight is limited, trust serves as a principal mechanism that sustains exchange. This article analyzes the role of honesty (*shidq*) and trustworthiness (*amanah*) in building trust in everyday economic activities at Pasar Tempel

Article history

Received: November 2026

Reviewed: November 2026

Published: November 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

MUSYTARI

Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi

Vol 25 No 12 Tahun 2026

ISSN : 3025-9495

Sukarame, Bandar Lampung. Employing a descriptive qualitative approach based on a literature review, the study integrates Qur'anic and prophetic texts with trust theory, social capital theory, and the theory of information asymmetry. The analysis suggests that honesty and *amanah* operate at six transaction points: weights and measures, product condition, pricing, credit records, customer relationships, and disclosure of defects or errors. Honesty reduces information asymmetry and verification costs, whereas *amanah* sustains behavioral consistency so that trust endures over time. The article offers a conceptual contribution to Islamic business ethics in local micro-economies and a framework for empirical testing.

Keywords: honesty, *amanah*, trust, traditional market, Islamic business ethics, social capital

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Transaksi di pasar tradisional berbeda secara mendasar dari transaksi di pusat perbelanjaan modern. Harga tidak selalu dicantumkan, mutu barang dinilai langsung oleh pembeli, dan kesepakatan lazim dicapai melalui tawar-menawar lisan. Geertz (1978) mengonseptualisasikan ekonomi bazar sebagai sistem dengan distribusi informasi yang timpang dan biaya pencarian informasi yang tinggi, sehingga relasi personal antara penjual dan pembeli menjadi mekanisme penting untuk mereduksi ketidakpastian.

Pasar tempel dalam kajian ini dipahami sebagai pasar yang aktivitasnya menempati ruang atau waktu tertentu secara tidak permanen, dengan pedagang yang umumnya berskala mikro dan kecil. Pasar Tempel Sukarame di Kota Bandar Lampung termasuk ruang ekonomi yang pada umumnya melayani kebutuhan harian masyarakat sekitar, seperti sayur, ikan, bumbu, buah, dan kebutuhan rumah tangga. Karena skala usahanya kecil dan pengawasan formalnya terbatas, keberlangsungan transaksi di pasar semacam ini sangat bergantung pada integritas pelaku pasar itu sendiri.

Dalam kondisi tersebut, kejujuran dan amanah menjadi variabel moral yang menentukan. Pembeli yang merasa dicurangi pada takaran atau mutu barang cenderung berpindah ke pedagang lain, sedangkan pedagang yang dikenal jujur berpeluang memperoleh pelanggan tetap. Fukuyama (1995) berargumen bahwa kepercayaan merupakan modal sosial yang menentukan kemakmuran suatu masyarakat karena menurunkan biaya transaksi. Dalam perspektif Islam, kejujuran dan amanah tidak hanya bernilai strategis bagi usaha, tetapi juga merupakan kewajiban moral yang bernilai ibadah (Antonio, 2001; Al-Qaradawi, 1997). Oleh karena itu, kedua nilai ini perlu dikaji bukan hanya sebagai norma, tetapi juga sebagai mekanisme sosial-ekonomi yang bekerja dalam transaksi nyata. Artikel ini berupaya menautkan perspektif normatif Islam dengan teori kepercayaan dan modal sosial pada konteks pasar tempel di Bandar Lampung.

ISSN : 3025-9495

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini merumuskan tiga pertanyaan kajian. Pertama, bagaimana konsep kejujuran dan amanah dalam perspektif ekonomi Islam? Kedua, bagaimana kedua nilai tersebut diwujudkan dalam aktivitas ekonomi sehari-hari di pasar tempel? Ketiga, bagaimana kejujuran dan amanah membangun serta memelihara kepercayaan antara pedagang dan pembeli di Pasar Tempel Sukarame?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Sejalan dengan rumusan tersebut, kajian ini bertujuan menjelaskan konsep kejujuran dan amanah, mengidentifikasi bentuk penerapannya dalam transaksi harian, serta menganalisis kontribusinya terhadap pembentukan kepercayaan. Secara teoretis, kajian ini diharapkan memperkaya literatur etika bisnis Islam pada konteks ekonomi mikro lokal. Secara praktis, hasilnya dapat menjadi rujukan bagi pedagang, pengelola pasar, dan pemangku kebijakan dalam memperkuat tata kelola pasar rakyat.

1.4 Ruang Lingkup dan Keterbatasan Kajian

Artikel ini disusun sebagai kajian konseptual berbasis literatur dengan Pasar Tempel Sukarame sebagai lokus kajian. Uraian pada bagian pembahasan menggambarkan pola umum transaksi di pasar tradisional yang ditopang oleh teori dan penelitian terdahulu, sehingga belum dimaksudkan sebagai generalisasi empiris. Temuan yang bersifat spesifik terhadap Pasar Tempel Sukarame, seperti profil pedagang, hasil wawancara, atau kasus tertentu, perlu dilengkapi dari data observasi dan wawancara lapangan sebagaimana dirancang pada bagian metode.

2. Kajian Pustaka dan Kerangka Teori

2.1 Kejujuran (*Shidq*) dalam Ekonomi Islam

Kejujuran dalam bahasa Arab disebut *shidq*, yakni kesesuaian antara ucapan, keyakinan, dan perbuatan. Dalam konteks muamalah, kejujuran bermakna penyampaian informasi mengenai barang, harga, dan kondisi transaksi sebagaimana adanya. Al-Qur'an mengecam kecurangan dalam takaran dan timbangan melalui ancaman bagi orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang (QS. Al-Muthaffifin [83]: 1-3). Perintah menyempurnakan takaran dan menimbang dengan neraca yang benar ditegaskan pula dalam QS. Al-Isra' [17]: 35, sedangkan prinsip kerelaan dan larangan memakan harta dengan cara batil dinyatakan dalam QS. An-Nisa' [4]: 29.

Tradisi kenabian memperkuat tuntutan tersebut. Dalam sebuah hadis disebutkan bahwa pedagang yang jujur dan dipercaya akan bersama para nabi, *shiddiqin*, dan syuhada (HR. At-Tirmidzi no. 1209). Hadis lain menjelaskan bahwa penjual dan pembeli memiliki hak *khiyar* selama belum berpisah; apabila keduanya jujur dan menjelaskan keadaan barang, jual beli mereka diberkahi, sedangkan jika keduanya menyembunyikan dan berdusta, keberkahan jual beli itu dihapus (HR. Al-Bukhari no. 2079; Muslim no. 1532). Selain itu, Nabi melarang penipuan terhadap pembeli sebagaimana tampak dalam peristiwa tumpukan makanan yang bagian dalamnya basah, dengan penegasan bahwa pelaku penipuan tidak termasuk golongannya (HR. Muslim no. 102).

Secara konseptual, Al-Qaradawi (1997) memandang kejujuran sebagai nilai akhlak yang menjadi fondasi seluruh aktivitas ekonomi Islam, sementara Beekun (1997) menempatkannya sebagai salah

ISSN : 3025-9495

satu prinsip utama etika bisnis Islam bersama keadilan, kebajikan, dan kebebasan yang bertanggung jawab. Dalam literatur ekonomi Islam berbahasa Indonesia, Antonio (2001) mengaitkan sifat *shidq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* sebagai karakter pelaku usaha yang meneladani Rasulullah SAW.

2.2 Amanah dalam Ekonomi Islam

Amanah secara bahasa bermakna dapat dipercaya, sedangkan secara istilah merujuk pada penunaian hak dan tanggung jawab yang dipercayakan kepada seseorang. Al-Qur'an memerintahkan penunaian amanat kepada yang berhak (QS. An-Nisa' [4]: 58), melarang pengkhianatan terhadap Allah, Rasul, dan amanat yang dipercayakan (QS. Al-Anfal [8]: 27), serta memuji orang yang memelihara amanat dan janjinya (QS. Al-Mu'minun [23]: 8). Rasulullah SAW juga menyebut khianat ketika dipercaya sebagai salah satu tanda kemunafikan (HR. Al-Bukhari no. 33; Muslim no. 59).

Dalam konteks pasar, amanah mencakup penepatan janji (misalnya janji pengantaran barang atau pelunasan utang), penjagaan barang titipan atau pesanan pelanggan, serta pelaksanaan peran pedagang secara bertanggung jawab. Apabila kejujuran berkaitan dengan kebenaran informasi pada saat transaksi, amanah berkaitan dengan konsistensi dan pertanggungjawaban sepanjang hubungan ekonomi berlangsung. Keduanya bersifat saling melengkapi: pedagang yang jujur tetapi tidak amanah cenderung mengingkari janji, sedangkan pedagang yang tampak amanah tetapi tidak jujur menyimpan risiko penipuan.

2.3 Teori Kepercayaan (*Trust*)

Mayer, Davis, dan Schoorman (1995) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan suatu pihak untuk menerima kerentanan atas tindakan pihak lain, berdasarkan harapan bahwa pihak tersebut akan melakukan tindakan yang penting bagi pemberi kepercayaan, terlepas dari kemampuan untuk mengawasinya. Model mereka mengidentifikasi tiga faktor yang membentuk kepercayaan terhadap pihak yang dipercaya, yaitu kemampuan (*ability*), kebajikan (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Dalam kerangka kajian ini, kejujuran dan amanah dapat dipadankan terutama dengan dimensi integritas dan kebajikan. Hosmer (1995) turut menautkan kepercayaan dengan kewajiban moral dan pertimbangan etis, sehingga kepercayaan tidak semata-mata merupakan hasil kalkulasi untung rugi.

2.4 Modal Sosial dan Keterlekatan Ekonomi

Coleman (1988) menjelaskan bahwa kepercayaan, norma, dan jaringan merupakan bentuk modal sosial yang memfasilitasi tindakan bersama, sementara Putnam (1993) menekankan peran norma timbal balik dan kepercayaan dalam menurunkan biaya kerja sama. Granovetter (1985) menambahkan bahwa tindakan ekonomi terlekat (*embedded*) dalam jaringan hubungan sosial yang sedang berlangsung, sehingga perilaku jujur dipelihara oleh reputasi dan hubungan berulang, bukan semata-mata oleh aturan formal. Perspektif ini relevan bagi pasar tempel, yang pedagang dan pembelinya sering berinteraksi secara berulang.

ISSN : 3025-9495

2.5 Asimetri Informasi

Akerlof (1970) dalam analisisnya mengenai pasar barang bekas (*lemons*) menunjukkan bahwa ketika penjual mengetahui mutu barang lebih baik daripada pembeli, pembeli akan menurunkan kesediaan membayar sehingga pasar dapat memburuk karena barang bermutu baik tersingkir. Dalam kerangka tersebut, kejujuran pedagang berfungsi sebagai penawar asimetri informasi, sebab keterbukaan atas kondisi barang mengurangi ketidakpastian yang ditanggung pembeli. Pandangan ini sejalan dengan Karim (2010) yang menempatkan keterbukaan informasi serta larangan *gharar* dan *tadlis* sebagai prinsip penting agar transaksi sah dan adil menurut ajaran Islam.

3. Metode Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode telaah pustaka (*library research*) terhadap Al-Qur'an, hadis, buku ekonomi Islam, dan artikel ilmiah mengenai kepercayaan serta modal sosial. Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis dengan menghubungkan konsep teoretis dengan praktik transaksi di pasar tradisional (Moleong, 2017; Sugiyono, 2019).

Untuk memperkuat kajian dengan data lapangan di Pasar Tempel Sukarame, penelitian lanjutan dapat menerapkan empat langkah pengumpulan dan pengujian data.

Langkah pertama berupa observasi langsung pada jam ramai dengan fokus pada penggunaan alat ukur, cara penyampaian harga, dan pola interaksi dengan pembeli. Langkah kedua berupa wawancara semi-terstruktur terhadap pedagang dan pembeli langganan, masing-masing sekitar lima hingga sepuluh informan, menggunakan pedoman pertanyaan mengenai pengalaman kecurangan, alasan berperilaku jujur, praktik kasbon, dan alasan memilih pedagang tertentu. Langkah ketiga berupa dokumentasi foto timbangan, papan harga, dan catatan utang dengan izin pihak yang bersangkutan. Langkah keempat berupa pengujian keabsahan data melalui triangulasi sumber (pedagang, pembeli, dan pengelola pasar) dan triangulasi teknik (observasi, wawancara, dan dokumentasi).

Setiap temuan lapangan sebaiknya disajikan dengan identitas informan yang disamarkan dan dikaitkan kembali dengan kerangka teori pada bagian kajian pustaka.

4. Pembahasan

4.1 Kejujuran dan Amanah pada Enam Titik Transaksi

Berdasarkan kerangka teori yang telah diuraikan, praktik kejujuran dan amanah dalam aktivitas harian pasar tempel dapat dipetakan pada enam titik transaksi yang diuraikan secara berurutan.

Titik pertama adalah takaran dan timbangan, yang merupakan titik paling sensitif karena pembeli jarang memverifikasi ulang hasil penimbangan. Pedagang yang menimbang secara tepat, menyertakan sedikit tambahan, dan memakai timbangan yang layak pada dasarnya sedang mengamalkan perintah QS. Al-Muthaffifin [83]: 1-3 dan QS. Al-Isra' [17]: 35. Dalam hukum positif, penggunaan alat ukur yang benar juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang melarang pelaku usaha memperdagangkan barang tidak sesuai dengan ukuran atau takaran.

ISSN : 3025-9495

Titik kedua adalah kualitas dan kondisi barang. Kejujuran tampak ketika pedagang tidak menutupi bagian barang yang rusak, tidak mencampur barang segar dengan barang layu tanpa penjelasan, dan tidak mengklaim barang segar apabila kenyataannya tidak demikian. Praktik tersebut sejalan dengan hadis tentang tumpukan makanan (HR. Muslim no. 102) dan prinsip larangan *tadlis*, yakni penyembunyian cacat barang, dalam fikih muamalah.

Titik ketiga adalah penetapan harga. Tawar-menawar bersifat sah selama dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak (QS. An-Nisa' [4]: 29). Dalam konteks ini, kejujuran berarti pedagang tidak menyebutkan harga kulakan yang palsu, tidak memanfaatkan ketidaktahuan pembeli baru, dan tidak menaikkan harga secara tidak wajar. Pedagang yang konsisten menerapkan harga yang wajar akan lebih mudah dikenali sebagai pihak yang dapat dipercaya.

Titik keempat adalah pencatatan utang atau kasbon. Pembeli langganan di pasar tradisional kerap membeli secara berutang dengan catatan yang sederhana, dan pada praktik inilah amanah paling nyata terlihat: pedagang yang amanah mencatat jumlah utang secara benar tanpa menambah nominalnya, sedangkan pembeli yang amanah melunasi sesuai janji. Ayat tentang utang piutang (QS. Al-Baqarah [2]: 282) menekankan pentingnya pencatatan dan kejelasan agar sengketa dapat dihindari, dan praktik kasbon yang tertib mencerminkan nilai tersebut dalam bentuk yang sederhana.

Titik kelima adalah hubungan langganan. Pedagang yang menyimpan pesanan pelanggan, menyisihkan barang terbaik sesuai permintaan, atau menepati janji pengantaran sedang menunaikan amanah. Relasi yang berulang ini membentuk reputasi, yang menurut Granovetter (1985) berfungsi sebagai penjaga perilaku jujur yang efektif di luar mekanisme hukum formal.

Titik keenam adalah keterbukaan atas cacat dan kekeliruan. Pengakuan atas kesalahan hitung, penggantian barang yang rusak, atau pengembalian kelebihan uang kembalian merupakan wujud kejujuran sekaligus amanah. Sikap demikian berpotensi memperkuat kepercayaan pembeli, karena menunjukkan kesediaan pedagang menanggung kerugian kecil demi menjaga integritas.

4.2 Mekanisme Pembentukan Kepercayaan

Dengan menggunakan kerangka Mayer dkk. (1995), kejujuran dan amanah membentuk persepsi pembeli terhadap integritas dan kebajikan pedagang. Pembeli yang berulang kali memperoleh takaran yang tepat, barang yang sesuai, dan janji yang ditepati akan menurunkan tingkat kewaspadaannya, sehingga bersedia membeli tanpa memeriksa ulang, berbelanja dalam jumlah yang lebih besar, dan menerima pembelian secara berutang. Perilaku ini dalam teori kepercayaan dipahami sebagai kesediaan menerima kerentanan.

Dari perspektif ekonomi informasi (Akerlof, 1970), kejujuran pedagang menurunkan biaya pencarian dan verifikasi yang ditanggung pembeli. Pembeli tidak perlu menimbang ulang, membandingkan terlalu banyak lapak, atau mencurigai setiap klaim mutu. Penurunan biaya transaksi tersebut sejalan dengan argumen Fukuyama (1995) bahwa masyarakat dengan tingkat kepercayaan yang tinggi menikmati biaya transaksi yang lebih rendah.

Dari perspektif modal sosial (Coleman, 1988; Putnam, 1993), kepercayaan yang terbentuk melalui interaksi berulang dapat bertransformasi menjadi jaringan sosial. Pembeli dapat

ISSN : 3025-9495

merekomendasikan pedagang kepada tetangga dan kerabat, pedagang dapat saling menjaga lapak dan saling membantu permodalan kecil, dan pada gilirannya terbentuk norma bersama bahwa kecurangan akan merusak nama baik. Dalam komunitas pasar yang kecil, reputasi dengan demikian berfungsi sebagai insentif nonformal yang kuat.

4.3 Dimensi Spiritual dan Keberkahan

Bagi pedagang Muslim, kejujuran dan amanah tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan duniawi. Hadis tentang keberkahan jual beli (HR. Al-Bukhari no. 2079; Muslim no. 1532) menempatkan kejujuran sebagai syarat datangnya berkah. Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulum al-Din* (bagian adab mencari penghidupan) menekankan bahwa pedagang wajib bersikap adil, tidak menipu, dan menjelaskan cacat barang karena perniagaan merupakan ladang amal. Dimensi ini membantu menjelaskan mengapa sebagian pedagang tetap berperilaku jujur meskipun terdapat peluang berbuat curang yang tidak diketahui pembeli, yakni karena adanya pengawasan batin (*muraqabah*) yang tidak bergantung pada pengawas eksternal.

4.4 Tantangan di Pasar Tempel

Sejumlah tantangan yang lazim dijumpai di pasar tradisional berpotensi menghambat tegaknya kejujuran dan amanah.

Tantangan pertama adalah tekanan persaingan harga dan margin keuntungan yang tipis, yang dapat memunculkan godaan untuk mengurangi takaran atau mencampur mutu barang. Kedua, pengawasan yang lemah karena pasar tempel bersifat informal dan tidak selalu dijangkau pemeriksaan alat ukur secara rutin. Ketiga, keberadaan pembeli yang berpindah-pindah (nonlangganan) dapat membuat pedagang merasa reputasi kurang berpengaruh. Keempat, rendahnya literasi muamalah menyebabkan sebagian pedagang belum memahami batasan *tadlis*, *gharar*, atau praktik penetapan harga yang adil. Kelima, kasbon yang tidak tertib rentan memicu sengketa karena pencatatan yang sederhana tidak selalu disepakati secara jelas.

4.5 Strategi Penguatan

Penguatan kejujuran dan amanah dapat ditempuh melalui beberapa langkah yang saling melengkapi. Pertama, pengelola pasar, tokoh agama, atau perguruan tinggi dapat memberikan pembinaan etika dagang, misalnya melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang memuat materi kejujuran, amanah, dan fikih muamalah praktis. Kedua, pemeriksaan alat ukur perlu dilakukan secara berkala bekerja sama dengan instansi metrologi daerah. Ketiga, pelaku pasar dapat menyusun kesepakatan bersama berupa kode etik sederhana, misalnya komitmen menimbang secara tepat dan menjelaskan kondisi barang. Keempat, pencatatan kasbon sebaiknya dilakukan secara transparan dan diketahui oleh kedua pihak. Kelima, penghargaan sosial bagi pedagang teladan dapat menjadi insentif reputasi yang positif.

5. Kesimpulan

Kajian ini menyimpulkan bahwa kejujuran dan amanah merupakan fondasi moral sekaligus modal sosial dalam aktivitas ekonomi di pasar tempel. Kejujuran memastikan informasi, takaran, mutu, dan harga disampaikan secara benar pada saat transaksi, sedangkan amanah menjaga konsistensi tanggung jawab dan janji sepanjang hubungan dagang. Keduanya bekerja secara simultan dalam

ISSN : 3025-9495

membangun kepercayaan, yakni menurunkan asimetri informasi, mengurangi biaya transaksi, membentuk reputasi, dan menumbuhkan pelanggan tetap. Dalam perspektif Islam, keduanya juga menjadi sumber keberkahan dan bernilai ibadah dalam perniagaan.

Implikasinya, penguatan kedua nilai ini di Pasar Tempel Sukarame perlu ditopang oleh pembinaan etika, pengawasan alat ukur, dan budaya saling percaya antarpelaku pasar. Keterbatasan kajian ini terletak pada belum digunakannya data primer, sehingga penelitian lanjutan melalui observasi dan wawancara lapangan dianjurkan untuk memetakan kondisi aktual, mengukur tingkat kepercayaan pembeli, dan merumuskan program penguatan yang tepat sasaran.

Daftar Pustaka

Akerlof, G. A. (1970). The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics, 84*(3), 488-500.

Al-Ghazali, Abu Hamid. *Ihya' Ulum al-Din* (Kitab Adab al-Kasb wa al-Ma'asy). Beirut: Dar al-Ma'rifah.

Al-Qaradawi, Yusuf. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Terj.). Jakarta: Gema Insani Press.

Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Beekun, Rafik Issa. (1997). *Islamic Business Ethics*. Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought.

Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology, 94*(Supplement), S95-S120.

Fukuyama, Francis. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press.

Geertz, Clifford. (1978). The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. *The American Economic Review, 68*(2), 28-32.

Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology, 91*(3), 481-510.

Hosmer, L. T. (1995). Trust: The Connecting Link between Organizational Theory and Philosophical Ethics. *Academy of Management Review, 20*(2), 379-403.

Karim, Adiwarman A. (2010). *Ekonomi Mikro Islami* (Edisi ke-4). Jakarta: Rajawali Pers.

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review, 20*(3), 709-734.

Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

ISSN : 3025-9495

Al-Qur'an al-Karim: QS. Al-Baqarah [2]: 282; An-Nisa' [4]: 29 dan 58; Al-Anfal [8]: 27; Al-Isra' [17]: 35; Al-Mu'minun [23]: 8; Al-Muthaffifin [83]: 1-3.

Hadis: Shahih al-Bukhari no. 33 dan 2079; Shahih Muslim no. 59, 102, dan 1532; Sunan at-Tirmidzi no. 1209.

Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.